

El Semanario

Año 4, número 221

DE NEGOCIOS & ECONOMÍA

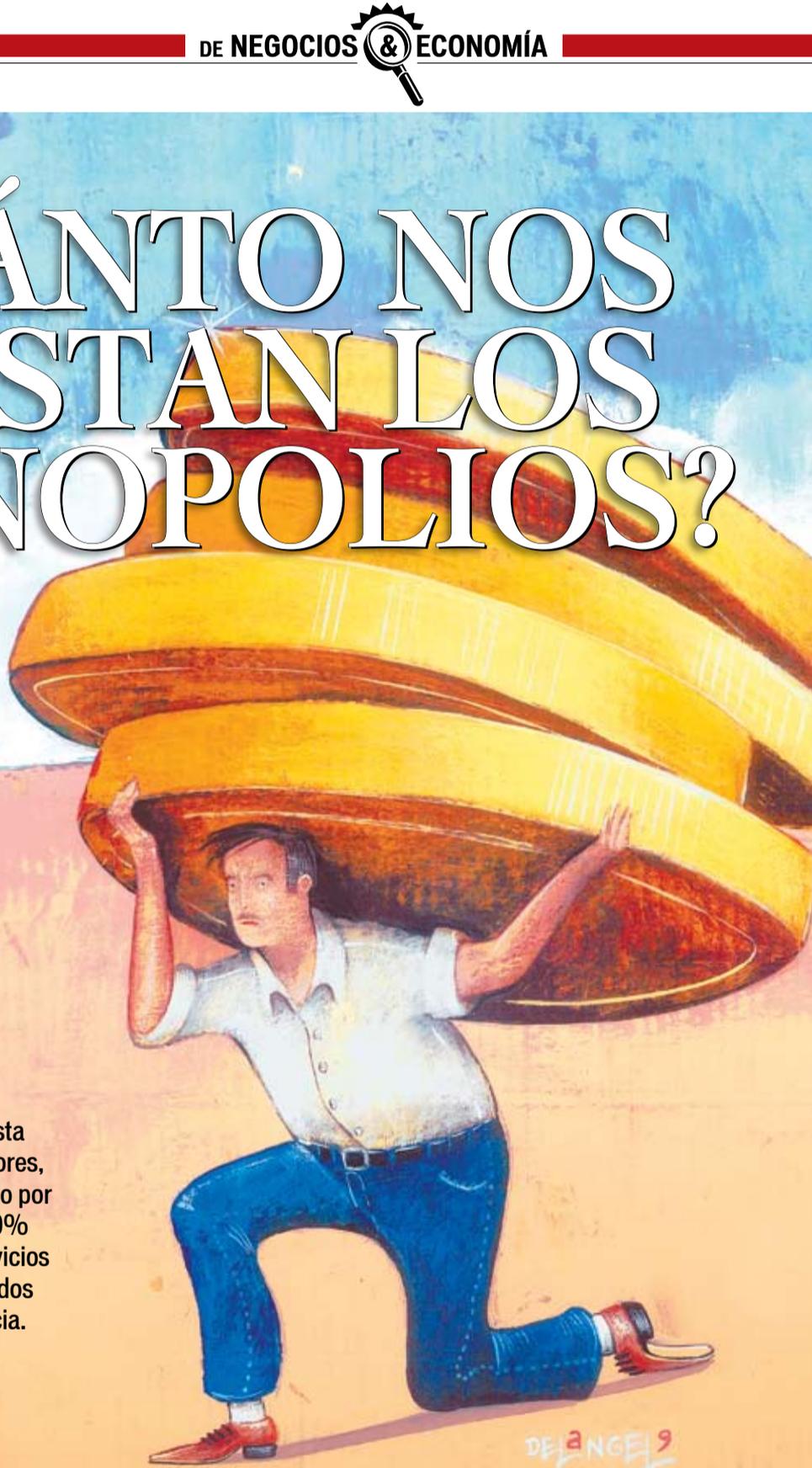
www.elsemanario.com.mx

COMPETENCIA

¿CUÁNTO NOS CUESTAN LOS MONOPOLIOS?

En México, la aplicación de prácticas dominantes -protagonizadas por entidades públicas y empresas privadas- cuesta muy caro. Los consumidores, dice un reporte financiado por la OCDE, pagan hasta 40% más por los bienes y servicios que se ofrecen en mercados donde no hay competencia.

PORTADA 16



El Semanario / Jorge del Ángel

INTERIORES

LA PRIMERA

FORO ANTICRISIS

Demagogia pura

El Congreso presume tener listo el plan de emergencia que reactivaría el crecimiento y el empleo, sin embargo, el debate parlamentario deja abierta la brecha para las medidas tibias y mal dirigidas.

Página 6

INDUSTRIA AUTOMOTRIZ

Flexibilidad sin freno

El camino para los trabajadores del sector no ofrece atajos: habrá más paros técnicos y, eso, generará una sangría en el resto de la cadena productiva.

Página 7

CORPORATIVOS

BANCOS

¡No más crédito!

Las instituciones financieras apuestan por reducir la morosidad, a costa de intensificar la caída del consumo interno. La consigna es no prestar dinero.

Página 20

OPINIÓN

¿NEONACIONALISMO?

José Fernández....Página 8

PLANES EN EU:

¿FUNCIONARÁN?

Jorge Sicilia....Página 12

REPORTAJE / LOS POLÍTICOS FRENTE A LA CRISIS

Castillos en el aire, no

La clase política mexicana ha dejado al descubierto su poca pericia para administrar el caos. Por eso, expertos en Comunicación Política sugieren una serie de tareas que radican en reconocer la realidad y asumir responsabilidades. **Página 13**



El Semanario / Fernando Luna

PRODUCCIÓN INDUSTRIAL TRIMESTRAL



Fuente: INEGI

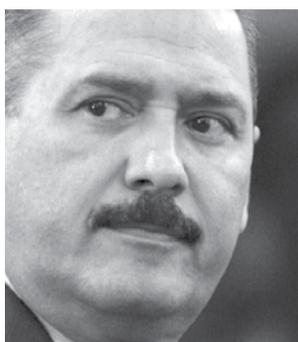
00221
7 509997 005089

LA BUENA VIDA: LOS PREMIOS OSCAR, ¿ARTE O TAQUILLA? **Página 28**

Precio: \$22.00 pesos



LOS PERSONAJES DE ESTA EDICIÓN



Manlio Fabio Beltrones

Las conclusiones del Foro Anti-crisis dejan mucho que desear para la confección de medidas concretas.

LA PRIMERA
Página 6



Felipe Calderón

La crisis no se acabará con actitudes viciales, sino con medidas que no evadan la realidad y llamen al trabajo sin rencores políticos.

REPORTAJE
Página 13



Eduardo Pérez Motta

La falta de competencia tiene precio: los bienes y servicios de empresas dominantes son 40% más caros que lo normal.

PORTADA
Página 16



Ignacio Deschamps

El posible crecimiento de la morosidad en tarjetas de crédito es un problema que no deja de preocupar a los banqueros.

CORPORATIVOS
Página 20

ADEMÁS...

LA PRIMERA

- 7** SINDICATO DE AUTOS
Flexibilidad sin freno
- 8** JOSÉ FERNÁNDEZ
¿Neonacionalismo?
- 9** De un vistazo
Trabajo: Banderas rojinegras a la vista
- 10** DOLIA ESTÉVEZ
Lo peor está por venir
- 11** El mundo al vuelo
G7: Cambio de ruta

OPINIÓN

- 15** JORGE SICILIA
Planes en EU: ¿funcionarán?

CORPORATIVOS

- 21** COBERTURAS FALLIDAS
Sufren por precavidos
- 23** Negocios
Gigante para el hogar
Huella corporativa

EL MEJOR VENDEDOR

- 24** PRIVILEGIANDO
PRECIOS BAJOS

FINANZAS

- 26** CARLOS PONCE
Se agota la esperanza
- 27** Señales y tendencias
Cae actividad industrial

LA BUENA VIDA

- 28** Los Oscar
¿ARTE O TAQUILLA?
- 30** Restaurantes / Le Pain Quotidien
- 31** LUIS RAMÓN CARAZO
Mil novecientos
Recomendaciones / Libros, discos
Lo que usted no se puede perder

ÍNDICE DE EMPRESAS

Asur	23
Aviacsa	9
Banamex	20
Banorte	20
BBVA Bancomer	20
CFE	17
Chrysler	7
Coca-Cola	15, 18, 23
FEMSA cerveza	18
Ferromex	18
Ferrosur	18
GM	7
Grupo Bimbo	9
Grupo Casa Saba	17
Grupo Gigante	23
Grupo Modelo	18
Grupo Palacio de Hierro	23
Grupo Posadas	23
Grupo Saltillo	23
HSBC	20
Inditex	23
KCS	19
Kimberly Clark	18
LFC	9
Mabesa	18
Maseca	19
Mexicana de Aviación	23
N.M. Rothschild & Sons	25
Nadro	17
Pemex	17
PepsiCo	9, 23
Procter & Gamble	23
SCA México	18
Televisa	9
Telmex	17, 18
TV Azteca	9
Vitro	22
Wal-Mart	24
YPFB	10

<http://www.elsemanario.com.mx>

El Semanario
SIN LÍMITES

Lo más caliente

Consejeros Banamex ratificarán la no venta del banco

El próximo jueves la Asamblea del Consejo de Administración del Grupo Financiero Banamex reiterará que la filial mexicana de Citigroup no está en venta.

Aeroméxico, Click y Volaris hacen el 1,2,3

Las tres aerolíneas se ubicaron como las mayores compañías aéreas mexicanas en vuelos nacionales al concentrar aproximadamente 46% de los pasajeros.

Sky responde a desafío MVS con descuentos

Ante la entrada de MVS a su mercado Sky anunció una promoción en la que obsequia a sus nuevos suscriptores bonos aplicables a la suscripción mensual.

Lo más leído

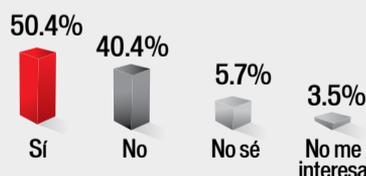
- ▶ Se desbarranca industria automotriz mexicana
- ▶ Actinver se relame con Banco Fácil, apunto de compra
- ▶ Peso se recuperaría hasta 2010
- ▶ Peso se desploma a mínimo histórico, dólar cierra en 14.67
- ▶ Crisis acabaría con diversión, Six Flags no resistiría
- ▶ México sería tercer mayor productor de petróleo en el mundo
- ▶ Madoff defrauda a 3,000 inversores mexicanos
- ▶ Falso que Mourinho piloteara avión donde murió: Viuda
- ▶ Demanda ex empleado mexicano a Coca-Cola por fraude laboral

Sondeo

¿Cómo califica a Slim con sus previsiones entorno a la economía?



¿Terminará Citigroup vendiendo Banamex?



Los resultados del sondeo reflejan la opinión de nuestros lectores.

El Semanario

Año 4, número 221

Publicado desde octubre de 2004
Oficinas en Avenida Revolución 1181,
3er piso, Colonia Merced Gómez,
C.P. 03930, Ciudad de México.

Suscripciones:

Si desea suscribirse o renovar su suscripción con tarjeta de crédito, cheque o efectivo contacte al Departamento de Suscripciones:

Ciudad de México,
(55) 9117-2000 ext.114

Resto del País: 01-800-087-2002
Suscripción por un año
(51 ediciones): 920 pesos

Publicidad:

Si desea información o contratación de espacios publicitarios en *El Semanario* impreso o en su edición en Internet contacte a la Gerencia de Publicidad:

Ciudad de México:
(55) 9117-2000 ext. 111

Resto del País: 01-800-087-2002

Vea nuestras tarifas, requerimientos técnicos y política comercial en "Publicidad" de www.elsemanario.com.mx

Servicio a clientes:

Para dudas, comentarios o sugerencias sobre cualquiera de nuestros productos comuníquese al 9117-2000 ext. 103
contacto@elsemanario.com.mx



Presidente
César Ortega

Director General
Samuel García

Director Agencia de Información
José Miguel Moreno

Gerente de Publicidad
Ethel Oropeza

Gerente de Operaciones
Aldo Sánchez

El Semanario

Director, Samuel García

Editor, Claudia Villegas; **Editor Ejecutivo,** Rubén Migueles; **Editores Asociados,** Jonathán Torres, Roberto Aguilar; **Coordinador de Diseño,** Kyoshi Hayakawa; **Fotografía,** Fernando Luna; **El Semanario sin Límites,** Tomás de la Rosa; **Consejeros Editoriales,** Gerardo Adame, Jorge Buendía, Gustavo Cantú, Luis de la Calle, Rossana Fuentes-Berain, Samuel García, Timothy Heyman, Luis Javier Solana, Oscar Vera, Claudia Villegas.

El Semanario de Negocios y Economía es una publicación de Prensa de Negocios, S. de R.L. de C.V. Certificado de Reserva de Derechos de Autor número 04-2004-06291339200-101. Certificado de Licitud de Título No. 12942 y Certificado de Licitud de Contenido No. 10515 otorgado por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Aparece cada jueves. Se publica durante 51 semanas. Está prohibida la reproducción total o parcial del contenido textual o gráfico sin la autorización expresa de Prensa de Negocios, S. de R.L. de C.V. Todos los derechos reservados. Editor responsable: Samuel García. Las opiniones son responsabilidad de sus autores. El consejo editorial tiene funciones exclusivamente de asesoría. Números atrasados: 50 pesos. Impresión: Milenio Diario S.A. de C.V.

20 AÑOS APOYANDO A MÉXICO



Presentada por:

NEXTEL[®]

MARZO 5, 6 Y 7

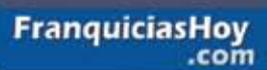


Tel: (55) 9000.4030 info@grupomfv.com

**Horario: Jueves y Viernes 12:00 a 20:00 Hrs.
Sábado 11:00 a 19:00 Hrs.**

Admisión Personal \$180.00

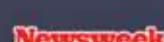
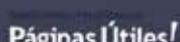
Patrocinadores



Organizado por



Colaboradores





COMPETENCIA

¿CUÁNTO NOS CUESTAN LOS MONOPOLIOS?

El Foro “¿Qué hacer para crecer?”, organizado por el Senado de la República, fue el escenario más reciente de una inédita disputa

pública entre el gobierno de Felipe Calderón y el empresario más rico del país, Carlos Slim.

Ante los pronósticos –y una velada crítica al Gobierno Federal– sobre las graves afectaciones que tendrá la crisis global en la economía mexicana por parte del dueño del mayor conglomerado industrial, el Gobierno Federal respondió –en boca del secretario del Trabajo, Javier Lozano– con señalamientos directos sobre los beneficios que ha obtenido el empresario por su posición dominante en el mercado de las telecomunicaciones.

Confrontación real o no entre ambos poderes, lo cierto es que, si bien Carlos Slim es uno de los primeros en ser señalados cuando se trata de apuntar posiciones dominantes en los mercados locales, no es el único, aunque sí el más visible por su tamaño.

La economía mexicana –como un resquicio de la larga y vieja dominancia de un partido hegemónico en el paisaje político nacional y de un férreo presidencialismo– está lleno de ejemplos de mercados que son dominados por unos cuantos o, incluso, por un solo jugador, sea el origen de su capital público o privado.

Así, prácticas monopólicas, oligopólicas o colusión de intereses son pan de cada día en mercados tan diversos como el de la banca, el cemento, la tortilla, las gasolinas, la televisión por cable, el pan de caja, la telefonía, el gas, los medicamentos, la energía eléctrica, el transporte ferroviario, el servicio de taxis en algunas ciudades o, incluso, el propio mercado de valores.

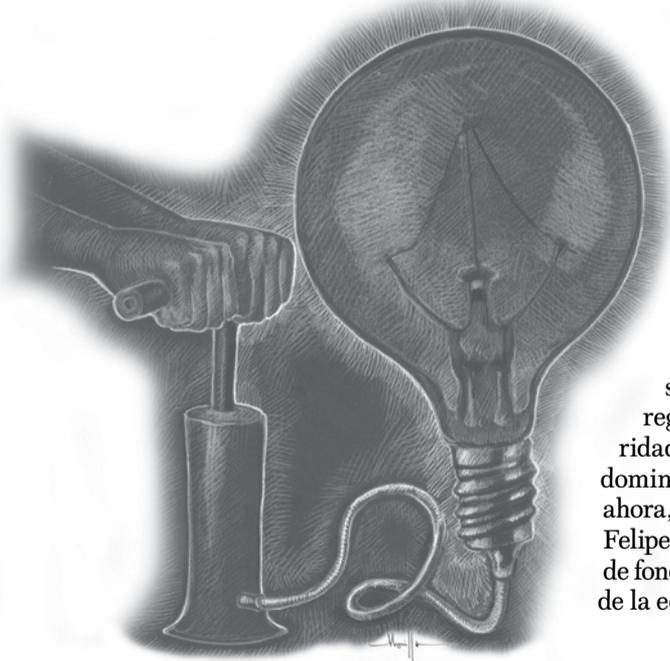
Estas prácticas toleradas y alentadas por la inacción legislativa y gubernamental no sólo limitan la oferta de bienes y servicios disponibles, desdeñan la iniciativa empresarial y el aliento a la meritocracia, y le ponen freno a la competitividad del mercado interno; sino también empobrecen a la población, en la medida en que encarecen los precios y le restan poder adquisitivo a los consumidores.

Es decir, el costo de mantener prácticas de dominancia en los mercados no sólo está asociado con los juegos del poder político, sino que va mucho más allá: perfora los bolsillos de los ciudadanos, desincentiva la innovación, resta competitividad a la economía y, por lo tanto, profundiza el desempleo (véase el reportaje central de esta edición de *El Semanario* en el que se desmenuzan los impactos que provoca una profusa práctica de dominancia en los mercados locales sobre el nivel general de los precios, y que está basado en un estudio hecho por el Tecnológico de Monterrey y la

Comisión Federal de Competencia, bajo el auspicio de la OCDE y que se dará a conocer próximamente).

Si los mexicanos pagan 30% más por estas prácticas de dominancia (como lo señala el estudio al que aludimos en el párrafo anterior), cualquier plan fiscal anticrisis palidece ante el beneficio para los ciudadanos de que su gobierno y sus legisladores adopten acciones progresivas que den aliento a la competencia en los diversos mercados.

Claro que una época recesiva como la que estamos atravesando en la economía no es una buena noticia para implementar agresivamente políticas de fomento a la competencia. La escasez y el costo del capital limitan a los inversionistas a arriesgarse en mercados con una alta concentración y con jugadores dominantes. Sin embargo, sí es posible que se avance sustancialmente en materia de regulación, de supervisión y de sanción por parte de la autoridad. Evitar la tradicional “captura regulatoria” de los poderes dominantes sobre el Congreso y el propio Gobierno Federal es, ahora, el mayor de los retos si los partidos políticos y el presidente Felipe Calderón quieren, efectivamente, provocar transformaciones de fondo sentando las bases para un despegue de la competitividad de la economía cuando la recuperación nos alcance. ●





LA AGENDA

VIERNES 20 DE FEBRERO

► Se da a conocer el comportamiento de los Precios al Consumidor en EU.

LUNES 23 DE FEBRERO

► El INEGI da a conocer los resultados de las ventas al mayoreo y menudeo al cierre del año pasado y publica los Indicadores del Sector Servicios.

MARTES 24 DE FEBRERO

► Índice de Precios al Consumidor en la primera quincena de febrero.

- Publicación de los Indicadores de ocupación y empleo al mes de enero.
- Resultados oportunos de la Balanza comercial a enero.
- Índice de Confianza del Consumidor al mes de febrero en EU.

MIÉRCOLES 25 DE FEBRERO

- Producto Interno Bruto a precios corrientes en el cuarto trimestre de 2008.
- Banco de México publica la Balanza de Pagos al cierre de 2008.

