

Campañas suben productividad: Canagraf

ALONDRA ÁVILA
TOLUCA

Con el proceso electoral que se lleva a cabo en el Estado de México para la elección de alcaldes, diputados locales, diputados federales y senadores, los empresarios de las artes gráficas registran un incremento del 40 por ciento en su productividad respecto a la elección pasada a la gubernatura.

De acuerdo con el presidente de la Cámara Nacional de las Artes Gráficas (Canagraf) en la entidad, Julián Sobrino Díaz, los talleres mexiquenses están prácticamen-

te llenos y están arrebatándose las materias primas por la demanda.

Hasta el momento, dijo, se están abasteciéndose de ciudades como Guadalajara, Jalisco, Puebla y Ciudad de México, que son los principales centros económicos del sector; mientras que el Valle de Toluca está siendo atendido por empresas en la capital mexicana, aunque hay otros como Nezahualcóyotl, Ecatepec, Nahuacalpan y Tlalnepantla que pese a ocupación mandan entre cinco y 10 por ciento a otros estados como Hidalgo y Querétaro.

“Están pidiendo 2 mil y 800 lonas, miles de pulseras, camisetas, bolsas y gorras, entre otros artículos”, resaltó el titular en entrevista con MILENIO Edomex.

Desde el año pasado, mencionó, se reunieron con los representantes de los diferentes partidos políticos para concientizar a los aspirantes, a que adquirieran sus productos con los empresarios locales y detonar la economía.

Lonas, las más demandadas

Por la fiscalización del Instituto Electoral del Estado de México

(IEEM), apuntó, los presupuestos no están abiertos como en años pasados y muy vigilados, por lo que para tener mayor presencia algunos candidatos están comprando lonas pequeñas, y se han visto limitados en la colocación de espectaculares.

En estos momentos el precio de la lona estándar oscila entre 30 y 45 pesos el metro cuadrado, aunque hay algunas empresas que han bajado el precio porque tienen un stock muy grande. Aunado a que muchas se previnieron con tintas, lonas y demás porque en al-

gunos municipios los candidatos van solos y requieren propaganda.

Después de las lonas (plásticos), los productos más demandados son los impresos (*flyers*, trípticos y dípticos) y los textiles (bolsas, gorras y camisetas), no así los termos y cilindros, “quizás por los topes presupuestales”.

Oficialmente hay ocho mil unidades económicas dedicadas a las artes gráficas, podrían existir el doble. De las registradas ante el Inegi, 35 ciento están inscritas en el Registro Nacional de Proveedores del Instituto Nacional de Elecciones (INE) y por ello tienen más facilidad de vender a candidatos.; además contemplan una estandarización en precios para apoyar competitividad. ■