NO LO PIERDA DE VISTA

- El próximo viernes 20 de febrero, Banco de México presenta su postura en materia de política económica. Es importante ver si continuará bajando la tasa de fondeo o la mantendrá sin cambios con el fin de apoyar al tipo de cambio.
- Este mismo viernes, en México y EU se da a conocer el comportamiento del PIB en el último trimestre de 2008, donde se espera el primer impacto fuerte de la recesión.
- Hay que estar pendientes con la propuesta que envíe el Ejecutivo de los Consejeros Independientes de Pemex.



SÓCRATES

VITRO Y LAS VACAS FLACAS

El Grupo Vitro apuesta por la reestructuración de sus pasivos. La austeridad llegó a este palacio de cristal que no sólo aplicó un recorte de 800 plazas, sino que notificó a sus empleados que las prestaciones y bonos se irán reduciendo hasta nuevo aviso. En tanto, los abogados de la firma se ocupan de algunos accionistas incómodos que podrían ser molestos en la próxima asamblea de la empresa.

TELEVISA Y BILL GATES

El magnate estadounidense no sólo mantiene su participación en Televisa, sino que aumentó su participación en la empresa mexicana, lo que representa una buena señal en medio del escepticismo que ha provocado a los inversionistas extranjeros el riesgo de las economías emergentes. Televisa, en un año electoral, siempre aparece como una buena apuesta.

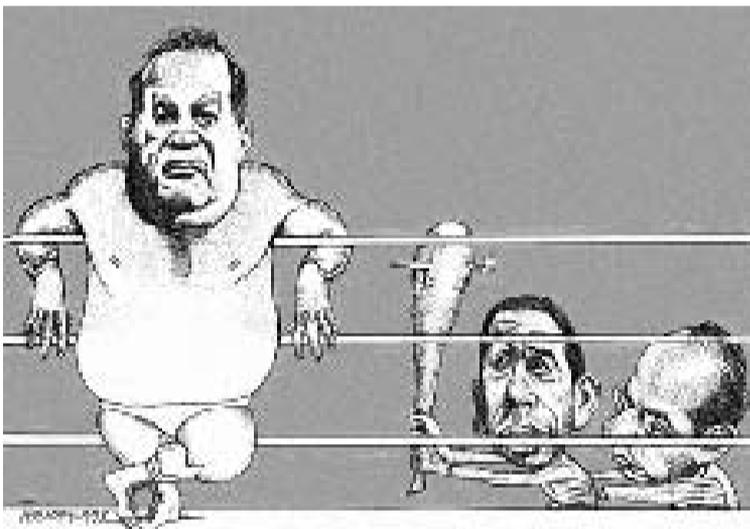
SLIM Y LOS IMPUESTOS

A punto estuvo Telmex Internacional de decepcionar a sus inversionistas. Resulta que por poco reporta pérdidas netas en su operación al cuarto trimestre de 2008. Pero fue gracias a que logró un crédito fiscal de 844 mdp que pudo reportar utilidades por 1,252 mdp. Así que los beneficios fiscales, esta vez, le salvaron la plana a Carlos Slim.

¿Y LA CNBV EN EL CASO MADOFF?

Sería la Reserva Federal de EU la que tendría que hacerse responsable del desfalco que sufrieron inversionistas mexicanos víctimas de las redes de Bernard Madoff. La captación se habría realizado de manera irregular, a través de bancos como Santander. Si bien, no fueron las sucursales del banco español las que realizaron la captación, los abogados de los defraudados dicen que ejecutivos del banco sí habrían intercedido para poner en contacto a los inversionistas y ejecutivos de cuenta de Santander en Miami o Europa. ¿Qué dirá la CNBV sobre estas prácticas? ●

LOS CARTONES DE LA SEMANA



CONTRA EL ENMASCARADO CON PLATA / HELIOFLORES
El Universal / 13-feb-09



OPTIMISMO OFICIAL / HERNÁNDEZ
La Jornada / 17-feb-09

LAS FRASES



“Salinas de Gortari se robó la mitad de la partida secreta.”

Luis Téllez, titular de la SCT,
12-feb-09



“Hacia finales del verano, México habrá superado lo peor.”

Felipe Calderón, Presidente de México,
16-feb-09



FORO ANTICRISIS

Demagogia pura

◆ El Congreso presume tener listo el “plan nacional anticrisis”, sin embargo, las memorias del debate parlamentario dejan la puerta abierta para la confrontación y, por tanto, para la confección de medidas de corto alcance.



Cuartoscuro / Moisés Pablo

¿Manlio Fabio tendrá el suficiente músculo para resolver la crisis? El pronóstico apunta hacia la confección de medidas timoratas.

Los políticos mexicanos, justo en tiempos en los que domina la incertidumbre por el sombrío futuro que se aproxima, tienen una cosa clara: jamás escupirán hacia arriba, mucho menos, cuando la batalla política no permite, ni de broma, un cambio estructural. La crisis eco-

nómica, entonces, puede ser un buen *slogan* de campaña, siempre y cuando, no se toquen los intereses creados. Y así será.

Hoy, el Congreso de la Unión, después de la celebración de varios foros de análisis para inhibir el golpazo de la situación económica, está en la fase para aglutinar las mejores pro-

puestas que se expusieron y construir las iniciativas de ley que formarían parte de lo que se llamará el “plan nacional anticrisis”; sin embargo, entre los mismos legisladores existe la percepción de que el foro fue un evento eminentemente mediático, que fue producto de la inventiva de un solo hombre y que no tendrá el suficiente oxígeno para ir al fondo de los problemas que ahogan a la sociedad en su conjunto.

La raíz de esta historia atiza las malas señales: a fines de 2008, cuando la crisis económica empezaba a sentirse, uno de los poderes fácticos del PRI, que hace de las suyas en el Senado, lanzó la idea de realizar una cumbre para realizar el control de daños. Manlio Fabio Beltrones se montó en la coyuntura y captó la atención del resto de la clase política que, en el fondo, reconocía que el tema (y las eventuales acciones que se instrumentarían) era atractivo para las grandes masas, lo que orillaba a legisladores y autoridades a aceptar la idea del jefe del tricolor en la Casona de Xicoténcatl. Más tarde, empezaron a desatarse los demonios por el protagonismo de este personaje, lo que derivó en la posibilidad de que la Cámara de Diputados se resistiera a seguir esta línea y dejara a la deriva al Senado en la aventura. Después de los forcejeos, los legisladores de San Lázaro doblaron las manos y formaron valla con sus pares.

Al paso de los días, el desánimo salió por los poros de algunos asistentes a las mesas de análisis en las que participaron figuras como Carlos Slim, Felipe González, Agustín Carstens, Denise Dresser, entre otras. En el mismo Congreso, por ejemplo, varios legisladores ya muestran su escepticismo.

Juan Guerra, del PRD, sostiene que el debate desveló la carencia de una visión de largo plazo y las resistencias a romper con las viejas estructuras que alimentan a los grupos de interés, lo que alimenta la sensación de que el tiempo se ha perdido. Bajo esta misma lógica, Mario Alberto Salazar Madera, del PAN, vaticina que los acuerdos no fructificarán de la noche a la mañana ya que las negociaciones clave aterrizarán en el Senado, por lo que su posible aprobación podría ocurrir, en el mejor de los casos, hacia el último trimestre del año, cuando ya esté en funciones la próxima Legislatura en la Cámara de Diputados.

Por lo pronto, los amarres que se perfilan contemplan el fomento de la actividad industrial a través de varias medidas con un alto contenido nacional, una serie de ajustes en los servicios financieros en beneficio de los usuarios y el apoyo al campo. Al cierre de esta edición, se esperaba una reunión por parte de los coordinadores parlamentarios de ambas Cámaras para afinar el documento que, previsiblemente, generará ruido, pero poca sustancia. ●

Por Jonathán Torres

LEY DE EMERGENCIA ECONÓMICA LA SOLUCIÓN SOY YO: PRI

El tricolor, bajo una calculada operación para administrar la crisis, está a punto de recurrir a una reminiscencia del pasado para pregonar que él puede salvar a México de la gran tormenta económica que lo azota. La escuadra que tripula Beatriz Paredes, en cualquier momento, dará a conocer una “Ley de Emergencia Económica”, misma que desempolvará los recuerdos de la Segunda Guerra Mundial, cuando Manuel Ávila Camacho emitió un decreto bajo el mismo nombre que, en apariencia, desataría las inercias que ataban a la economía.

El dardo priísta será lanzado desde el Congreso, donde Emilio Gamboa —bajo la asesoría de los diputados Jorge Estefan Chidiac, Javier Guerrero, Carlos Rojas y Samuel Aguilar— anunciará las medidas que su partido impulsará para cambiar el horizonte económico. En estos momentos, el PRI está valorando si el paquete se presenta como una especie de miscelánea que aborde muchas leyes o a través de una sola ley para lo que considera como un estado de excepción temporal.

La fracción priísta planteará, en el fondo, varias de las modificaciones, que en su momento formulara la SHCP, que contemplan una serie de ajustes a las leyes

de Presupuesto, Adquisiciones, Competitividad, Gasto Público, Responsabilidad y Obras Públicas, Responsabilidades de los Servidores Públicos y del SAR.

Un tema llamará la atención: la reconfiguración de la política fiscal. Al cierre de esta edición, un grupo de legisladores priístas se inclinaba por presentar una reforma que promueva los mecanismos de compensación por los pagos del IETU, IDE e ISR. La fórmula contemplaría el establecimiento de créditos o estímulos fiscales. En este apartado, todavía no hay un borrador final.

El mensaje que políticamente lanzará el PRI generará, colateralmente, la furia del Gobierno Federal, ya que pregonará su supuesta vocación para evitar que México se hunda. Así, el partido que cultivó y desarrolló los vicios que giran alrededor del sistema económico nacional dirá, ahora, que él tiene la receta para frenar el desempleo, apoyar la planta productiva —fundamentalmente a las pequeñas y medianas industrias—, acelerar el poder adquisitivo de la gente y acabar con los intereses de algunos agentes económicos. ●

Por Óscar Machado



PACTOS, PARA NADA



Cuartoscuro / Pedro Valierrra

15 DE DICIEMBRE DE 1987

Se firma el Pacto de Solidaridad Económica (PSE), que pretendía la reactivación, congelamiento y regulación de los aumentos de los precios de bienes y servicios líderes. La inflación al cierre de 1988 siguió arriba de 50%.



Cuartoscuro / Eloy Valierrra

12 DE DICIEMBRE DE 1988

En tiempos de Salinas, se formaliza el Pacto para la Estabilidad y el Crecimiento Económico (PECE), que preveía el saneamiento de las finanzas públicas. El déficit público, sin embargo, se elevó a 5% del PIB en 1989.



Cuartoscuro / Imiti Vargas

20 DE DICIEMBRE DE 1994

A inicios de la gestión de Ernesto Zedillo, surge el Pacto para el Bienestar, la Estabilidad y el Crecimiento (PBEC), que buscaba la estabilidad de precios y disciplina fiscal. La inflación subió 52% y la economía cayó 6.2%.



Cuartoscuro / Moisés Pablos

29 DE SEPTIEMBRE DE 2005

Ante las presiones del sector privado, se lanza el Acuerdo Nacional para la Unidad, el Estado de Derecho, el Desarrollo, la Inversión y el Empleo. Pese a ello, nunca se logró la meta de un crecimiento sostenido de 7% anual.

SINDICATOS DE AUTOS

Flexibilidad sin freno

◆ El camino para los trabajadores de la industria automotriz no tiene atajos: habrá más paros técnicos y, eso, generará una notable sangría laboral en el resto de la cadena productiva.

En Ramos Arizpe, Coahuila, domina la angustia. Allí, se registra una bárbara escasez de trabajo. Un sector es el más lastimado: el automotriz. Así, en Stabilus, una empresa dedicada a la fabricación de pistones neumáticos a base de nitrógeno, los directivos convocaron a una junta de personal para anticiparles que la lluvia de recortes seguirá. En respuesta, los empleados están decididos a preservar la fuente de ingresos a costa de lo que sea, incluso, de los derechos que están contemplados en su contrato.

Esta estampa retrata de pies a cabeza el drama que existe en la industria automotriz nacional que, en 2008, registró la pérdida de 10,000 plazas en 18 empresas relacionadas con la producción de automóviles. Ante este escenario, y para contrarrestar en alguna medida esta espiral, los trabajadores sindicalizados de este sector reconocen que están en una situación de insolvencia, lo que los orilla a buscar las medidas extraordinarias que les permitan operar en tiempos de crisis.

Al respecto, Tereso Medina Ramírez, secretario general del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Industria Metal-mecánica, Automotriz y de Proveedores de Autopartes (SNTIM), confiesa que la batalla no está en exigir mejoras salariales, sino en “negociar la crisis”, lo que se traduce en evitar el cierre de fábricas, aunque para eso deban aceptar medidas impopulares como los paros técnicos y los despidos parciales.

Los acuerdos obrero-patronales, sin embargo, han sido rebasados por las circunstancias. Durante la primera

semana de febrero, General Motors (GM) realizó un paro técnico en Ramos Arizpe y, consecuentemente, puso en predicamentos al resto de la cadena automotriz (como la industria de las autopartes), sobre todo, porque en esa misma entidad se concentra 80% de las factorías dedicadas a la producción de artículos para los vehículos.

De acuerdo con cifras proporcionadas por el SNTIM —que agrupa a sindicatos de Coahuila, Chihuahua, Sonora, Baja California, Puebla, Estado de México, Aguascalientes, San Luis Potosí, Jalisco y Guanajuato—, por cada trabajador cesado en las plantas de GM y Chrysler, se pierden cinco empleos más en la cadena productiva. Así, si las matemáticas no fallan, en diciembre de 2008, cuando ambas armadoras se declararon en paro técnico, más de 8,000 trabajadores adscritos a éstas se quedaron con los brazos cruzados, lo que obligó a que más de 30,000 trabajadores del resto de la cadena productiva también detuvieran operaciones de manera temporal.

Carlos Rodríguez, integrante del Centro de Reflexión y Acción Laboral (Cereal), expone que la crisis está rompiendo con los paradigmas de la política laboral pues considera que no hay líder gremial (llámese charro o exponente del nuevo sindicalismo) que no desista a las nuevas ofertas patronales, que reducen salarios y hacen caso omiso de los derechos contractuales. “Los sindicatos, en general, no se prepararon para la flexibilización de las relaciones laborales; se prepararon para acatarla, pero no para disputarla.” ●

Por Hugo Hernández

TIBIAS MEDIDAS

El 19 de enero, Felipe Calderón llamó a las empresas a que recurran a “paros técnicos” con el fin de reducir sus operaciones sin despidos; además, anunció que el Gobierno Federal destinará 2,000 mdp para apoyar a esas compañías y a sus empleados. Por otra parte, propuso bajar 20% el precio de la gasolina y el diesel, así como establecer barreras arancelarias a la importación de automóviles cuyas marcas no se produzcan en México.

Sin embargo, actores de la industria y legisladores consideran que estas medidas representan, simplemente, un respiro con poco gas. Por eso, el diputado federal Yericó Abramo Masso presentará una iniciativa a finales de febrero que, en su opinión, dotará de mejores mecanismos de gestión a la industria automotriz; mientras que el SNTIM critica las medidas oficiales de apoyo porque en estos momentos no es posible garantizar, ni siquiera, 40% de la productividad de las plantas, un requisito que el gobierno exige para implementar cualquier medida de rescate. ●



MAPA DE IMPACTOS



¿NEONACIONALISMO?

José Fernández Santillán

► **En la polémica derivada del discurso presidencial** del 5 de febrero, en el que se nos invitó a no ser “catastrofistas”, Carlos Slim terció para decir: “No es que quiera ser catastrofista, pero habrá más desempleo y muchas empresas van a cerrar”. Hemos estado metidos en este zipizape las últimas tres semanas. El propio Felipe Calderón, inspirándose en John F. Kennedy, volvió a la cargada para decir que en lugar de ver quién hace el pronóstico más negativo, debemos pensar qué es lo que podemos hacer los mexicanos por nuestro país, sobre todo, “aquellos que más han recibido de esta gran nación”. Era obvio quién era el destinatario del mensaje.

► **El 20 de enero de 1961, en su memorable discurso** de toma de posesión, John F. Kennedy sostuvo: “En manos de ustedes, mis queridos conciudadanos, más que en las mías, quedará el éxito o fracaso final de nuestra trayectoria. Desde que esta nación fue fundada, cada generación de americanos se ha sumado para dar testimonio de su lealtad a la nación...Luego entonces, no preguntes qué puede hacer tu país por ti, sino pregúntate qué puedes hacer tú por tu patria.”

No hay cosa más alejada del espíritu igualitario, que la política conservadora que se ha implantado para dar prioridad a la acumulación de riqueza sin algún paliativo.

► **El discurso de Kennedy** y, en especial esta frase que convoca a que cada quien haga lo mejor que pueda por su país, ha quedado como símbolo del nacionalismo. Sentimiento que anima a no pensar tan sólo en el beneficio personal, sino también, y acaso principalmente, en el bien general. Construir una sociedad en la cual puedan tener cabida todos los ciudadanos, en la que no haya gente permanentemente privilegiada y, en correspondencia, permanentemente castigada.

► **Debemos recordar que la palabra “nación”** viene de un concepto significativo “el lugar donde uno nace”. De la misma manera, el vocablo “patria” deriva de “padre”; o sea, la tierra en donde nacieron nuestros mayores. Sería, pues, absurdo que los hijos de la patria nacieran desiguales y permanecieran, de la misma manera, desiguales de por vida. La sustancia del nacionalismo es, por consiguiente, forjar una sociedad justa.

► **No hay cosa más alejada del espíritu** igualitario, nacionalista, que la política conservadora que se ha implantado en México para dar prioridad a la acumulación de riqueza sin algún paliativo. De hecho, los neoconservadores mexicanos, desde principios de los años ochenta, hicieron del nacionalismo su blanco de ataque favorito. Con estas ideas de por medio, la brecha entre ricos y pobres aumentó considerablemente. La crisis actual no es producto exclusivamente, como se nos ha hecho creer, de algún desbarajuste en el exterior, sino producto también de los excesos de los neoconservadores apoltronados en el poder.

► **Por eso sorprende este repentino cambio** (verbal por supuesto) de perspectiva a favor del nacionalismo. En México, el gobierno no ha pensado en desarrollar una política incluyente gracias a la cual todos podamos hablar y decidir a través de nuestros representantes; lo cierto es que aquí se ejerce el mando para beneficio de una minoría que no favorece la economía abierta, sino la economía del compadrazgo, aunque de vez en cuando los miembros de la élite tengan, como en esta ocasión, diferencias de criterio.

► **Delante de tal confusión sobre lo que es el verdadero** nacionalismo vale la pena recordar aquella otra frase que el presidente Kennedy repitió cada que tuvo oportunidad: “Si no podemos ayudar a los muchos que tienen poco, tampoco podemos salvar a los pocos que tienen mucho.” Jamás he oído una expresión de esta naturaleza en boca de nuestros gobernantes. ●



DE UN VISTAZO

PAN: Compromiso, no demagogia

El partido en el poder está consciente de que el sexenio puede descarrilarse antes de 2012. Por eso, y para recuperar terreno, tiene lista su plataforma con miras a las elecciones del 5 de julio, que integra varios asuntos mediáticamente relevantes, pero que jamás han prosperado porque son parte de los vicios del sistema político mexicano. En términos concretos, los soldados del PAN perjurarán su compromiso por fortalecer la capacidad de gestión de la Cofetel y de la CFC; además, insistirán en la urgencia por desempolvar la Ley de Medios y los trabajos para pulir una Reforma Laboral. La pregunta, sin embargo, estriba en dilucidar si esta bandera no es, simplemente, un grito de campaña.

PRI: Las promesas de siempre

El tricolor, en tanto, considera necesario administrar la coyuntura para recuperar escaños en el Congreso de la Unión y, después, tocar el cielo en las futuras elecciones presidenciales. Así, de la mano de Beatriz Paredes, su dirigente nacional, pregona un discurso escandaloso, aunque no necesariamente con *punch*. El PRI, en todos los foros, pugnará por la reconstrucción del país mediante el cambio en las políticas económica, monetaria y fiscal, bajo la premisa de contar con un Estado promotor de la actividad empresarial y regulador del mercado. Sus caballitos de batalla serán: la reducción del costo de los combustibles, la flexibilidad en las reglas de operación y en los procesos de comercialización de la producción campesina, las reducciones fiscales y el apoyo a las Pymes.

Congreso: Las iniciativas que vienen

Las cartas están echadas. Legisladores lanzaron tres iniciativas de ley para fijar (limitar) las tasas de interés de los servicios bancarios. En esta propuesta, Banxico podría tener atribuciones para actuar. Un reporte del periódico *Excelsior* asegura que el objeto del Congreso es suspender las actividades con los bancos que no respeten los parámetros del Banco Central sobre las tasas de interés que cobran, aplicar multas de hasta un millón de pesos por penalizar a la clientela, así como la creación del concepto Ganancia Anual Total (GAT) para medir los beneficios del ahorro de los cuentahabientes. Se dice que este material cuenta con el apoyo de las tres principales bancadas en el Senado de la República, y contempla cambios en las leyes de Banxico, de la CNBV y en la Comisión de Defensa al Usuario de Servicios Financieros.

Fonatur: Guerra contra IP

En 2008, México logró captar 13,000 mdd por concepto de divisas. A nivel internacional, el país ocupa el octavo lugar en la captación de turistas

Comuníquese con el autor: fsantillan@elsemanario.com.mx



Trabajo: Banderas rojinegras a la vista

Un reporte de la Junta Federal de Conciliación y Arbitraje (JFCA) consigna, palabras más palabras menos: ante la tendencia por flexibilizar los esquemas laborales, en momentos en los que no hay mucho dinero en caja, crecen los emplazamientos a huelga. Así, febrero y marzo no escapan a esta inercia y, de hecho, se acercan varias negociaciones salariales y contractuales de relevancia. Por ejemplo, el 20 de febrero podrían salir las banderas rojinegras en la Universidad Autónoma de Chapingo, que exige un incremento de 30%, mientras que el Fondo de Cultura Económica hará lo propio el día 28, que va por una retabulación de 10%. Para marzo, se esperan agrias discusiones en LFC (pide un incremento de 17%), Aviacsa (20%) y el Colegio de la Frontera Norte (10%).



Cuartoscuro / Pedro Marrufó

Concamin: Sucesión en marcha

El 23 de febrero, la Confederación de Cámaras Industriales (Concamin) escribirá un nuevo capítulo en su historia. Ese día se conocerá al personaje que sucederá a Ismael Plascencia, quien será recordado por su tibia influencia y empuje para catapultar la agenda de los industriales en el acontecer nacional. De acuerdo con las tendencias, parece estar cantada la asunción de Salomón Presburger, empresario de la industria del vestido y quien goza del apoyo de la mayoría de las cámaras que integran la Concamin. Sin embargo, todavía tendrá que acudir a una segunda ronda de votación, luego de que Raúl Reyes, su oponente, se resistió a aceptar su derrota en un primer round. Como sea, la misión del nuevo dirigente será preservar el empleo en el sector industrial y fortalecer el mercado interno.



Cuartoscuro / Guillermo Perea

extranjeros. Ahora, sin embargo, los indicadores podrían caer sensiblemente no por la crisis económica, sino por un fenómeno que, a simple

vista, podría parecer descabellado pero que para las autoridades es un foco rojo: la puesta en marcha de una "guerra sucia" por parte de

un círculo del sector privado que está, supuestamente, concentrado en desprestigiar a México. Miguel Ángel Gómez Mont, de Fonatur, sospecha de la existencia de un grupo de empresarios del norte y El Caribe que busca "manchar" la imagen de México y evitar la entrada de turismo, bajo la tesis de que los delincuentes controlan el país. Se dice que las pesquisas están en curso.

CFC: Monopolios en botanas

La Comisión Federal de Competencia (CFC) se declara lista para escudriñar en un mercado que podría registrar prácticas monopólicas. La lupa de la cartera que preside Eduardo Pérez Motta se dirigirá, esta ocasión, hacia el mercado de las botanas saladas que genera ventas anuales por 3,000 mdd, con una producción equivalente a 6,755 millones de bolsitas individuales al año. Las pesquisas, inevitablemente, tienen dedicataria: Sabritas (de PepsiCo) y Barcel (de Grupo Bimbo), que abarcan casi todo el mercado. La CFC revisará si se han realizado actos, contratos, convenios, procedimientos o combinaciones cuyo objeto sea o pueda desplazar indebidamente a otros agentes. De igual forma, la Comisión informa que podrá citar a declarar a quienes tengan relaciones con las investigaciones.

CNTE: En pie de lucha

Maestros de la Coordinadora Nacional de Trabajadores de la Educación (CNTE) iniciarán movilizaciones en contra de las reformas al artículo tercero constitucional que pretende revertir la obligatoriedad del primer grado de preescolar, la legalización de la Alianza por la Calidad de la Educación y la certificación de profesores. En los hechos, el 5 de marzo se realizarán dos manifestaciones en el Senado para evitar la discusión de la iniciativa aprobada por diputados y que prevé la modificación del artículo constitucional. Además, la CNTE demandará la cancelación de las reformas a la Ley del ISSSTE y exigirá transparencia en el manejo de los sistemas de ahorro y del retiro.

IFE: Televisoras regresan a escena

Al cierre de esta edición, se esperaba la discusión de un nuevo diferendo con los poderes fácticos. Se decía que esta semana serían citadas nuevamente ante el IFE, las televisoras TV Azteca y Televisa para responder a violaciones flagrantes al artículo 41 constitucional, por omitir totalmente la transmisión de propaganda política entre el 7 y el 8 de febrero. Incluso, fuentes bien enteradas, informaron que habría una audiencia el 18 de febrero y el dictamen resolutivo podría estar listo para discusión en el pleno del Consejo General el próximo viernes. La acusación radica en que las televisoras violaron la ley que les obliga a transmitir 3 minutos por hora de propaganda político-electoral, lo que podría derivar en una sanción tasada en casi 5 mdp para cada una.

Presidencia: Fin al catastrofismo

Felipe Calderón pronostica que con disciplina, coordinación y trabajo entre el Gobierno Federal, las entidades y los sectores productivos, México superará el peor momento de la crisis económica mundial en agosto próximo, mes en el que, según sus cálculos, comenzará a recuperar su crecimiento. De esta manera, entre líneas, el Presidente vuelve a arremeter contra quienes no comparten su filosofía e insisten en pregonar que la crisis va para largo. Incluso, se espera que este tipo de declaraciones se intensifique. Como contexto, el pasado 4 de febrero, durante la inauguración del Centro de Excelencia American Express en el Tecnoparque México, Felipe Calderón pronosticó que a finales de 2009 el país presentará un importante entorno de recuperación hacia finales de este año y desde luego, hacia 2010. ●



CONTACTO EN WASHINGTON



LO PEOR ESTÁ POR VENIR

Dolia Estévez

Si, como predice Carlos Slim, el PIB mexicano se va a “desplomar” y va a haber “mucho desempleo”, “quiebras de empresas y cierre de comercios”,

entonces el nuevo director de Inteligencia Nacional de la Administración Obama, Dennis Blair, tiene razones de sobra para afirmar que la inestabilidad derivada de la crisis económica global es hoy la amenaza principal a la seguridad nacional de EU..., por encima incluso del terrorismo. De acuerdo con Blair, un cuarto de las naciones del mundo, entre ellas Chile, Grecia, Bulgaria, Islandia, Gran Bretaña, Francia y Latvia, está experimentando diferentes grados de protestas sociales, desde manifestaciones hasta huelgas laborales. En comparecencia en el Congreso, Blair no descartó que de prolongarse la recesión global por más de uno o dos años, la violencia extrema y el caos puedan llegar a amenazar la permanencia de los gobiernos, como ocurrió en las décadas previas a la Gran Depresión.

La violencia extrema y el caos puedan llegar a amenazar la permanencia de los gobiernos, como ocurrió en las décadas previas a la Gran Depresión.

La Organización Internacional del Trabajo pronostica que para fines de 2009, el desempleo mundial ascenderá a 50 millones de personas, siendo los países más afectados España (14.4%), Islandia (8.2%), Francia (8.1%), EU (7.6%) y Grecia (7.5%). Con un índice oficial de 4.7%, México dista de estar entre los peores. Pero, aun antes de cumplirse la “no-quiero-ser-catastrofista” profecía de Slim, la violencia desenfrenada y el extraordinario poder destructivo de los cárteles de la droga han puesto a México entre las naciones de mayor riesgo para EU. Si el desempleo “sube como no teníamos noticia en nuestra vida personal”, como adelantó Slim, es previsible que los servicios de inteligencia civiles y militares, con su sofisticada capacidad operativa y de espionaje electrónico y humano, se declaren en estado de alerta roja en lo que respecta a México. Desde la Segunda Guerra Mundial, sabido es que nuestro país representa el “flanco sur” de la estrategia de defensa estadounidense.

Qué puede ser peor: ¿Una célula terrorista acorralada en una caverna en Afganistán o millones de desocupados mexicanos huyendo de la violencia, la miseria y el hambre hacia el norte? ¿O, cree usted que antes de que eso ocurra la pujante industria ilícita del narco absorberá a los ejércitos de desempleados que la economía legal rechace?

PAÍS DE MODA

Como en la década de los noventa, cuando se negoció el TLCAN, México se ha vuelto a poner de moda en los círculos académicos de Washington. Hoy el tema no es comercio, sino violencia. No hay semana que transcurra sin una conferencia, foro o seminario sobre la crisis de inseguridad mexicana. Los eventos públicos son tan bien asistidos que seguido rebasan el cupo. Este renovado interés muestra que, contrario a lo que dice la *comentocracia* nacional, México no ha caído del saturado radar de Washington.

Pero, como observa el embajador Jeffrey Davidow, el riesgo es regresar a la monotonía de décadas pasadas cuando el tema era narcotráfico y luego migración. “La violencia es la nota fácil. Es lo que la prensa pregunta”, dice Davidow. El problema de reducir la agenda a un solo asunto, advierte, es rezagar el resto de la relación.

CAMALEÓN

Para Barry McCaffrey, el narcotráfico ya no representa una “amenaza mortal al régimen de derecho en todo México”, como afirmó en enero, sino un “formidable desafío” al que el “equipo de primera” de Felipe Calderón está combatiendo con “valentía e integridad”. ¿A qué responde el súbito viraje de este polémico militar, tema de una amplia investigación por *The New York Times* en la que se exhibe su aparente falta de ética y conflictos de interés, entre su papel de vocero del Pentágono y consultor al servicio de la poderosa industria militar?

En un foro de la conservadora Fundación Heritage, McCaffrey, ex zar antidrogas de Bill Clinton, dijo que quiere que EU invierta más dinero en México, “para ayudar a nuestros necesitados amigos”, que en Iraq y Afganistán. Habría que ver cuántos clientes de su consultora BR McCaffrey y Associates andan buscando una tajada del pastel de la Iniciativa Mérida, el paquete de asistencia antinarcóticos por 1,500 mdd destinados a la compra de equipo y servicios para México. ●



EL MUNDO AL VUELO

EU: Sueño en marcha

Hoy, con la aprobación del paquete de estímulo económico, puede decirse que la era de Barack Obama apenas comienza. Ya con los dólares en su cartera, el Presidente de EU iniciará la intervención para dotar de oxígeno a la alicaída economía estadounidense y a sus consumidores. Quienes siguen de cerca los pasos del acontecer político en Washington sostienen que el siguiente desafío estará en impulsar algunas políticas públicas caras, como la reforma al sistema de salud para volverlo más accesible, así como los mecanismos para combatir el calentamiento global y aumentar los recursos para la investigación en energías alternativas. En otras palabras: su tarea será compatibilizar su agenda de esperanza con la agenda del miedo a la crisis.

EU: Habemus zar

Un tipo duro figura para tomar el asiento de John Walters, zar antidrogas de EU. Él es Gil Kerlikowske, de 59 años, quien ha sido jefe de la policía de Seattle, en el estado de Washington, y que puede presumir de haber reducido los golpes de la delincuencia a casi 40%. Los pasos de este personaje, en caso de ser el elegido para esta cartera, podrían ser rastreados por México, toda vez que fungiría como su interlocutor en la lucha contra los cárteles de la droga. Kerlikowske es un policía con más de 30 años de experiencia y, además, es un firme creyente de la necesidad de ir en busca de los grandes traficantes de heroína y cocaína, en lugar de gastar pólvora y recursos en pesquisas y detenciones contra quienes consumen drogas.

Venezuela: Devaluación en ciernes

Hugo Chávez gritará a los cuatro vientos que sólo él puede salvar a Venezuela del vacío político. Su triunfo en el referéndum, que le adjudica el *ticket* para perpetuarse en la Presidencia, se lo permite. Sin embargo, y aunque no lo reconozca, tiene un gran problema que podría llevarlo al cadalso político: la devaluación del bolívar. Desde 2003, Venezuela ha establecido un férreo control de cambio que mantiene anclada su moneda en la paridad de 2.15 bolívares por dólar. El problema es que, de acuerdo a analistas, la paridad tendría que ser de 4 bolívares por dólar.

Bolivia: El punto flaco de Evo

El Presidente de Bolivia, que recientemente se adjudicó una victoria política por la promulgación de una nueva Constitución, no puede (ni debe) sentirse en un lecho de rosas. El punto vulnerable de Evo Morales es la empresa Yacimientos Petroleros Fiscales Bolivianos (YPFB), que se ha convertido en la caja negra de su administración. De acuerdo con el círculo rojo, sobre YPFB existe un amplio expediente que desvela la corrupción, el nepotismo y la negligencia, lo que tarde o temprano obligará al mandatario a dar explicaciones, sobre todo, si pretende concretar su reelec-



Intercambie opiniones en el *blog*: www.elsemanario.com.mx/blogs



G7: Cambio de ruta

Desde Roma, Italia, surgieron las señales para el resto del mundo: el proteccionismo no debe tener ningún espacio para germinar y el Fondo Monetario Internacional (FMI) entrará a cirugía. En la reciente reunión celebrada por los Ministros de Finanzas del G-7, se fijaron posiciones con miras a la Cumbre que ocurrirá en Londres, durante abril, donde se sembrará la raíz del nuevo sistema financiero internacional y que, sin temor a equivocaciones, se centrará en evitar todas aquellas medidas proteccionistas que puedan empeorar la ralentización de la economía, como la cláusula "buy american" (comprar productos de EU) que forma parte del plan de estímulo económico de EU. De igual forma, se amarró el consenso para actualizar al Fondo presidido por Dominique Strauss-Kahn (en la imagen), que trabaja para promover la cooperación monetaria mundial.



Bloomberg / Chris Kleponis

ción, que seguramente se pondrá en juego en las elecciones que se celebrarán en diciembre.

Dominicana: A refundarse

Leonel Fernández quiere ser recordado como un gobernante que supo reaccionar a tiempo y salvar a su país de la crisis. Él es el Presidente de República Dominicana y el orquestador de un debate que permita construir las medidas que fiscalmente sean sostenibles, socialmente necesarias, económicamente factibles y políticamente viables, para enfrentar el caos financiero global. Desde hace unos días, y todavía en estos momentos, autoridades y expertos están aglutinando las mejores propuestas para desarrollar el sector educativo, agilizar la competitividad y detonar varias industrias. A fines de mes, se presentarán los acuerdos alcanzados ante el Congreso Nacional y, a partir de ahí, se intentará concertar un plan de desarrollo a 20 años.

UE: Proteccionismo o apertura

En el seno de la Unión Europea (UE) hay un agrio debate con acusaciones cruzadas de anteponer los intereses nacionales a los europeos. Para abordar este tema, la Presidencia checa de la UE ha convocado a una cumbre extraordinaria para el

EU: Oportunidades en Wall Street

Al tiempo que las grandes instituciones financieras lidian contra sus propios demonios, crece una percepción que podría parecer descabellada: la posibilidad de aprovechar el mal momento de los gigantes de Wall Street para fundar un banco. Según un cable de Reuters, los grandes bancos están despidiendo a miles de trabajadores y reduciendo sus negocios, lo cual crea reales oportunidades para contratar talentos y enfocarse en áreas específicas. Los expertos en la construcción de escenarios consideran que los bancos boutique, como Lazard Ltd. y Evercore Partners Inc., pueden sobrevivir a la crisis del crédito de mejor manera que sus rivales más grandes. De esta manera, empezar de cero puede ser la mejor receta en estos tiempos.



Bloomberg / Daniel Acker

primero de marzo en Bruselas, que se celebrará a puerta cerrada, y en donde los checos –fieles defensores

del libre mercado– quieren saber qué países de entre los 27 miembros del bloque ven con buenos ojos el

proteccionismo y cuáles no. Sin duda, uno de los personajes clave de esta cumbre será el Presidente de Francia, Nicolas Sarkozy, quien se inclina por la primera opción.

Japón: Economía en caída libre

Japón, la segunda economía mundial, atraviesa su peor crisis desde el fin de la II Guerra Mundial. Ésta es la clara advertencia que ha lanzado el Ministro de Economía y Política Fiscal, Kaoru Yosano, tras conocerse que el PIB japonés se ha desplomado 12.7% en el último trimestre del año frente al mismo periodo de 2007. El dato simboliza el mayor retroceso de la economía oriental en 35 años, desde la crisis del petróleo en 1974. Según los expertos, el motivo de la caída es la reducción en 13.9% de las exportaciones y el fuerte descenso de la demanda externa. Así, Japón está sufriendo el frenazo del consumo en los países desarrollados, su principal mercado.

Israel: Eterna ingobernabilidad

Este punto del Medio Oriente está condenado a vivir, por siempre, con el alma en un hilo. Y el mal viene de raíz: su sistema electoral se basa en la proporcionalidad pura, que promueve la representación de todos los sectores sociales, religiosos y étnicos. Bajo estas circunstancias, su Parlamento –que integra 120 escaños– alberga a doce partidos distintos que, para llegar a acuerdos, recurren a la componenda y a las coaliciones inverosímiles. Dicho esto, no se espera mucho del eventual gobierno de unidad, que encabezarían los partidos Kadima y Likud, a través de sus cuadros Tzipi Livni y Benjamín Netanyahu, respectivamente. De esta manera, no se proyectan muchos avances en la relación con Palestina y con Irán.

Argelia: Atrapado en la dictadura

Allí sólo manda un hombre: Abdelaziz Buteflika. Él es el Presidente de la República de Argelia, quien presume tener la bendición popular para mantenerse en el cargo, por lo menos, hasta el año 2014. Este país salta al escenario porque el próximo 9 de abril celebrará elecciones presidenciales, donde no hay señales de que ocurra un milagro y se pueda ir a casa el señor Buteflika, quien se frota las manos para arrasar en una jornada donde competirá contra unos perfectos desconocidos (la lista de candidatos no registra ningún nombre conocido por la mayoría argelina). El 23 de febrero será la fecha límite para presentar candidaturas, sin embargo, el actual mandatario no tendrá rivales de peso y, por eso, él seguirá controlando los hilos. ●



PLANES EN EU: ¿FUNCIONARÁN?

Jorge Sicilia

En EU, una recesión que comenzó a finales del 2007 y a la que todavía no se ve fin, y un sector financiero que no está cumpliendo su función

de otorgar crédito son los principales retos a corto plazo en el frente económico y financiero.

La semana pasada se diseñó y aprobó un paquete de ayuda fiscal en tiempo record, y las nuevas directrices del plan financiero. Ambas son buenas noticias, pero con matices. Y los matices son importantes para ver el éxito del plan.

El plan fiscal de 786,000 mdd es el mayor en la historia de EU (exceptuando el plan de inversión en infraestructuras de Eisenhower en los cincuenta). Tiene un poco de todo: por un lado, recorte de impuestos (algo más de un tercio) y gasto público; y por otro lado, medidas de corto y de largo plazo. Las medidas de aplicación rápida van a permitir amortiguar la recesión. Las de mayor plazo pueden permitir sentar las bases para un gasto sostenido en el tiempo que se extienda más allá de 2010 y que pueda aumentar la productividad en el país, si consiguen que la política pública abra espacios como los de una mejor educación y un mejorado sistema sanitario, por no hablar del uso de energías renovables. Si bien hay notas negativas, como el poco apoyo de los Republicanos (tres senadores y ningún congresista) y las dudas del estado de la economía cuando se comience a implementar al plan fiscal, hay que notar que más de dos tercios del plan se podrían ejercer antes de mediados de 2010.

Más dudas ha generado el anuncio del plan financiero por parte del secretario del Tesoro. El plan tiene puntos fuertes. Se plantea sentar las bases para una acción menos errática que la ejercida hasta el momento porque ataca varias partes del problema al mismo tiempo. En primer lugar, determinar de manera homogénea entre entidades el tamaño del agujero en el balance de los bancos generado por los activos tóxicos y por el impacto cíclico en la morosidad. Y en segundo lugar, un plan con tres líneas de acción. Reforzar los programas existentes para otorgar liquidez para la generación de nuevos préstamos (una expansión hasta un billón de dólares de un programa de la Reserva Federal —el TALF— que todavía no ha comenzado); incentivar que el sector privado pueda ayudar a retirar los activos tóxicos de las entidades (hasta por un billón de dólares); y seguir inyectando capital a los bancos. Además, se anuncia que se dedicarán recursos públicos a reducir los embargos de vivienda.

Pero tiene también puntos débiles que justifican las dudas que ha generado el plan, y que parten de la ausencia de detalles sobre la implementación de varias de estas líneas de acción, lo que contrasta con los mensajes previos del secretario del Tesoro de la necesidad de actuar de manera decidida y rápida para atajar el problema.

Mientras conocemos más detalles, esto sólo se puede valorar

haciendo supuestos. Supongamos que el (todavía) no detallado plan para evitar los embargos pone un suelo a la valoración de los precios de la vivienda (aunque los 50,000 mdd anunciados no parecen muy altos) y permite que el precio de los activos con subyacente hipotecario deje de caer, reduciendo el riesgo de pérdidas desconocidas si se compran a precios de hoy. Supongamos también que esto permite que un fondo con capital privado encuentre más fácilmente un precio para los activos tóxicos y los vaya sacando del balance de los bancos. Aunque el efecto sobre el capital es incierto y dependerá de la diferencia entre el precio pagado y al que están anotados, y del capital que liberen al salir del balance, es factible que esto lleve a más necesidades de capital en el sector bancario. Supongamos que el ejercicio de estrés *testing* es severo y realista en la valoración de los activos tóxicos y del aumento de la mora ante la recesión de EU. Y supongamos que, con todo lo anterior, haya una estimación realista y transparente de la falta de capital en el sistema bancario.

Tras todos estos supuestos, hay dos posibilidades. La primera es que el capital que se tiene que inyectar en el sistema esté disponible (aunque una porción de bancos en EU tengan capital suficiente, en otros podría ser el caso); bien porque lo que queda de gastar del TARP sea suficiente, bien porque si no es suficiente, el capital privado cubriría la diferencia. Esta última opción, sin embargo, es difícil porque al capital privado no va a entrar hasta que los balances se limpien y las valoraciones se estabilicen. Si el capital disponible no es suficiente, la única salida es que se inyecte capital público a estas entidades, algo que por ahora no está previsto (Geithner dijo en su comparecencia en el Congreso que *por ahora* no pedía más dinero).

Si una clave del éxito es, por tanto, que el diseño del plan sea efectivo y con principios claros, que las medidas se complementen unas a otras, que haya transparencia y suerte (que no haya imprevistos financieros por el camino que obliguen otra vez a improvisar); otra es que estén abiertos a la posibilidad de aceptar que el problema sólo se puede solucionar a través de pedir más fondos al Congreso.

Más allá de las dudas que se despejarán en las próximas semanas (desearíamos) o meses (muy arriesgado), nada de esto va a impedir que la recesión continúe en 2009, pero sí puede ayudar tanto a minimizar el impacto del deterioro cíclico, como a sentar las bases para que tras el necesario ajuste del sector financiero, la recuperación sea más sostenida. La historia ha enseñado cómo actuar, y la nueva administración parece decidida a no pecar de timorata. Ojalá sea así. Y que el Congreso les acompañe. ●

Economista Jefe Norteamérica, Servicio de Estudios BBVA

1/Financial System Latinwatch disponible en <http://serviciodeestudios.bbva.com>

Intercambie opiniones en el blog: www.elsemanario.com.mx/blogs



Intercambie opiniones en el blog: www.elsemanario.com.mx/blogs



Una clave del éxito es que el plan sea efectivo y que las medidas se complementen; otra es que estén abiertos a la posibilidad de aceptar que el problema sólo se puede solucionar a través de pedir más fondos al Congreso.

LOS POLÍTICOS FRENTE A LA CRISIS

Castillos en el aire, no



El Semanario / Fernando Luna

La nomenclatura mexicana, dicen los expertos, debe ser transparente, reconocer que es necesario asumir costos y predicar la austeridad en todos sus actos.

♦ La coyuntura, que siembra la semilla para resucitar el nacionalismo y el populismo, orillará a los gobernantes a reconocer que la pesadilla económica global no se acabará con actitudes viscerales, sino con medidas que no evadan la realidad y que llamen al trabajo sin rencores políticos.

José Luis Rodríguez Zapatero, hace unos días, renegaba de su realidad. La crisis, que se expresaba a través del creciente desempleo, hacía pensar al inquilino del Palacio de la Moncloa que el mundo estaba en su contra. De pronto, una idea pasó por su cabeza y, a partir de entonces, empezó a combatir al círculo rojo. Se trataba de la capacidad mental que siempre se mantuvo en su conciencia, pero que estaba dormida por el trajín político que no le había permitido recurrir a ella: la aptitud para actuar razonablemente y distinguir lo verdadero de lo falso.

El Presidente de España aplicó una estrategia básica que para los simples mortales era un clamor popular: aceptar la realidad, reconocer que el latigazo económico estaba afectando a miles de ciudadanos, que el culpable no era él sino las inercias del sistema financiero internacional y, sobre todo, que la raíz para solucionar el conflicto estaba en sus manos y en la de

muchos otros actores. Es decir, Zapatero predicó el sentido común y, gracias a éste, sus medidas para enfrentar la crisis han empezado a registrar el aplauso de una parte de la sociedad española, aunque todavía le falta un trecho para construir el proyecto económico que le permita recuperar el terreno perdido.

Esta estampa dentro del concierto internacional no es extraordinaria, sin embargo, sí es un destello de luz frente a otras experiencias que retratan a una clase política enfurecida con una realidad que se le ha escapado de las manos y que la ha llevado a enfrentarse con varios círculos sociales que se han encargado de poner en evidencia sus equivocadas decisiones para enfrentar el mal momento. Y México no escapa a estas malas sensaciones.

Así, expertos en la administración de crisis recomiendan varias medidas para sobreponerse a la coyuntura que van desde la necesidad de dejar de concebir a la política como un espectáculo, asumir

responsabilidades y ser sensible ante las demandas ciudadanas. Nada fuera de lo común.

De esta manera, sostienen que las descalificaciones –como llamar catastrofistas o traidores a la patria a los críticos– son una medida suicida, ya que la peor manera para enfrentar una crisis es negarla o rechazarla porque eso demuestra las dificultades para ubicar el fondo del problema, lo que llevaría a la aplicación de medidas tibias o mal dirigidas.

AL DIVÁN

La crisis está generando en los políticos mexicanos un proceso biológico que parecía sepultado: la involución. De acuerdo con el ojo clínico, la clase política –encabezada por el Presidente– está desempolvando el discurso nacionalista del viejo régimen priísta, que enarbolaba ciertos ribetes populistas y que mantuvo atrapada la conciencia de los ciudadanos durante décadas.

Bajo esta lógica, puede explicarse que el discurso político de hoy es parte de la vieja tradición política que hacía uso del nacionalismo patriótico que se caracterizaba por su superficialidad. “Es un regreso al peor de los



LOS LÍDERES EN SU TINTA

Nicolas Sarkozy

Presidente de Francia



"Europa debe proteger a los ciudadanos contra los riesgos de la mundialización. No hay que tener miedo de la palabra protección"

Mensaje entre líneas:

Quiere mandar la señal de coordinación, sin embargo, generaliza y eso en comunicación política es peligroso porque no cita los riesgos de la "mundialización".

Barack Obama

Presidente de EU



"No podemos enviar un mensaje proteccionista al mundo. Sería un error en un momento en el que el comercio mundial está declinando"

Mensaje entre líneas:

Es ambiguo. Incluso, suena a un discurso para el consumo interno de los estadounidenses que, en el fondo, mete miedo en la conciencia de los ciudadanos.

Wen Jiabao

Primer Ministro de China



"La crisis es global. Ningún país es inmune contra ella ni puede enfrentar solo sus problemas. La confianza es más importante que el oro o la divisa"

Mensaje entre líneas:

Su característica es la matización. China, tiempo atrás, no fue muy solidaria con el resto del mundo. Con estas líneas lanza un grito al consenso, cuando antes no lo hacía.

Gordon Brown

Primer Ministro de Gran Bretaña



"El mayor peligro que afronta el mundo es el repliegue al proteccionismo, que es el camino a la ruina"

Mensaje entre líneas:

Son palabras contundentes pero sin matiz, albergan una buena razón, pero se escuchan muy exageradas. Las verdades absolutas suenan bien, pero deben replantear las cosas.

Luiz Inácio Lula da Silva

Presidente de Brasil



"El proteccionismo no resolverá el problema de la crisis. No es justo que ahora que los países ricos están en crisis olviden su discurso sobre el libre comercio"

Mensaje entre líneas:

Le sobra razón. Sin embargo, para la naturaleza humana, a veces, esa justicia está muy bien y vende mediáticamente. Se trata de una frase muy ad hoc en época de vacas gordas.

Elaboración de análisis de contenido: Javier Puig, fundador y responsable de CGC Comunicación.

pasados, porque es recurrir a un discurso muy desgastado que, en el fondo, jamás ha promovido el nacionalismo democrático donde todos podríamos ser la solución a los males", dice José Fernández Santillán, analista político y catedrático del ITESM, campus Ciudad de México.

En ese sentido, los llamados a la unión de fuerzas –que han esgrimido varios representantes del Gobierno Federal– son atinados, conceptualmente hablando, pero no pueden soportarse por las inercias del pasado que convierten las declaraciones en demagogia y propaganda política, y no fomentan la razón pública, la creación de una opinión bien cimentada y la producción de ideas colectivas. En pocas palabras, un debate crítico de altura.

Ante estos elementos, los analistas se pronuncian, inicialmente, por bajar el debate político de la tramoya teatral, que atiza la intriga y el engaño.

Al respecto, Luis Arroyo, presidente de la empresa Asesores de Comunicación Pública, que tiene representaciones en varios países, expone que México mantiene el estereotipo de que la política es un espectáculo que siempre registra movimientos y pasiones desenfrenadas. Por eso, considera que no le vendría mal a la política mexicana ser un poco más aburrida, que no registre tantos sobresaltos, ya que estos polarizan y generan tensiones innecesarias. "Las teorías más actuales de la democracia dicen que está bien que la gente participe, pero también dejar que los políticos se pongan de acuerdo."

La política fina, entonces, es clave para resolver las inquietudes que hoy agobian al país. Así, como lo dicta una máxima que hoy parece romántica, sin una política institucionalizada, sería, solvente y con garantías, no puede existir un buen desarrollo económico y con certezas para la inversión.

EL CONTROL DE DAÑOS

Quienes gustan del análisis de contenido y redactan discursos operan bajo un principio: las palabras tienen poder y un mal calificativo puede tumbar cualquier estrategia. Así, se dice que si los efectos de la crisis están rompiendo todas las expectativas, el camino a seguir es: el Presidente tiene que diseñar un plan de comunicación y un manto de protección a su alrededor. Es decir, en un mundo donde privan los desafíos económicos, la teoría expone que la gente sigue los mensajes que le ayudan a entender los fenómenos y a prefigurar las salidas de escape. Junto con esto, el mandatario en cuestión tendría que contar con una esfera de colaboradores que le ayuden a parar los dardos de la oposición. Los presidentes que han sido capaces de no entrar en la refriega son los mejor posicionados en la opinión pública.

Después de esto, viene el ejercicio que, bien ejecutado, ayuda a minimizar los riesgos de una crisis económica. En la práctica, hay dos maneras de enfrentar la crisis: una, es negarla y, otra, asumirla con todos sus



El Semanario / Fernando Luna

Luis Arroyo recomienda lanzar mensajes en positivo.

costos. La primera opción, dicen los expertos, es la fórmula de lo que no se debe de hacer porque, tarde o temprano, los peores augurios se confirman y eso sería el suicidio político de cualquier gobernante. La otra es aplicar lo que los estadounidenses llaman "rally on the flat", que significa reconocer una situación complicada y pedir ayuda, bajo la tesis de que ante una crisis económica la gente de manera natural busca una guía, que puede ser el Presidente.

¿Qué hay en el fondo de esta táctica? Razones y emociones. Luis Arroyo, quien fuera colaborador de José Luis Rodríguez Zapatero, explica que los ciudadanos se formulan tres preguntas para medir la altura de un líder político: ¿Es un líder fuerte? ¿Puedo confiar en él? ¿Se preocupa de la gente como yo? En el fondo de estos cuestionamientos está la necesidad de la gente por tener a alguien que les alimente confianza, más aún, en tiempos de crisis.

La pelota, en todo caso, está en la cancha de los políticos. Javier Puig, director general de CGC Comunicación –empresa ubicada en España y experta en el manejo de crisis–, dice que la regla de oro en la Comunicación Política es decir la verdad, ya que gracias a ella se construye la confianza. Dicho esto, ésta podría ser una llamada de atención para quienes demeritan los efectos de la crisis, ya que alborotan la zozobra, y el mensaje que en realidad se manda es que las cosas no están caminando bien.

"Cuando se trata de minimizar una realidad, los ciudadanos creen que se les está tomando el pelo o, lo que es peor, que los políticos no se enteran de lo que verdaderamente está ocurriendo. Infantilizar al ciudadano provoca rechazo", cita Puig.

Acto seguido, el simple mortal quiere saber tres cosas: ¿Por qué se dio la crisis? ¿Quién es el responsable? ¿Qué se está haciendo para salir de ella? Las primeras

dos no siempre son fáciles de explicar, sobre todo, porque las responsabilidades son esparcidas. El político, sin embargo, puede dar explicaciones de la tercera, aunque sea un poco difícil, pero abona a crear la percepción de que alguien se está ocu-

*Pretender no perder
votos por una
crisis económica
es imposible. Una
estrategia que busque
evitar la sangría
de preferencias está
dirigida al fracaso.*

pando de cambiar la mala suerte. Esto, aquí y en China, se llama sentido común, pues como ocurre en cualquier casa, cuando algo malo sucede, se busca al jefe de la familia. Ni más ni menos.

Después, vienen otras dos medidas que, de antemano, provocan urticaria en la clase política: primero, el gobernante tiene que transmitir a los ciudadanos la idea de que se tendrán que hacer algunos sacrificios y aquí la política de austeridad es la mejor consejera, lo que significa que los políticos deben predicar con el ejemplo; segundo, es necesario entender la labor de los medios, por lo que no se vale confrontarse con ellos

porque se estaría “matando” al mensajero de la comunicación positiva que se pretende pregonar.

Además, los tomadores de decisión están obligados a contar con un “colchón de reputación”. Esto quiere decir que si hay un gobierno con mala reputación, cualquier cosa que diga, no será tomada en serio. Y una última cosa: pretender no perder votos por una crisis económica es imposible, una estrategia que busque evitar la sangría de preferencias está dirigida al fracaso. Siempre se pierde un poco de confianza y no reconocerlo significaría no ser transparente.

Dicho esto, y a nivel micro, la clase política mexicana podría tener una gran oportunidad para cambiar el mal estigma que pesa sobre su espalda. Incluso, no sería descabellado decir que podría ser afortunada por un factor: la crisis no es su culpa, en todo caso, la culpa de esta pesadilla es de las políticas neoliberales, pero éste es un término muy abstracto y no se puede personificar en alguien en lo particular, por lo que tendría el espacio para presumir su capacidad para unir fuerzas, construir un proyecto de largo plazo y ya no renegar de la realidad. ●

Por Jonathán Torres.

CARLOS ALAZRAKI GROSSMANN/Director de Alazraki e Asociados Publicidad

“Los mercadólogos y publicistas son tontos”

Él y su historial profesional cargan con la polémica. Así, cuando México se prepara para dejarse atrapar por una apasionada jornada electoral, Carlos Alazraki —a quien se le reprocha vender candidatos como si fueran productos— dibuja un sombrío panorama ya que no habrá campañas con buenas ideas y, mucho menos, que reflejen las preocupaciones sociales. En pocas palabras, y sin andarse por las ramas, sentencia: “Es una tontería el manejo de los mensajes políticos”.



El Semanario / Fernando Luna

¿Qué valoración hace de los recientes spots políticos?

He visto muy pocos porque veo muy poca televisión, pero nunca critico a mis colegas. Si ellos creen que están haciendo lo correcto, los felicito, aunque casi todos no están en lo correcto. Sin embargo, eso no importa. En una elección intermedia vota entre 42 y 46% de la gente. La mayoría de este porcentaje es voto duro. Al resto no le importa lo que ocurra en la elección. Entonces, la publicidad no cambia mucho las cosas. A la mayoría de la gente no le interesan los spots porque no van a votar.

Quizás los spots captan su atención cuando el asunto que abordan los afecta...

Ni tanto. ¿Bajo qué justificación se le da el derecho al IFE de disponer de 11 millones de spots? Coca-Cola, por ejemplo, no gastaría 11 millones de anuncios, durante seis meses, para vender sólo cinco productos. En mi opinión, es una tontería el manejo de los mensajes políticos. Claro, quienes pierden son los ciudadanos porque captan malos spots.

¿Hay alguno que no sea tan malo? Paso lista y todos son malísimos. Están totalmente afuera de una estrategia.

El controvertido publicista asegura que el 5 de julio ganará el abstencionismo.

¿Y por qué no colabora para mejorar su contenido?

No. Yo soy 100% privado. Me encanta la grilla, me divierte, pero ahorita prefiero no perder el tiempo. Además, no soy de los que andan buscando chambitas. Soy muy bueno y caro.

¿Considera que hay una tendencia por subestimar a la gente?

En cierta medida. Quienes los subestiman son los que hacen los anuncios pensando que la gente es tonta. Sin embargo, lo que hay es una comunidad de publicistas y mercadólogos tontos. Basta ver los anuncios para confirmarlo.

¿Qué elementos debería tener un buen spot?

Te diría, pero por ego profesional no lo hago. Me robarían la idea. Sin embargo, es facilísimo (elaborar el mensaje). Los elementos están a la vista.

¿Sirve la mercadotecnia política?

Sí. Vayamos al pasado: Ernesto Zedillo fue el primer candidato en hacer publicidad masiva en televisión. Él, en aquel entonces, creía en la publicidad y en la mercadotecnia política, y contrató a profesionales. Yo estaba

entre ellos y ganamos. Ahora, varios años después, hay nuevos jugadores en esta industria, que no tienen mucha experiencia pero saben muchas teorías. Además, los golpes de la profesión misma los ayudan a armar su carácter. Hoy, tenemos mucha competencia.

Usted ha sido un publicista polémico. Sus campañas políticas han alterado conciencias. No cree que sus frases de campaña, a veces, rebasaban al propio candidato. ¿Y eso no era un error?

Sí, muchas veces ocurrió eso, pero, por ejemplo, Roberto Madrazo no ganó (en el año 2000, Alazraki fue el publicista del precandidato del PRI, quien hizo campaña con el slogan: “Dale un Madrazo al Dedazo”). En lo personal, trato de hacer el mejor trabajo. He hecho más de 35 campañas y, en general, diría que la mayoría de ellas han sido demasiado frescas. La verdad es que intento evitar los mensajes de confrontación. Recorro a ellos a menos que tenga que hacerlo.

Pero sus campañas le han valido críticas, se le acusa de ensuciar la democracia y dar inicio a la guerra sucia en las campañas...

No me importa. Muchas de esas críticas son pagadas, no son ciertas.

¿Cuál ha sido la campaña que más le ha gustado?

Una es la que le ayudé a hacer al Partido Verde, en Cancún, cuando ganó, a pesar de tener todo para perder. Fue una campaña sencilla, pero muy inteligente. Otra que me encantó fue la de Arturo Montiel, quien después ganó la gubernatura del Estado de México (su slogan fue: “Los derechos humanos son para los humanos, no para las ratas”).

¿Hoy, cuál sería una buena frase de campaña?

No sé. No he visto las encuestas y no estoy metido en esta elección.

Apenas están iniciando las campañas, sin embargo, y como una lectura preliminar, ¿hay alguna que vaya en el camino correcto?

No, hasta ahorita no. La elección es en julio, hoy estamos en febrero, y la gente tiene otras prioridades mucho más importantes que ir a votar. Creo que la elección estará llena de errores. El IFE se ha convertido en una central de medios, sin saber qué es.

¿Será importante el carisma de los candidatos?

Sí, pero se impone la geopolítica. Por ejemplo, si vas a Guanajuato sabes que es tierra del PAN, el DF es del PRD. Bajo esta lógica, que nadie piense que habrá grandes cambios. Claro, las elecciones presidenciales son otra cosa. De hecho, no creo que el PAN conserve la Presidencia.

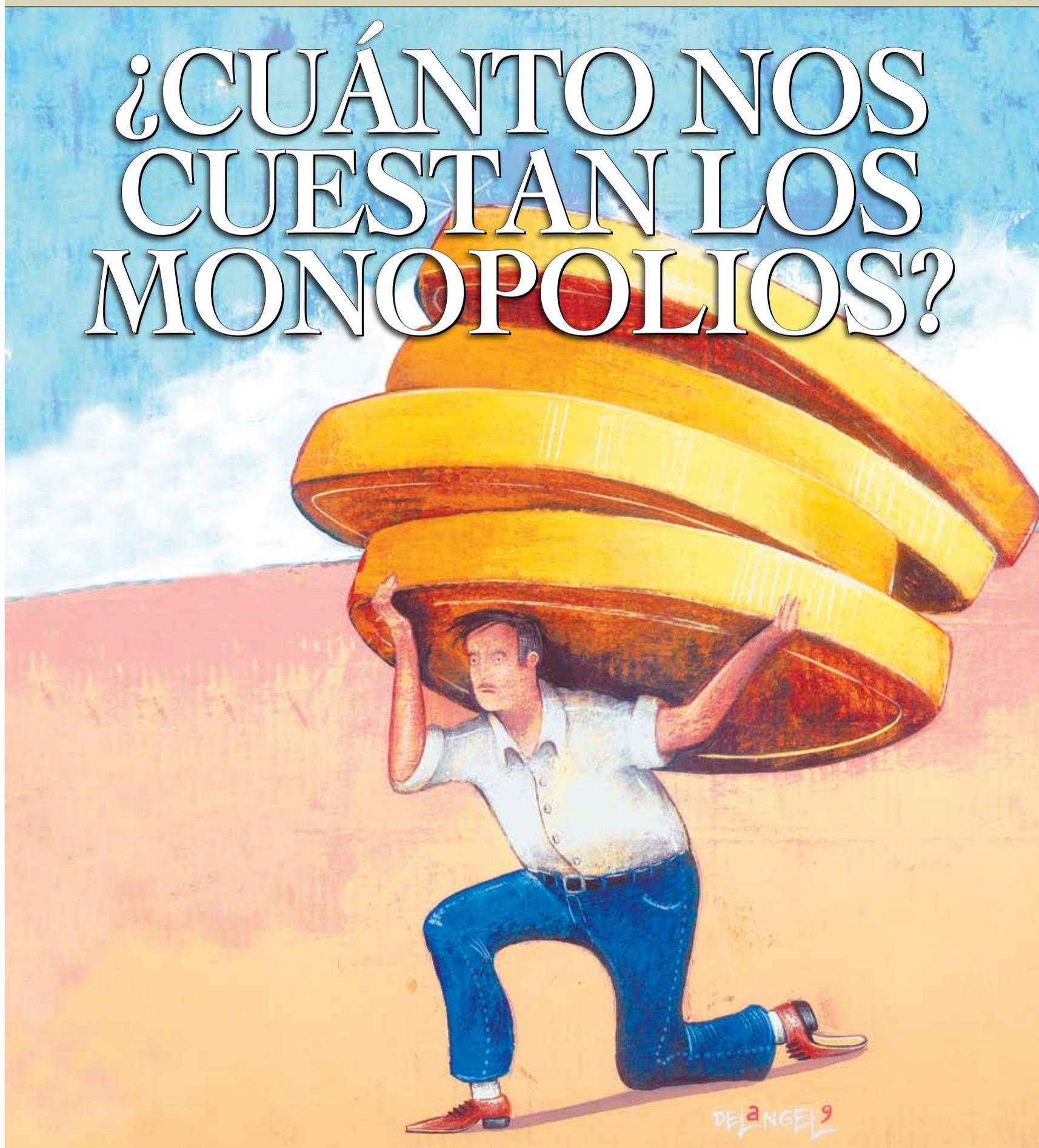
¿Algo más?

No. Para esta ocasión, los partidos tratarán de experimentar en Internet, pero este instrumento todavía es muy pequeño. El promedio de usuarios es de 14 años, lo que significa que el ciberespacio podría empezar a incidir hasta el año 2012. ●

Por Erick Zúñiga y Benjamín Álvarez.



¿CUÁNTO NOS CUESTAN LOS MONOPOLIOS?



◆ El impacto por la falta de competencia en México ya tiene precio: los ciudadanos gastan 30% de su ingreso en sectores donde mandan las empresas dominantes y los precios que se pagan por bienes y servicios resultan 40% más caros.

La Comisión Federal de Competencia (CFC), muy pronto, volverá a desatar los demonios. Eduardo Pérez Motta, su presidente, mantiene en resguardo un expediente que vale oro porque pondrá al descubierto un fenómeno del que nadie se salva: el peso de los monopolios, que perfora el ingreso real de

los consumidores y profundiza la desigualdad de la distribución del ingreso.

El estudio, que hoy está en la etapa de validación de datos, será implacable, ya que desnudará las múltiples desventajas que existen en un mercado donde pocos mandan, y cuyas conclusiones dejarán la sensación de que México es un paraíso para los monopolios públicos y privados, pero una pesada carga para los consumidores. En resumen, la CFC –al margen de no decirlo públicamente– deslizará la idea de que el impacto de los monopolios en el bolsillo de los consumidores es (y será) una especie de impuesto oculto.

El autor de este documento –financiado por la Organización de Cooperación y

Desarrollo Económico, y que cuantificará el impacto en el bienestar social por la falta de competencia– es Carlos Manuel Urzúa, director de la Escuela de Graduados en Administración Pública y Política Pública (EGAP). En entrevista, el académico adelanta: “Tratamos de ponerle número al costo de los monopolios, en términos de felicidad y de bienestar; no es ponerle números en términos de pesos porque, en todo caso, eso se puede hacer con las comparaciones internacionales, sin embargo, me atrevería a decir que 5% del Producto Interno Bruto (PIB) es la pérdida por no haber competencia en todos los mercados, y esto es mucho más de lo que se puede recabar con el ISR y el IETU.”



El Semanario / Fernando Luna

Pérez Motta sostiene: cuando hay competencia, el ingreso real es mayor.

El estudio del investigador del ITESM concluye que, en esos sectores sin competencia, el sobreprecio es de 40%, con lo cual el impacto en el gasto total de las familias mexicanas es de 12%. Ése es, por tanto, el pedazo de la canasta del que se apropian compañías de sectores sin competencia.

QUIÉN MANDA AQUÍ

Cada tres meses, representantes de la Secretaría de Economía (SE) sostienen una reunión con directivos de la industria farmacéutica para analizar el costo de los medicamentos para

el público. Sin embargo, lo que allí brilla es el simple protocolo y nada más, ya que los encargados de aglutinar los datos de los precios son los laboratorios, mismos que después envían la información a la dependencia, para que más tarde sea discutida en las reuniones trimestrales donde participan la Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica (Canifarma) y la Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica (AMIIF).

¿La Profeco? Su papel está acotado y redundante, ya que se limita a supervisar que los

laboratorios no vendan los fármacos por arriba del precio máximo que ellos mismos establecieron, conforme a una fórmula acordada con la SE. Al respecto, el estudio "Las políticas de precio y reembolso en México", elaborado por la OCDE, consigna que las farmacéuticas se monitorean a sí mismas pues son las primeras interesadas en que ningún socio viole el precio máximo para no provocar una reacción política que presione a cambiar el esquema.

El asunto es que este arreglo, que les permite a ellas hacer creer que dan descuentos de 30 a 40% sobre el precio en etiqueta, coloca a México como uno de los países con precios de medicamentos más altos en el mundo, según la agencia especializada Espicom Business Intelligence (EBI). Es también un claro ejemplo de lo que ocurre con los precios cuando las autoridades, sometidas a las empresas, limitan su papel a observar el mercado, mientras las reglas son impuestas por los propios jugadores del sector.

En momentos en que la recesión económica reduce el poder adquisitivo de los mexicanos a niveles históricos, y las preocupaciones por el despegue del desempleo refuerzan el poder

de los jugadores dominantes, surgen nuevos datos sobre la renta monopólica de compañías privadas y públicas. Así, el control que ejercen empresas como Telmex (en la industria de las telecomunicaciones), Pemex (en la comercialización de combustibles) o la CFE (en la generación y distribución de electricidad) impacta directamente en precios de productos y tarifas, fenómeno que se traduce en que alrededor de 30 centavos de cada peso gastado por los consumidores mexicanos tiene que ver con un sector sin competencia suficiente. En esta categoría también caen sectores que, sin tener un jugador dominante, están conformados por un grupo de empresas que actúan en bloque para fijar precios en su mercado que permitan márgenes más amplios que los que obtienen en otros países.

De esta manera, en el caso del mercado farmacéutico—cuya distribución está concentrada en un pequeño grupo de compañías que encabezan Grupo Casa Sabay y NADRO—se registra un sobreprecio de 30%, que equivale a 2,670 mdd anuales. Como contexto, el mercado privado de medicamentos en México está valuado en 8,900 mdd y, antes de la crisis, crecía a una tasa de 4%.

SERVICIOS, EMPLEOS, INVERSIONES...

BAJO LA VOLUNTAD DEL DOMINANTE

El costo social de los monopolios es un asunto muy debatido por los teóricos de la economía. El monopolio siempre conduce a una ineficiencia en la asignación de recursos, lo que significa que la producción del bien o servicio monopolizado es menor a la que se alcanzaría en un mercado competitivo, y el precio que tienen que pagar los consumidores es más alto.

La argumentación teórica es clara: el monopolista, al contrario que en un mercado de competencia perfecta, no es precio aceptante, sino que tiene poder de mercado. Esto quiere decir que no es la confluencia de muchos compradores y vendedores lo que fija el precio, sino que ninguno de ellos pueda influir sobre él, sino que el monopolista lo establece según su voluntad. Y su voluntad consiste en subir el precio hasta adecuarlo al que mejor se ajusta a sus intereses, que no es otro que el de maximizar beneficios.

Al incrementar el precio, y dado que la pendiente de la curva de demanda es negativa, la cantidad producida disminuye. Esta ineficiencia del monopolio, según la cual se satisface menos cantidad de un bien a un precio mayor, permite al monopolista sustraer una parte del bienestar del consumidor, monetizarlo y así engrosar sus beneficios.

Esta situación de poder de mercado, bien por la presencia de un monopolio o por la colusión de unas pocas empresas grandes en un deter-

minado sector, es campo trillado en México, y muy en concreto en cuatro de sus segmentos económicos: transporte, telecomunicaciones, bancario y energético. Y esto tiene varias implicaciones negativas para su economía.

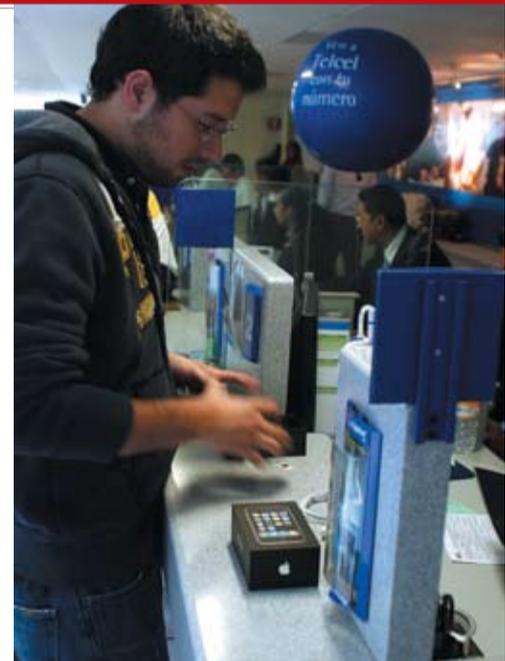
1) Según el estudio objeto de análisis en este reportaje, el bienestar social de los mexicanos se ve menguado a una tasa promedio de 30%, debido a la existencia de los monopolios. Ése es el costo social de tener que pagar más por menos.

2) Dado que el monopolista produce menos de lo óptimo en un mercado competitivo, también hace un menor uso de otros factores productivos, entre ellos el trabajo, lo que supone un menor dinamismo del empleo y otros sectores.

3) Como el monopolista no tiene que competir, no precisa invertir para fomentar la innovación o mejorar su producto, gastos que irían en detrimento de sus beneficios. En consecuencia, el monopolio puede conducir a un deterioro en la calidad del bien o servicio que suministra.

4) El hecho de que el monopolista establezca un precio más alto por sus servicios en relación a un mercado de competencia perfecta, sea éste un medio de transporte, la telefonía, un crédito o la luz, implica que también se encarezcan otros productos que usan esos factores, minando la competitividad de la economía mexicana.

5) Si el nivel general de precios es más ele-



El Semanario / Fernando Luna

Una empresa dominante puede afectar el servicio.

vado por la existencia de los monopolios, algo que socava el bienestar social, ¿no contribuiría a reducir la inflación mercados más competitivos? ¿Y no vendría eso muy bien ahora que la crisis arrecia y que Banxico suspira por menores tasas de inflación que le permitan bajar éstas de manera más agresiva, para reactivar a la economía? ●

Por José Miguel Moreno



INVESTIGACIONES DE BAJO IMPACTO

La mayoría de las investigaciones que realiza la CFC tardan varios años en comprobarse y, por lo tanto, en aplicarse las sanciones correspondientes, las mismas que se miden en términos de salarios mínimos y no como porcentaje de las ventas de los transgresores de las prácticas de sana competencia.

CONCENTRACIÓN FERROVIARIA



Asunto: Intento de fusión de Ferromex y Ferrosur para crear una sola empresa

que controlara el mercado ferroviario.

Fecha de inicio: Marzo de 2003

Fecha de cierre: Noviembre de 2006. Se rechaza por segunda ocasión la fusión.

Monto de la multa: 400 mdp*

*Información proporcionada por Kansas City Southern de México.

REFRESCOS DE COLA



Asunto: Condicionamiento en los puntos de venta detallistas para

desplazar refrescos de otras marcas en contra de 15 distribuidores y Coca Cola Company.

Fecha de inicio: Junio de 2003

Fecha de cierre: Mayo de 2007

Monto de la multa: 157 mdp

VALES DE DESPENSA



Asunto: La CFC ordenó a las principales cadenas de autoservicio

vender Prestaciones Universales, empresa que era de su propiedad y dedicada a la emisión de vales.

Fecha de inicio: Septiembre de 2000

Fecha de cierre: Enero de 2009

Monto de la multa: 45.5 mdp

SERVICIOS DE TELEFONÍA



Asunto: Telmex se niega a renovar un contrato con una empresa dedicada al enlace

entre los clientes y los servicios de emergencia en Ciudad Nezahualcóyotl, Estado de México.

Fecha de inicio: Septiembre de 2003

Fecha de cierre: Enero de 2006

Monto de la multa: 4.5 mdp

En sectores sin competencia, el sobrepeso es de 40%, con lo cual el impacto en el gasto total de las familias es de 12%. Ése es, por tanto, el pedazo de la canasta del que se apropian compañías de sectores sin competencia.

Así, como lo señala el Banco de México en su Informe de Inflación octubre-diciembre de 2008, en un sector con altas barreras de entrada, los productores tienen poder de mercado para fijar precios superiores al costo marginal de producción de los bienes que ofrecen (ver gráfica). “Dichos precios serían superiores a los que se observarían en un mercado más competido”, dice el Banco Central.

Entonces, lo que ganan los monopolios lo pierden los consumidores. Entre diciembre de 1994 –inicio de la crisis devaluatoria que derribó el PIB en más de 6%– y enero de 2009, el precio de la tortilla aumentó 1,097.3%, el de la leche 538.8%, el del huevo 502.6% y el del kilogramo de bistec 304.2%; el salario mínimo sólo se incrementó 258.87% en términos nominales, indica un análisis de la Universidad Obrera de México. La diferencia en el comportamiento de los precios en un mercado con competencia, frente a uno sin ella, la ilustran dos insumos de la industria de la construcción: el acero y el cemento. Los cambios constantes en el precio de la varilla en los últimos años en el mercado local se deben a que reacciona rápido a la volatilidad del precio internacional, señala Ramiro Tovar, especialista en temas de competencia del ITAM. Es un mercado competido. En cambio, el precio del cemento en México está cerca del doble de lo que cuesta en EU y Canadá, lo que refleja el

poder de fijación de precios de las cementeras.

Cuando hay un referente de precios internacional, es difícil para las empresas ponerse de acuerdo para fijar precios locales. La competencia entre Kimberly Clark, Mabesa y SCA México es auténtica porque dependen de los precios internacionales de la pulpa de madera para elaborar papel *tissue*; del mismo modo que Femsa Cerveza y Grupo Modelo no se coordinan para fijar el precio de sus bebidas porque sus costos están determinados por el costo en dólares de la cebada. A pesar de ser sectores concentrados en pocos jugadores, hay competencia.

Pero los consumidores pierden ante los monopolios no sólo con altos precios. Cuando Telmex invierte en postergar la competencia evita invertir en ganar usuarios con servicios diferenciados. A población de bajos ingresos, por ejemplo, podría ofrecerles conexión en horas de bajo tráfico y velocidad menor pero a tarifas reducidas, mientras que para el enorme mercado de jóvenes podría tener un plan con conexión al celular y precios diferenciados por día y horario, dice Martha García-Murillo, académica de la Universidad de Siracusa, EU.

En lugar de eso, los precios de Telmex son estandarizados, limitados a un puñado de paquetes, sin innovación y ajenos a las necesidades específicas de cada sector de consumidores. “Si yo fuera Telmex aprovecharía los distintos tipos de mercado de México”, dice García-Murillo.

¿Y LA AUTORIDAD?

Un cambio en la forma de licitar del IMSS, que al cerrar la puerta a la posibilidad de que los laboratorios se pusieran de acuerdo en sus posturas, produjo ahorros por 19,600 mdp en los dos últimos años. Este caso, considera la CFC, es un ejemplo de las ventajas de la competencia. Y en alguna medida lo es. Pero lo que impulsa al gobierno para tomar cartas en el mercado de los medicamentos es la amenaza sobre las finanzas públicas.

Por eso, desde finales de septiembre de 2008, el gobierno negocia, a través de una comisión formada ex profeso,

los precios de los medicamentos de patente que compra el sector público. En principio, los laboratorios ofrecieron descuentos de 2 a 3%, aunque las autoridades aspiran a ahorros de 10%, lo que significa 466.1 mdd. La primera fase de negociación culminó el 15 de noviembre. El sector público representa 27.1% del mercado mexicano de

El origen y fortalecimiento de los monopolios son producto de una Presidencia débil. A esta conclusión llega el catedrático, ex colaborador de AMLO, quien sostiene que en México no existe el arrojo para equilibrar las reglas del juego en los mercados. Además, presume que las empresas dominantes –tanto del sector público como del privado– no piensan en el bienestar social de los ciudadanos.

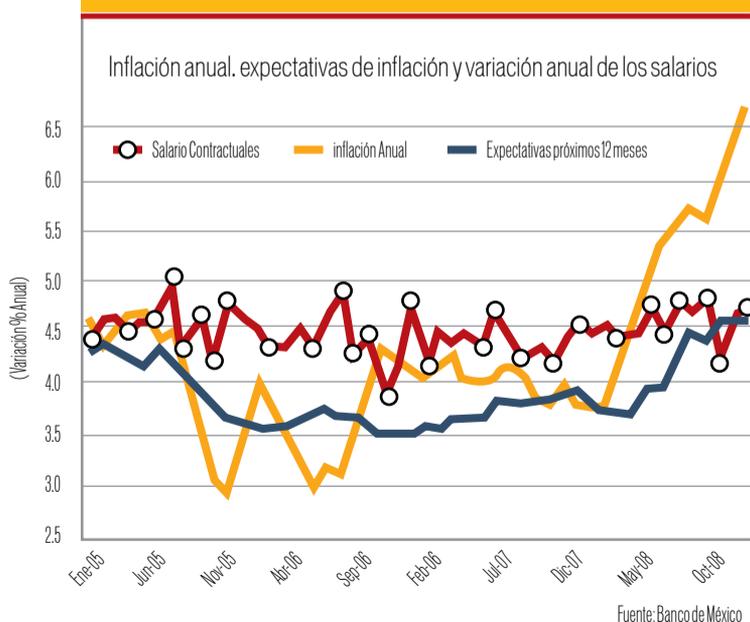
¿Por qué el tema de competencia se ha arrastrado tanto tiempo en México?

El gobierno es miope. Yo creo que las privatizaciones fueron necesidades monetarias, en algunos casos como Telmex, y quizás un poco de imprudencia de no pensar en el valor presente del bienestar social de los mexicanos. Cuando se vendió Telmex había un impuesto al uso del teléfono como de 15%, y el precio que se cobró a los consumidores fue el mismo de antes, incluyendo este impuesto, y esto no es un problema únicamente de Carlos Slim, sino de todos. No quiero satanizar a Carlos Slim, quien es un gran empresario, pero es sólo un ejemplo.

¿La competencia se puede estimular con la entrada de más jugadores?

Lo importante no es el número de empresas que participan en determinado sector, más bien se trata de cuántas lo controlan, cuál es su dominancia. Por ejemplo, en el caso de los bancos, hay más de 50 instituciones, pero obviamente Banamex, Banco-

MENOR PODER DE COMPRA



**VENTA DE HARINA DE MAÍZ**

Asunto: Prácticas monopólicas en la producción y distribución de harina de maíz contra una

subsidiaria de Maseca que opera en Yucatán.

Fecha de inicio: Marzo de 2000

Fecha de cierre: Agosto de 2001

Monto de la multa: No se informó, pero bajó por un recurso interpuesto por la empresa.

medicamentos, calculado en alrededor de 13,800 mdd. La SE y Canifarma declinaron comentar sobre las conclusiones de las negociaciones.

Pero de lo que nadie duda es que la recesión económica no ayuda al fomento de la competencia. Incluso, es la peor de las circunstancias en cuanto a la competencia, porque la

escasez y alto costo del financiamiento aleja la posibilidad de que un nuevo competidor se arriesgue a invertir en un mercado que de por sí tiene barreras de entrada.

De esta manera, agrega García-Murillo, como regulador o gobierno no conviene en estos momentos de desempleo al alza ponerle condiciones a un dominante como, por ejemplo, Telmex: "La posición del gobierno es difícil para intentar que Telmex abra sus redes. Hay evidencia de que cuando un gobierno fuerza a un competidor a abrirse a la competencia la inversión en ese sector baja."

La falta de resultados es evidente en las propias empresas estatales. De hecho, no se ha superado ni la etapa previa, que es saber cuánto cuesta producir la energía en México y cuánto se subsidia su consumo, dice Gabriel Quadri, director de EcoSecurities, empresa de

energía renovable. Hay tarifas por región, las fórmulas para calcularlas son complicadas, se otorgan subsidios por sectores de actividad, por producto y por segmento de consumidores, por lo que en algunos casos las tarifas son más altas que en otros países. "No se puede saber si la electricidad es más o menos cara".

Bajo estos escenarios, el gobierno está superado en varios frentes. La falta de una regulación eficiente y de una oficina con capacidad para aplicarla provoca, por otro lado, que empresas mineras y automotrices paguen la cuenta por los conflictos de las dos empresas que dominan el transporte ferroviario, Ferromex y Kansas City Southern de México. La deficiente regulación en materia de derecho de paso y servicios de interconexión ha colapsado el plan de integración regional, diseñado en la privatización llevada a cabo hace 14 años, dice un experto que pidió el

anonimato. Los litigios entre las empresas se acumulan en los juzgados, mientras que los usuarios afrontan altas tarifas e ineficiencias por no tener más alternativa que sujetarse a las condiciones puestas por los operadores.

En conclusión, lo más valioso, para muchos, es tener empresas grandes y exitosas en México, aunque los consumidores tengan que asumir un sobreprecio. Por eso, para disminuir la pesada carga, la CFC debe tener un mayor respaldo jurídico y disponer del margen para la aplicación de sanciones más severas, que se traduzcan en castigos implacables para quienes atenten contra la sana competencia. "¿Por qué no queremos vivir con los cárteles del narcotráfico, pero sí con los cárteles económicos?", se pregunta Pérez Motta. Su interrogante, por el momento, no tiene una respuesta clara. ●

Por Zacarías Ramírez

CARLOS MANUEL URZÚA MACÍAS / *Director del EGAP del ITESM*

"No quiero satanizar a Slim"

mer y quizás un poco Santander, son realmente los que controlan hasta la Asociación Mexicana de Bancos (ABM). Hay una autoridad que legalmente podría intervenir de manera más nítida y directa. Por ejemplo, la CFC está haciendo un buen trabajo, pero le faltan muchos dientes, y tiene que acabar dando su opinión y esperar a que los otros se amparen.

¿Tenemos un gobierno endeble ante los monopolios?

Creo que tenemos una Presidencia muy débil y, hasta cierto punto, atemorizada por los grandes poderes, sobre todo los televisivos. Espero que algún día se pongan a pensar porqué tengo tanto temor, hasta que no llegue a la Presidencia alguien que quizás en ese sentido sea un poco más arrojado, simplemente no sucederá nada.

¿Cuál es el papel de los monopolios estatales?

Pueden subsidiar o no subsidiar. Por ejemplo, en el caso del precio del diesel y la gasolina son más altos considerando el tipo de cambio, en realidad en estos momentos los mexicanos no estamos recibiendo un subsidio y lo mismo sucede de vez en cuando con el gas. Hay subsidios, pero también puede que nos hinquen el diente, pero el problema de los monopolios estatales, antes de esta parte, es que son penosamente ineficientes. Pemex es una compa-



El Semanario / Fernando Luna

ñía petrolera sumamente ineficiente en términos de gasto en nómina, en términos de corrupción, de progreso tecnológico, inclusive, desde el punto de vista administrativo. Pero también está el caso de los sindicatos poderosos, que nos extraen rentas muy altas, como es el caso del sindicato magisterial y el IMSS.

¿Qué falta hacer para combatir realmente a los monopolios?

Me parece que la CFC tiene que ser realmente el organismo regulador, pero el reto en México está en cómo lograr que haya más coherencia para evitar la captura regulatoria. No estoy muy seguro de qué hacer, pero las comisiones sectoriales y los organis-

mos autónomos tienen personas muy calificadas, que al menos en el papel no han tenido nada que ver con los posibles captores. Eso es lo mínimo que uno podría esperar, pero el problema es que los partidos, sobre todo los grandes, disputan con el gobierno las posiciones en organismos clave. ●

Por Roberto Aguilar



RESCATE DE MOROSOS

¡No más crédito!

Los bancos que operan en México saben que sólo existen dos caminos para reducir los niveles de morosidad de los usuarios de tarjetas de crédito: sumar a sus clientes los programas de apoyo, que implica una aparente reducción de la tasa de interés y el congelamiento del plástico, y la otra alternativa es dejar de expedir tarjetas de crédito y elevar los estándares y requisitos para el otorgamiento del dinero plástico, que meses atrás se relajaron y contribuyeron al crecimiento desordenado en la base de tarjetas de crédito.

Pero las instituciones optaron por la combinación de ambas medidas y el escenario que se anticipa, según especialistas, es una afectación directa al de por sí desanimado consumo interno, por lo que la banca deberá de diseñar nuevas estrategias para evitar una parálisis del crédito y el crecimiento de la cartera vencida.

Hace unas semanas Banorte y HSBC hicieron sendos anuncios. Ofrecieron a sus clientes de tarjetas de crédito una rebaja de hasta 50% en la tasa de interés y la posibilidad de entrar a un esquema de pagos fijos para cubrir el adeudo total en un plazo de hasta 60 meses.

Pero que ambas instituciones dieran a conocer su estrategia, dista mucho de ser un ejemplo de como los bancos se "preocupan" por sus clientes. De acuerdo con información proporcionada por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), correspondiente a diciembre, HSBC y Banorte fueron los bancos que reportaron el índice de morosidad en tarjetas de crédito más elevado del sistema, con 15.53 y 12.43%, respectivamente.

Es un hecho que con los programas de reestructura, el riesgo se minimiza porque el cliente ya demostró por lo menos su dis-

♦ Los bancos pusieron un alto al otorgamiento de tarjetas de crédito y lanzaron planes de apoyo para tratar de frenar el aumento en la cartera vencida. Por el momento, la estrategia está dando buenos resultados, pero no implica que el problema se haya solucionado por completo.



¿EJEMPLO O NEGOCIO?

HSBC y Banorte son los bancos que presentan la mayor morosidad.

BANCO	IMOR
HSBC	15.53%
Banorte	12.43%
Scotiabank	11.21%
Santander	10.74%
Banamex	9.36%
Bancomer	9.19%

Índice de Morosidad, diciembre 2008.

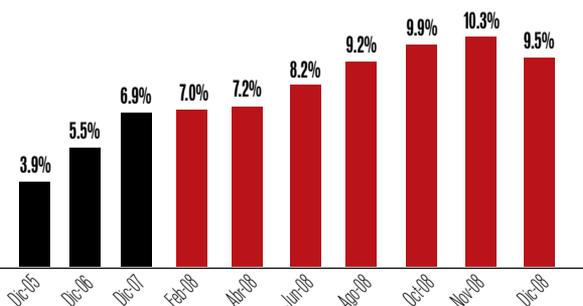
Fuente: CNBV

empolvieron sus esquemas de apoyo dirigidos a los clientes cumplidos, quienes exigían un reconocimiento al pago en tiempo y forma de sus adeudos, ya que los programas del sector bancario, en general, estaban enfocados sólo a los clientes morosos.

Aunque Banamex ofrece desde hace meses un Contador Personal, un esquema que reconoce el pago puntual consecutivo del tarjetahabiente y una tasa diferenciada dependiendo del nivel de cumplimiento, recientemente instrumentó un plan personal de pagos, mediante el cual los clientes cumplidos pueden reducir, según la propia institución, hasta 20 puntos porcentuales la tasa de interés que se mantiene fija hasta liquidar el adeudo. Eugenio Zubiría, director de Tarjetas Banamex, informa que en los últimos 14 meses, Banamex reestructuró adeudos de 130,000 clientes que equivalen a un monto de 6,000 mdp.

ÍNDICE DE MOROSIDAD TARJETAS DE CRÉDITO*

El indicador comenzó a mostrar una caída a finales de 2008.



*Se incluye Sofom tarjetas Banamex y Sofom Santander consumo

Fuente: Banxico y ABM

posición a liquidar, aunque esto implique un costo mayor que se diluye en el tiempo al ofrecer un esquema de pagos fijos. Además las instituciones pueden retener al cliente por lo menos durante la vigencia del convenio, que en algunos casos puede ser hasta por 5 años.

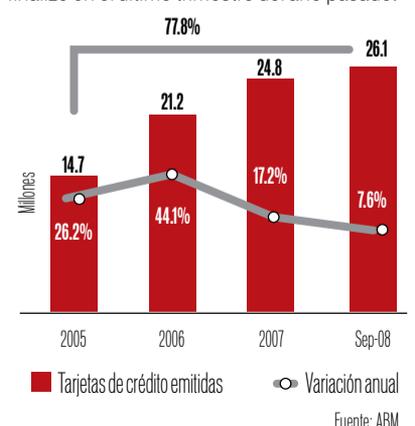
Angélica Bala, quien funge como directora del área de calificaciones de instituciones financieras de Standard & Poor's, opina que los programas facilitan el pago de las deudas, pero al mismo tiempo crean malos precedentes porque los deudores se quedan con la idea de que siempre recibirán ayuda.

"En general, al bajar la tasa de interés o alargar el plazo de la deuda, los bancos ya asumen una pérdida, pero se hace bajo la esperanza de tener una recuperación mayor sobre el crédito", dice la especialista.

Los anuncios de HSBC y Banorte quisieron ser capitalizados mediáticamente por BBVA Bancomer y Banamex, instituciones que des-

EMISIÓN DE TARJETAS DE CRÉDITO

El dinamismo en el otorgamientos de plásticos finalizó en el último trimestre del año pasado.



Fuente: ABM



PROGRAMAS DE RESCATE PARA USUARIOS DE TARJETA DE CRÉDITO

BANORTE

Ofrece un descuento de hasta 50% en la tasa actual del cliente y liquidar el monto de su adeudo a través de pagos fijos hasta en 60 meses. Aplica tanto para clientes morosos y cumplidos.

**HSBC**

Baja hasta 60% la tasa de interés y 60 meses para cubrirlo en pagos fijos. La tarjeta se congela hasta liquidar todo el adeudo. Programa para usuarios en mora y al corriente.

**BBVA BANCOMER**

Disminución de la tasa a 28% fija, siempre y cuando la TIE no rebase 10%. Además de la baja inicial, cada seis meses podría bajar un punto adicional para llegar a 23% de continuar el pago puntual. Sólo para clientes cumplidos.

**BANAMEX**

Permite vía telefónica, transferir en cualquier momento el saldo total o parcial de una tarjeta, para pagar hasta en 24 pagos mensuales fijos con una tasa de interés de 24%. Sólo clientes sin mora.



Por su parte Bancomer, que encabeza el segmento de tarjetas de crédito con cerca de 7 millones de plásticos, también ofrece a sus clientes cumplidos y que hayan cubierto más de dos veces el pago mínimo en los últimos tres meses, una baja similar en la tasa de interés, es decir, cerca de 20 puntos porcentuales para dejarla en promedio en 28%, la misma que podría seguir disminuyendo hasta un tope de 23%, siempre y cuando el cliente siga pagando a tiempo y la Tasa Interbancaria de Equilibrio (TIEE) no rebase 10%.

MÁS POR MENOS

El año pasado todo el sistema bancario mexicano reestructuró 1,396,601 créditos, informó Enrique Castillo Sánchez Mejorada, presidente de la Asociación de Bancos de México (ABM), quien anticipa que los esquemas continuarán aplicándose.

Mientras, Banamex anticipa una caída de hasta 25% en el otorgamiento de nuevas tarjetas de crédito, ante un menor dinamismo de la economía, pero también por la cautela con la que se moverán los bancos para evitar que la cartera vencida continúe elevándose.

A partir de 2005, y en buena medida por las condiciones de estabilidad econó-

mica, la emisión de plásticos comenzó una tendencia ascendente, y al final de ese año se reportaron 14.7 millones de tarjetas y para septiembre de 2008 se alcanzó una cifra de 26.1 millones, una tasa de crecimiento de 78%. Pero en 2008 comenzó el freno e incluso las últimas cifras revelan que ante el endurecimiento de los requisitos para otorgar más crédito, la emisión solamente avanzó 7.6%, para adicionar en

Al bajar la tasa de interés o alargar el plazo de la deuda, los bancos ya asumen una pérdida, pero se hace bajo la esperanza de tener una recuperación mayor.

los últimos 12 meses cerca de 1.8 millones de nuevas tarjetas.

Según datos del Banco de México, en diciembre, la cartera vencida en tarjetas de crédito sumó 20,000 mdp, mientras que la CNBV informó que en diciembre el índice de morosidad en tarjetas de crédito llegó a 9.5%, cerca de tres veces más que el índice de toda la cartera de crédito bancario.

Además, en este mismo mes los préstamos de tarjetas de crédito bajaron 47.5%

respecto al mismo periodo del año anterior para ubicarse en 156,200 mdp, pero al mismo tiempo las tasas se incrementaron sustancialmente. En 2007, el promedio de tasa era de 31.61% y el año pasado este nivel fue de 41.87%.

Un elemento adicional que corrobora la intención de la banca de frenar el otorgamiento de financiamiento al consumo a través de tarjetas de crédito es la perspectiva que el gremio tiene sobre la canalización de dinero este año.

La ABM espera que el otorgamiento de crédito en general crezca hasta 8% este año, es decir que se coloquen hasta 140,000 mdp de financiamiento nuevo en todos los sectores, aunque la excepción será el crédito al consumo del que se espera una caída de hasta 2%.

Por el momento puede que la estrategia de la banca para frenar el crecimiento de la cartera vencida en tarjetas de crédito funcione en el corto plazo, pero conforme se profundice la desaceleración económica en México, los niveles de desempleo aumentarán poniendo en peligro de no pago a los clientes que hasta el momento mantienen un historial crediticio sano y que privilegiarán el pago de otras necesidades, antes de pagar su tarjeta. ●

Por Roberto Aguilar y Édgar Huérfano

DEBATE LEGISLATIVO

Bancos: un botín político

◆ La incapacidad del gobierno para estimular la competencia bancaria, que se traduciría en menores tasas y comisiones, deja la puerta abierta a los políticos que quieren sacar ventaja del tema.

Éste es un año electoral y sería muy ingenuo pensar que todas las iniciativas que los diferentes partidos políticos no buscan ganar la simpatía de la población, la misma que potencialmente puede convertirse en votos, y desde luego en mayor presencia política.

Y en este contexto el PRI, incapaz de promover cambios estructurales durante las décadas en que mantuvo el poder, ahora nuevamente propone cambios legislativos para el negocio bancario, un sector que en general mantiene una imagen muy negativa entre la población y lo más preocupante es que esta percepción va en aumento, sobre todo por el cobro de comisiones, las altas tasas de interés

que aplican y los réditos tan bajos que obtiene un cliente al depositar su dinero en un banco, según la última encuesta nacional que realizó el Grupo de Economistas Asociados (GEA).

En abril de 2007, entró en vigor la llamada Ley para la Transparencia y el Ordenamiento de los Servicios Financieros, que exigía a los bancos otorgar mayor información a sus clientes, pero la propuesta de dotar al Banco de México de la facultad para fijar topes a las comisiones y a las tasas que cobran las instituciones, finalmente no prosperó.

“A pesar de que se avanzó en generar mayores instrumentos para dotar de seguridad jurídica a los cuenta-

habientes, en el camino se quedó la idea de permitir a las instituciones de regulación financiera establecer límites y montos máximos por concepto de comisiones e intereses”, justifica la iniciativa legislativa que presentó el PRI.

En esencia, la nueva propuesta legislativa pretende establecer las comisiones bancarias con base en el salario mínimo y quizás lo más relevante es que se pretende fijar un diferencial máximo de 10% entre las operaciones activas y pasivas, es decir, el margen financiero.

Enrique Castillo Sánchez Mejorada, presidente de la Asociación de Bancos de México (ABM), rechaza la iniciativa y dice que fijar techos a las tasas de interés lo único que provocaría sería una restricción del crédito personal. “Y en la medida que los bancos no reflejemos el riesgo asociado al tarjetahabiente y logremos diferenciarlos asignando tasas distintas, todos los clientes que potencialmente quisiéramos ban-

carizar buscarán otras alternativas y mecanismos de financiamiento en los mercados informales”, advierte.

El banquero estima que con las cifras correspondientes a diciembre, donde la tasa promedio de todos los créditos del sistema fue cercana a 17% y el costo del fondeo promedio de 8.10%, el margen de intermediación de la banca está debajo del 10% propuesto en la iniciativa.

Sin embargo, Castillo Sánchez Mejorada también reconoce que hay otros productos, como las tarjetas de crédito, que tienen un margen mucho más alto debido a que esta opción de financiamiento no tiene garantía y es mucho más riesgosa.

El debate legislativo se volvió a encender y la banca tendrá mucho trabajo para convencer de que hay otras maneras de bajar los costos a los clientes, el problema es que este camino ya se recorrió y el problema no disminuye; al contrario, podría agravarse en la medida en que la banca busque caminos para amortiguar la menor actividad económica que tendrá este año. ●

Por Roberto Aguilar



COBERTURAS FALLIDAS

Sufren por precavidos



Bloomberg / Xabier Mikel Laburu

Los consumidores son los principales afectados por las distorsiones en el precio del gas.

◆ Los industriales que contrataron coberturas de gas natural, ahora, exigen eliminarlas porque están ocasionándoles pérdidas financieras ante la baja de los energéticos. Piden que el gobierno entre al quite y los apoye.

A mediados del año pasado, la industria nacional veía cómo peligrosamente se acercaba una fecha fatal. El esquema de coberturas financieras que ofrece Pemex a los consumidores para garantizar el precio del gas natural durante un periodo determinado concluiría en agosto, justo cuando la volatilidad del petróleo, y en consecuencia de todos sus derivados, se había acentuado en el mundo llevando los precios a niveles históricos.

Pero ahora la historia es totalmente distinta. En el último trimestre de 2008, las cotizaciones comenzaron a caer como resultado de la desaceleración de la economía mundial que impactó directamente la demanda de energéticos, provocando que las coberturas que contrataron los consumidores nacionales pasa-

ran de ser sus principales aliados a sus mayores enemigos.

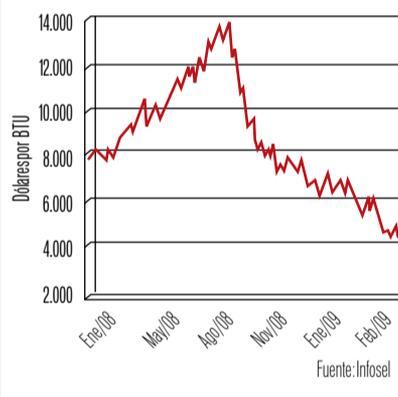
Las negociaciones entre los distribuidores de gas natural y las autoridades fueron intensas y se llevaron prácticamente al límite porque fue el 25 de julio de 2008, a escasos días del vencimiento, cuando se anunció la renovación del esquema, el mismo que representa un sobre costo para los consumidores porque hay que incluir el precio de las coberturas.

El programa estaba dirigido principalmente a los pequeños consumidores del energético, que por su tamaño no tienen posibilidades de instrumentar y financiar una estrategia de cobertura para protegerse de la volatilidad del precio del energético. Con el esquema, el precio del millón de BTU's, la unidad para medir el gas natural, se mantendría en 9 dólares, pero con la baja generalizada de los combustibles la cotización en el mercado *spot* es de apenas 4 dólares.

“El mecanismo de cobertura autorizado por la autoridad reguladora será instrumentado por Pemex para los próximos 36 meses y entrará en vigor el primero de agosto de 2008. Asimismo, el mecanismo aprobado permitirá continuar contratando instrumentos de cobertura, para que al término de los 36 meses iniciales se cuente con un panorama que evite la incertidumbre derivada de la volatilidad de los mercados”, informó la Comisión Reguladora de Energía (CRE) el año pasado, cuando inició el programa de coberturas en agosto.

SE DESINFLA EL GAS

Los precios internacionales del gas cayeron por la menor demanda mundial.



Por su parte, los grandes consumidores del carburante utilizan también las coberturas, pero las manejan de manera independiente dentro de su balance financiero, donde reflejan las pérdidas o ganancias relacionadas con este tipo de instrumentos que pueden contratar en cualquier momento y que no está sujeto a una vigencia como sí ocurre con el programa federal.

En el caso de Vitro, el mayor consumidor de gas natural en México, las cifras correspondientes al tercer trimestre de 2008 –las más recientes– revelan un incremento en sus costos de financiamiento relacionados principalmente con las coberturas del gas y los compromisos financieros que vencen en 2012 y 2017.

“La crisis financiera por la que atraviesa Vitro se debe, en buena parte, al problema del gas natural”, opina Agustín Humman, presidente de la Asociación Mexicana de Gas Natural, y el portavoz de las demandas del gremio ante las autoridades.

PAQUETE COMPLETO

Los distribuidores y consumidores de gas natural aseguran que para solventar esta situación, que ocasionará pérdidas cuantiosas por el diferencial del precio, es necesario que las autoridades aprueben un esquema que incluye tres puntos: fijar el tipo de cambio para los consumidores domésticos en 10.50 pesos por dólar, que es el nivel que estaba cuando entró en vigor el esquema de coberturas; darle a los usuarios de gas natural el mismo tratamiento de quienes usan gas LP, un subsidio de 10% en el monto de la factura, y el tercer punto es negociar la cancelación anticipada de los contratos de cobertura. “No es una u otra opción, estamos esperando las tres medidas”, dice enfático Humman.

Por el momento, las autoridades no han respondido a las exigencias del gremio, pese a que esta situación está generando crecientes desórdenes al consumidor final, por la sencilla razón de que se ofrecen precios distintos en el mercado, que dependen básicamente de si el distribuidor tomó o no las coberturas, y lo peor es que en algunos casos se busca compensar con el precio, el costo financiero del programa.

Pero para otros expertos lo que está detrás del asunto es sencillamente la falta de una política federal para fijar el precio de los energéticos, una exigencia de los industriales cuando el gobierno instrumentó un esquema de simplificación arancelaria. Humman, partidario también de la propuesta, explica que el problema tiene dos soluciones: la primera es fijar un precio competitivo y eliminar la fórmula de costo de oportunidad, o bien, subsidiar directamente tanto al gas natural como al gas LP, éste último recibe apoyo del gobierno porque es el de mayor uso entre la población.

La postura del gobierno sobre esta situación no se conoce y podría tardar semanas en hacerse pública o, quizás, están analizando un esquema que no implique un mayor desembolso de recursos federales. La cuestión es que seguramente los precios internacionales de los combustibles seguirán bajando y complicando aún más la situación de quienes quisieron ser precavidos. ●

Por Roberto Aguilar



NUEVO ENFOQUE EMPRESARIAL

Gigante para el hogar

La búsqueda de nuevas oportunidades y una cartera repleta de dólares, son los principales ingredientes de la nueva faceta que inició Ángel Losada, quien en 2007 vendió su negocio de supermercados a Soriana.

Una de las primeras apuestas es la venta de artículos para el hogar con el formato "The Home Store", que acaba de abrir su primera unidad en la zona oriente de la Ciudad de México. La nueva unidad tiene un piso de ventas de entre 1,000 y 1,200 metros cuadrados y ofrece artículos para cocina; blancos, adornos, jardinería y electrodomésticos.

"Se trata de un concepto propio, desarrollado por Gigante, no es una franquicia", explica una fuente del grupo que también tiene intenciones de reforzar su presencia en el negocio inmobiliario.

La nueva cadena de tiendas estará a cargo de Alejandro Ahuad, quien dirigió la parte comercial de Gigante, y se prevé la apertura de tres unidades más en lo que resta del año, que estarían ubicadas en Cancún (Quintana Roo), Parque Delta y Altavista (DF). Aunque para el largo plazo las metas son ambiciosas con la apertura de alrededor de 50 establecimientos.

Uno de los factores que influyó en la decisión, según la propia empresa, es que se trata de un mercado poco atendido en México y con un alto potencial de crecimiento. A la fecha

♦ Uno de los negocios en el que Grupo Gigante quiere probar suerte es la decoración de interiores, aunque las desfavorables perspectivas económicas jugarán en contra de los planes del grupo comercial.



El Semanario / Fernando Luna

Los planes de la cadena comercial son abrir por lo menos 50 establecimientos.

algunas de las cadenas que operan este concepto son: Grupo Palacio de Hierro con PH Home y los españoles de Inditex con Zara Home.

"La compañía vio una oportunidad en ese negocio, tiene mucha experiencia en el sector y va por una puesta que le podría dar muy buenos

resultados", dice Marisol Huerta, analista de Actinver.

A finales de este mes, el Consejo de Administración de Gigante presentará su plan estratégico de crecimiento a largo plazo, el cual incluirá el lanzamiento de nuevos formatos de tiendas y adquisicio-

nes, y que tuvo que ser replanteado por las condiciones de la economía internacional y nacional.

En estos momentos, la principal ventaja de Grupo Gigante es su liquidez. Hasta septiembre del año pasado contaba con alrededor de 400 mdd en caja y con la posibilidad de conseguir créditos adicionales por tener un balance libre de deudas.

Sergio Montero, director adjunto de la presidencia de Grupo Gigante, reitera que en este mes se conocerán los nuevos formatos de tienda en que entrará el grupo y la forma en que fortalecerán sus negocios en marcha. "Se podría considerar la incursión con nuevos formatos de tienda y adquisiciones", anticipa el ejecutivo.

Ahora sólo falta ver si el entorno favorece los planes de la compañía, enfocados al segmento comercial, uno de los que podrían sufrir más la desaceleración de la economía mexicana. ●

Por Jesús Ugarte



NEGOCIOS

Nueva cara

Una de las noticias de la industria de bebidas es que el próximo 22 de febrero habrá novedades en PepsiCola, no sólo se hará la presentación formal ante los medios de Paula Santilli, la nueva directora general de PepsiCola Mexicana que sustituyó desde enero a Diego Cosío, sino que además se lanzará una nueva bebida funcional, pero la verdadera novedad es que debutará en México la nueva imagen del consorcio refresquero que acaba de estrenarse con buenos resultados en EU, el cambio del logotipo es parte de los esfuerzos de la empresa por reposicionarse en el mundo, y desde luego en el mercado mexicano. Otro dato interesante es que el último cambio de logotipo se dio en 1998, ósea que tuvieron que pasar más de 10 años para ver una nueva cara para Pepsi.



Botellas ecológicas

The Coca-Cola Company Brian Smith, presidente de Coca-Cola México, quiere apostar fuerte este año por el reciclaje, luego de los resultados favorables de la instalación de una primera planta en Toluca, la misma que procesa las botellas de PET a un grado tal de pureza que pueden ser utilizadas en la elaboración de nuevos envases, de hecho las botellas que se distribuyen en el estado de México, ya con-

tienen hasta 25% de plástico reciclado. El año pasado en las instalaciones de Toluca se procesaron 25,000 toneladas de botellas, cantidad significativa pero que sólo representó una cuarta parte de todas las toneladas que acopió Ecoce en 2008, y que sumaron 100,200 toneladas, de aquí la necesidad de abrir una nueva planta de procesamiento que estará ubicada en el norte del país, por el momento hay varias opciones que se analizan y es cuestión de

semanas para dar a conocer la ubicación final. En el rubro de los envases la estrategia de la refresquera es clara: quiere que las botellas se conviertan en una verdadera fuente de valor y desde luego ayude a reducir los costos de operación.

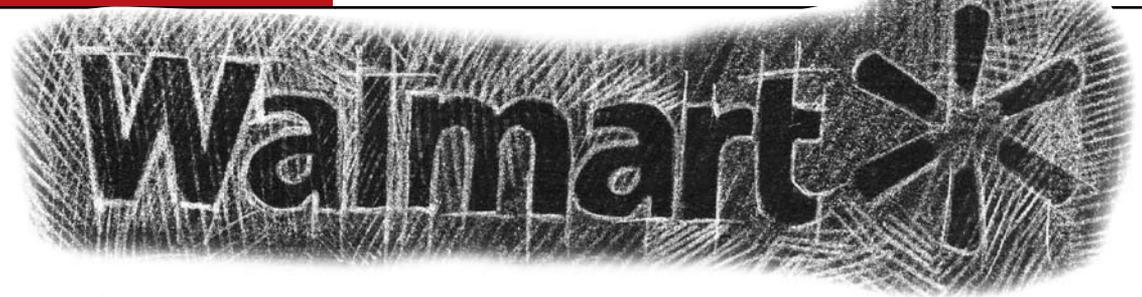
Amplían negocios

ASUR AEROPUERTOS DEL SURESTE La relación de amistad y negocios entre Fernando Chico Pardo y Gastón Azcárraga está por rendir nuevos frutos. El presidente de Asur quiere ampliar su presencia al rubro hotelero, donde obviamente irá de la mano con Grupo Posadas y desde luego con Mexicana de Aviación, la aerolínea que dirige su sobrino Manuel Borja Chico. La intención es que Chico Pardo invierta en la construcción de los hoteles y que Posadas sea el encargado de administrarlos. El primer proyecto está muy avanzado en Huatulco y ahora será Cancún para ampliar los negocios de Asur y con ello diversificar y compensar los ingresos del operador de terminales aéreas. ●



HUELLA CORPORATIVA

La Asociación de Bancos de México (ABM) nombró a **IGNACIO DES-CHAMPS** como nuevo presidente del organismo, en sustitución de **ENRIQUE CASTILLO SÁNCHEZ MEJORADA**...Procter & Gamble nombró a **BOB FREGOLLE** como sucesor de **MARIANO MARTÍN**, su actual presidente mundial de ventas que se jubilará en junio luego de 33 años de trabajo en la empresa...Red Hat, proveedor de soluciones de código abierto, contrató a **RODRIGO PADULA** como gerente de Relaciones con la Comunidad para América Latina...el senador republicano **JUDD GREGG** renunció a la designación del presidente **BARACK OBAMA** para secretario de Comercio...Grupo Industrial Sallillo informó que **ADÁN ELIZONDO ELIZONDO** decidió retirarse de la Presidencia del Consejo de Administración y de la Dirección General y en su lugar fue nombrado **ALFONSO GONZÁLEZ MIGOYA**, actual miembro del Consejo...La estadounidense RMS, nombró a **DAVID HUEBNER** como presidente del Consejo de Administración, **MICHAEL BALDWIN** como presidente de las operaciones en EU y **MICHAEL KRONENFELD**, quien mantendrá su puesto de director financiero y miembro de la oficina de la presidencia del Consejo. ●



Privilegiando precios bajos

♦ El *slogan* “Precios bajos siempre” identificó a la cadena creada en EU por Sam Walton hace 47 años. Ahora, reimpulsa su política comercial de privilegiar los bajos costos, dando paso a “Ahorra dinero. Vive mejor”.

El cambio de imagen que lleva a cabo Wal-Mart busca un mayor acercamiento con sus clientes, específicamente con las mujeres, que representan el 70% de sus consumidores, por lo que tanto el logotipo como los colores institucionales pretenden lograr una mayor identificación con este sector.

Esta medida fue adoptada luego de que la principal cadena minorista se diera cuenta que el logotipo con el que contaba desde 1992 tenía una mayor afinidad con los hombres, que “connotaba rigidez, frialdad y distanciamiento por estar escrito con mayúsculas” y que la estrella que llevaba al centro (haciendo la función de un guión) era percibida como un símbolo relacionado con la milicia.

Ahora, ha casi cinco décadas de operación, por fin lanza una imagen con valores y atributos más cercanos a sus principales consumidores. A través de un logo más estilizado que emplea minúsculas, sustituye la estrella por un destello amarillo, conocido como *spark*; cambia su ya clásico *slogan* “Precios bajos siempre” por “Ahorra dinero. Vive mejor”, y modifica levemente el tono de su logotipo.

Con estos cambios pretende expresar “cercanía, frescura, empatía, feminidad y una mayor calidad humana”, así como autoridad, seguridad, estabilidad y confianza, por lo que conserva el azul como color principal, aunque ahora es un tono más cálido y sutil.

Uno de los elementos destacados es el destello amarillo al final del nombre, el cual “representa una idea brillante” y que por su color hace referencia a los precios bajos, aunque eso no es todo, como indica la empresa, los seis ejes que lo componen, “representan los tres principios básicos del corporativo como el respeto por el individuo, servicio al cliente y búsqueda de la excelencia”; así como sus tres pilares: precios inmejorables, calidad de productos y conveniencia de compra.

Por otro lado, el nuevo *slogan* “Ahorra dinero. Vive mejor”, renueva el compromiso de la compañía con el ahorro para con sus clientes, volviendo a hacer énfasis en su política comercial para ofrecer los precios más económicos del

mercado, un punto que abandonó en sus últimas campañas publicitarias, apostando más por la emotividad.

Como aquel anuncio en EU que evocaba a la figura del fundador de la compañía: Sam Walton. En él, se decía que el pionero empresarial tenía una sola preocupación: ayudar a la gente a mejorar su nivel de vida. Pues “cada vez que Wal-Mart llega a una ciudad es como si un hermoso aumento de sueldo cayera sobre una familia”, afirmaba el *spot*.

Por otro lado, también pareciera que “Ahorra dinero. Vive mejor” es una clara referencia al entorno económico actual, sin embargo, la Dirección de Comunicación Corporativa de Wal-Mart México precisó que no se trata más que de una coincidencia, ya que la decisión sobre esta medida fue tomada antes de que estallara la burbuja inmobiliaria que dio inicio a la debacle económica, incluso el anuncio para los locales estadounidenses se hizo en 2008 y apenas en este año se implementa en suelo mexicano.

Actualmente, la nueva imagen ya es visible en siete sucursales, ubicadas en Cola de Ballena, Baja California; La Isla y Guasave, Sinaloa; La Isla, Culiacán; Toreo, Ciudad de México; Chapa, Jalisco; Pachuca, Hidalgo; y Lerma, Toluca, las cuales fueron abiertas entre noviembre y diciembre de 2008, a excepción de la sucursal Toreo que ya se encontraba en operación.

En un plazo de siete años los restantes 139 establecimientos de Wal-Mart deberán contar



con el cambio de imagen, mientras que todas las aperturas que se realicen en adelante ya contarán con las nuevas disposiciones, tanto externas como internas.

Ya que al renovar sus interiores, la cadena minorista número uno del mundo busca redimensionar la experiencia de compra de las consumidoras, por lo que ampliará sus pasillos, tendrá una mayor limpieza en baños y pisos; así como agilizar el proceso de cobro para beneficio de su clientela. ●

Por Erick Zúñiga y Benjamín Álvarez

NUEVA IMAGEN

Para la maestra Orla Branigan, profesora de Mercadotecnia de la EGADE México del Tec de Monterrey, Campus Ciudad de México, este nuevo logotipo se introdujo con muy poca comunicación acerca de los antecedentes y significados, incluso, considera, Wal-Mart se vio obligada a comentar sus planes, quizá antes de tiempo, cuando se dio a conocer la noticia. Por ello, será necesario que la empresa informe por completo su estrategia de reposicionamiento de la marca en general.

Además, el cambio es relevante por lo que simboliza, ya que la marca necesita revitalizarse y desprenderse de percepciones negativas que había desarrollado en los últimos años.

La catedrática destaca que deberán estar en la mira las acciones de la minorista para cambiar las percepciones sobre sus agresivas prácticas de empleo y negocio, cómo mejorará la experiencia general para los consumidores y qué tanto acogerá la agenda ambiental en sus decisiones de mercadotecnia.

OBITUARIO • *Edmund Leopold de Rothschild* / BANQUERO Y HORTICULTOR / FALLECIÓ EL 17 DE ENERO DE 2009.

Modernizador de una dinastía financiera

♦ La jardinería llenó su vida. Los extensos y coloridos jardines de Exbury, en Hampshire, que él restauró tras la Segunda Guerra Mundial, atestiguan el paciente trabajo que realizó durante décadas.

En la horticultura su nombre alcanzó fama internacional. Pero, más aún, Edmund Leopold de Rothschild pasó a la historia por haber sido el impulsor de la apertura de una corporación financiera conservadora, caracterizada hasta bien avanzado el siglo XX por la cerrazón de sus filas a socios que no compartieran lazos consanguíneos.

La Rothschild fue la última dinastía que mantuvo en Europa esa marca de élite familiar, que hizo que entre las primeras generaciones, de 18 matrimonios registrados en sus archivos, 16 fueran entre primos. Ése fue el cimiento de un muy cohesionado grupo que expandió sus redes en las principales ciudades de Europa, norte de África, Asia y América, donde además de las actividades financieras que les dieron renombre, impulsaron la construcción de los primeros ferrocarriles y las industrias pesada de acero, minera, eléctrica y vitivinícola, principalmente.

A esta dinastía se le reconoce haber sido el centro de los mercados financieros mundiales por cerca de 200 años. Actualmente presta los servicios de banca de inversión, banca corporativa, banca privada y manejo de fondos a gobiernos, corporaciones e individuos en 34 países alrededor del mundo, desde América hasta Australia, a quienes ofrece un servicio "comprometido con la excelencia...", combinado con una cultura que valora la innovación pragmática, la integridad y el rigor intelectual por encima de todo", según establece su sitio oficial.

Edmund Leopold o Eddy, su nombre afectivo, nació en Londres, en 1916, hijo de Lionel y nieto de Nathan Meyer, ambos de apellido de Rothschild. Su abuelo, quien abrió en Inglaterra los primeros negocios



Cortesía

de la familia a principios del siglo XIX y a su muerte en 1836, era el hombre más rico de ese país, hizo su fortuna en la era napoleónica a partir del contrabando de oro. Creó una extensa red de agentes y mensajeros que jugó un papel crucial en la célebre batalla de Waterloo.

De la misma rama provino el financiamiento al gobierno británico para proteger sus intereses en el Canal de Suez, que aseguraron su dominio de la ruta del imperio británico hacia la India.

Estudió en los colegios Harrow y Trinity, en Cambridge. En sus memorias *Window on the World* (1949), Edmund recordó sus años de infancia y sobre todo, el viaje de 18 meses alrededor del mundo que su padre le regaló en su adolescencia, al término de sus estudios.

UN NUEVO BANQUERO

En 1955 quedó a la cabeza del imperio financiero que fundaron sus antepasados en el siglo XVIII, cuando su tío Anthony sufrió una apoplejía que lo incapacitó para la vida activa. Se había integrado como socio activo de NM Rothschild and Sons desde 1947, y

desde entonces recordaba que su conocimiento sobre la actividad bancaria era "inexistente".

Viajó a Nueva York para adquirir experiencia en el negocio de las finanzas con las firmas Kuhn, Loeb and Company, y Guaranty Trust. Y fue allí donde se enteró a través de una carta de su tío Anthony, que se le había declarado socio de la firma familiar NMR (iniciales de su abuelo). "No sé si felicitarte o compadecerte", le decía su tío, pues sabía de la animadversión de su sobrino al mundo de la banca, porque solía decir que hubiera preferido ser médico en lugar de banquero. Era entonces el único elegible para esa responsabilidad y la asumió con un sentido de lealtad a su familia.

El diario londinense *Daily Telegraph*, en el que tuvo mucha presencia a lo largo de su vida, publicó parte de su historia, donde la relata que entre sus primeras responsabilidades como socio de la corporación Rothschild fue controlar las actividades de la subsidiaria Royal Mint Refinery (RMR). Poco después jugó un papel activo en el financiamiento a la reconstrucción

de Japón, luego de los estragos que le provocó la Segunda Guerra Mundial, y más adelante impulsó el proyecto de llevar la energía eléctrica a la provincia de Labrador, en Canadá, para lo cual promovió la unión de siete consorcios canadienses y estadounidenses, cruzó el Atlántico por lo menos 400 veces a lo largo de 20 años hasta que fue totalmente concluido en 1971, alcanzando el reconocimiento de la segunda más grande planta hidroeléctrica en el continente americano.

Pero algo que le dio especial renombre en la comunidad financiera internacional, fue haber encabezado la transición del banco Rothschild para pasar de ser una empresa privada familiar de corte conservador, a una institución moderna, entre otras cosas, a través de la apertura a socios no integrantes de la familia, empezando con la integración de David Colville, hermano del secretario privado de Sir Winston Churchill. Fue bajo su conducción que se puso fin a la que se consideró la última banca privada-familiar en Europa.

Estuvo al frente del corporativo hasta 1975 cuando a sus casi 60 años de edad, decidió que retomaría la actividad que siempre le había satisfecho más: la horticultura. Se definió a sí mismo como "banquero por afición y jardinero por profesión". •

Algo que le dio especial renombre en la comunidad financiera internacional, fue haber encabezado la transición del banco Rothschild hacia una institución moderna.

Por Alicia Ortiz



INVIERTA CON ÉXITO EN LA BOLSA



SE AGOTA LA ESPERANZA

Carlos Ponc

Al inicio de la segunda quincena de febrero, el índice accionario en México

acumulaba una caída nominal de -13.5%, que al ser expresada en dólares aumenta a -20.1%, casi el doble de la reportada por el Dow Jones (-10.5% en el mismo periodo). El resultado no sorprende, pues refleja el pronóstico de un balance aún muy negativo de indicadores económicos y corporativos previsto para los primeros meses del año. Tal vez, lo relevante esté siendo el aparente poco impacto en el ánimo de los inversionistas del anuncio de los nuevos programas de apoyo de la recién iniciada nueva administración en EU encabezada por el Presidente Barack Obama. ¿Mayor costo?, ¿poco detalle?, ¿falta de estímulo a deudores? Los argumentos respecto a poco impacto pueden ser muchos, el hecho es que lo que parecía ser uno de los "catalizadores" de corte más psicológico que real ("Factor Esperanza") estimados para que sucediera cierta recuperación en las Bolsas no está sucediendo. En los siguientes días, esperamos una nueva baja en la tasa de interés de fondeo en México que decida Banxico, además del fin de los reportes financieros de empresas en Bolsa correspondientes al 4T08. No obstante, como lo hemos dicho antes, las noticias de mayor "peso" para la Bolsa en México tendrán que venir del exterior y por ahora, el balance de las próximas semanas (y meses) sigue siendo muy negativo. El indicador de mayor atención (peligro) sigue siendo el desempleo, el cual ha crecido en EU y México de manera importante en los últimos meses y sus efectos (menor consumo) serán vistos en los siguientes meses.

La ponderación de las variables en nuestro ejercicio de "filtro" de selección de emisoras sigue considerando la Bursatilidad, Cobertura y Valuaciones como el eje de nuestro parámetro atendiendo escenarios de mayor plazo. En esta ocasión, aumentamos un poco el "peso" de la rentabilidad al anticipar que algunas estrategias para conservar crecimiento (ejemplo: adquisiciones) podrían descuidar precisamente niveles de rentabilidad.

RESULTADOS

Emisora	Burs L	Exp %	Eb E % Crec	E/AT %	CF x	FV/Ebitda Estim.	VM/VS PUSA	Var P Var %	Yield x	Ots. %	
Mediana		19.7%	7.1%	15.2%	3.15			-39.2%	4.22		
Ara	28	0.0%	-2.0%	15.1%	1.60	2.65	8.18	-67.6%	0.82	-69.2%	4.0%
Simec	30	70.7%	9.7%	16.4%	8.72	1.78	5.73	-68.9%	1.02	-61.0%	2
Comerci	20	0.0%	2.0%	10.3%	0.73	2.04	7.93	-74.3%	0.93	-90.8%	5.1%
Urbi	16	0.0%	-2.4%	13.8%	1.40	4.76	12.41	-61.6%	1.49	-66.9%	3
Gmexico	5	63.0%	-9.0%	27.4%	2.46	2.87	3.92	-26.7%	1.92	-66.9%	24.0%
Aatlan	11	18.4%	-15.3%	57.1%	6.52	3.05	8.47	-64.0%	3.75	-73.0%	1.1%
Sare	43	0.0%	14.7%	11.2%	0.57	2.47	8.56	-71.2%	0.28	-87.0%	2
Geo	13	0.0%	10.2%	15.2%	0.72	4.35	10.72	-59.5%	2.30	-60.1%	2
Ich	37	66.1%	9.3%	16.5%	11.33	2.22	4.86	-54.3%	1.31	-39.1%	2
Walmex	3	0.0%	14.7%	21.2%	S.D.	8.97	16.18	-44.6%	7.40	-35.8%	1.9%
Oma	32	0.0%	5.0%	11.6%	M.B.	4.81	10.30	-53.3%	2.38	-53.3%	7.2%
Maxcom	42	0.0%	7.3%	11.8%	1.00	2.78	6.24	-55.5%	0.76	-70.4%	2
Gmodelo	12	42.7%	3.3%	23.2%	S.D.	6.54	9.34	-29.9%	2.78	-26.6%	5.1%
Gap	24	0.0%	0.0%	8.4%	4.90	6.12	10.10	-39.4%	1.42	-48.1%	7.4%
Homex	14	0.0%	8.0%	16.5%	0.90	4.82	10.31	-53.3%	3.09	-59.8%	2

Fuente: Ixe, Casa de Bolsa / PUSA: Promedio últimos tres años / Otros cualitativos: 1 Muy Positivo; 2 Positivo; 3 Neutral; 4 Negativo; 5 Muy Negativo Abreviaciones: FV (Firm Value) = Precio de Mercado + Deuda Neta + (Interés Minoritario * P/VL) Ebitda: Utilidad Operativa + Depreciación / x = Veces.

CONTENIDO: Cada 15 días identificamos las 15 emisoras de una muestra total de 63 que presentan la mejor combinación de 10 criterios fundamentales en el proceso de selección de emisoras, los cuales se ponderan a partir del contexto del mercado.

PONDERACIÓN DE VARIABLES

BURSATILIDAD

Ponderación: **15%**
Comentario: Fácil la compra-venta

% EXPORTACIONES

Ponderación: **5%**
Comentario: Sobre ventas totales

CRECIMIENTO EBITDA ESTIMADO 2009

Ponderación: **5%**
Comentario: Indicadores confiables

EBITDA / ACT. TOTAL

Ponderación: **10%**
Comentario: Criterio de rentabilidad (ROA)

COBERTURA FINANCIERA

Ponderación: **15%**
Comentario: Caja + Ebitda / Pasivo Total + Intereses Totales

VALUACIÓN FV/EBITDA (2009E)

Ponderación: **15%**
Comentario: Comparativo del múltiplo estimado (2009) vs. múltiplo de últimos 3 años

VS/VM

Ponderación: **25%**
Comentario: Precio de mercado vs. valor de activos castigado menos la deuda total

VAR.% PRECIO

Ponderación: **5%**
Comentario: Para los últimos 12 meses, caída desde su nivel máximo hasta el día de hoy

"YIELD" DIV. EFVO. / PRECIO ACT.

Ponderación: **5%**
Comentario: Importante criterio para ganancia adicional distinta al del precio

Indicadores relevantes

Instrumento	Valor 17-Feb	Var. % 7 días	Hace 7 días	Hace 3 meses	Hace 12 meses
TIE 28 días	7.89%	-1.13	7.98%	8.75%	7.94%
Cete 28 días	7.00%	-0.99	7.07%	7.72%	7.43%
Cete 91 días	7.28%	-0.14	7.29%	8.06%	7.50%
Tasa Banxico	7.75%	0.00%	7.75%	8.25%	7.50%
Bono 10 años,	8.15%	-1.09	8.24%	9.67%	7.56%
Bono 20 años,	8.51%	-0.70	8.57%	9.80%	7.70%
Bono 30 años,	8.65%	-1.59	8.79%	9.92%	7.75%
IPyC	18,853.93	-4.90	19,825.7	19,036.2	28,900.0
Peso (1)	14.69	1.56	14.465	13.190	10.736
Euro (2)	1.260	-2.26	1.289	1.265	1.468
Libra (2)	1.425	-1.91	1.452	1.499	1.957
Yen (1)	92.36	2.25	90.330	96.430	107.850
Real (Brasil) (1)	2.343	2.97	2.275	2.280	1.754

(1) Pesos por dólar. (2) Dólares por moneda. SC Sin cotización.

Fuente: El Semanario.

Inflación mensual, 12 meses (%)

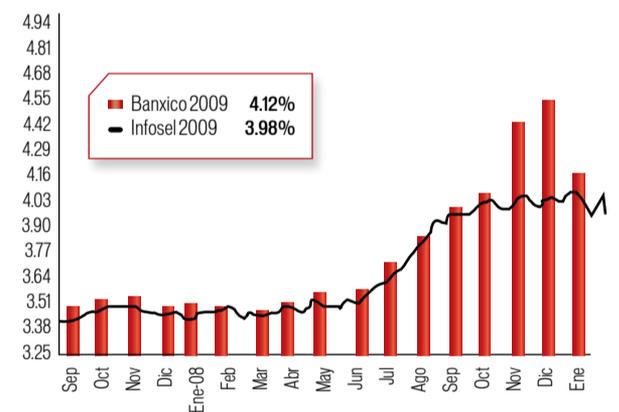
Inflación general baja inicio de año dentro rango establecido de Banxico

Fecha	Consumidor	Subyacente	Mercancías	Servicios	Agropecuarias	Administrados	Productor
Ene-09	6.28%	5.76%	6.80%	4.80%	10.67%	5.80%	9.92%
Dic-08	6.53%	5.73%	6.45%	5.07%	11.63%	8.03%	10.48%
Nov-08	6.23%	5.52%	6.08%	5.01%	9.57%	8.50%	10.12%
Oct-08	5.78%	5.33%	5.85%	4.84%	7.38%	8.08%	9.56%
Sep-08	5.47%	5.36%	6.11%	4.67%	4.61%	7.19%	6.94%
Ago-08	6.29%	5.89%	6.53%	5.30%	8.88%	7.79%	7.78%
Jul-08	5.39%	5.11%	5.72%	4.54%	8.71%	6.19%	8.20%
Jun-08	5.26%	5.02%	5.72%	4.38%	8.88%	5.84%	7.72%
May-08	4.95%	4.86%	5.50%	4.28%	7.44%	5.33%	7.29%
Abr-08	4.55%	4.56%	5.06%	4.11%	5.67%	5.00%	6.08%
Mar-08	4.25%	4.34%	4.71%	4.01%	4.36%	4.90%	5.43%
Feb-08	3.72%	4.14%	4.39%	3.91%	1.87%	3.96%	5.05%

Fuente: El Semanario con datos de Banxico.

Expectativa de inflación 2009

Pese a la reducción se esperan presiones por volatilidad cambiaria.



* Cifras en porcentajes. Fuente: El Semanario.

Bonos del Tesoro a 10 años

Altibajos en los títulos del Tesoro por incertidumbre en los participantes.



Fuente: El Semanario.

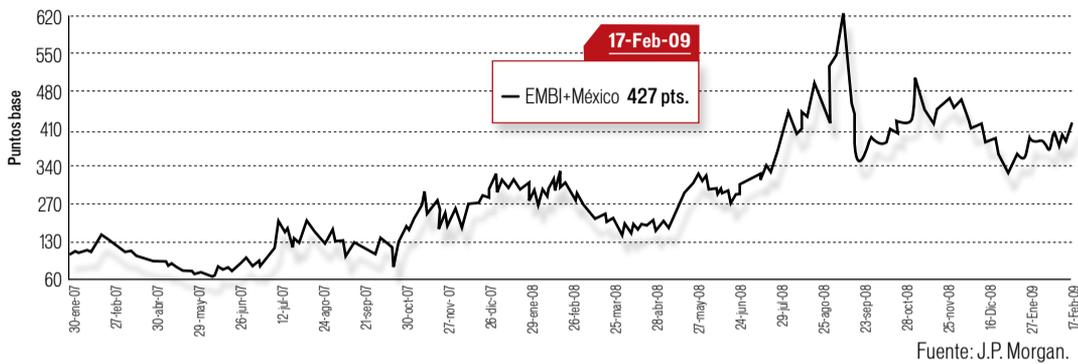


Intercambie opiniones en el blog: www.elsemanario.com.mx/blogs



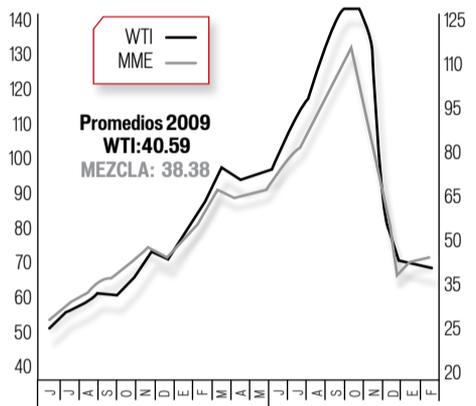
Riesgo país

Sube riesgo país por arriba de los 400 pts afectan problemas en el sector financiero internacional.



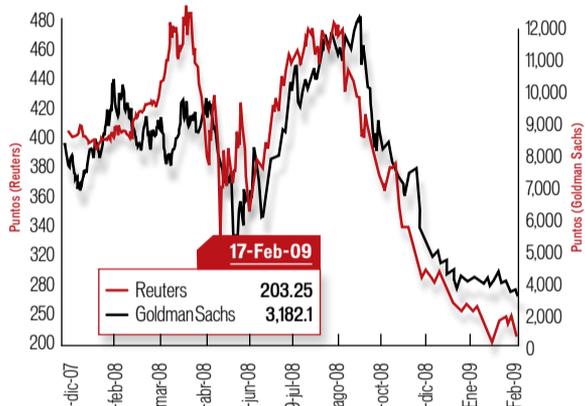
Precio del crudo WTI y la Mezcla Méx.

(Precio Promedio Mensual)



Índice de precios de materias primas

Bajan materias primas en la semana.

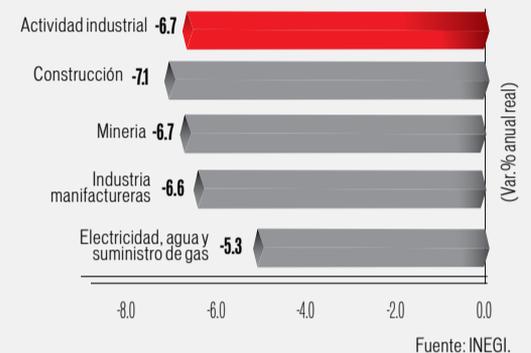


SEÑALES Y TENDENCIAS

Cae actividad industrial

Como un anticipo de cómo vendrá el resultado del Producto Interno Bruto en el último trimestre del año pasado que se dará a conocer este viernes, el INEGI informó que la actividad industrial en diciembre de 2008 registró una caída de -6.7%. Todos los sectores registraron disminuciones, destacando la industria de la construcción con una contracción de -7.1%.

Producción industrial por sectores, diciembre 2008



Menos ventas en enero

Durante el primer mes del año las ventas a mismas tiendas de los más de 100 grupos comerciales que integran la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales registraron una caída de 4.1% respecto al mismo mes de 2008. Pese a que enero contó con un calendario favorable, en general, el desempeño de las ventas sigue impactado por el entorno de debilidad cada vez más acentuado del consumo y un ambiente de mayor competencia entre las cadenas comerciales.

De bajada venta de tractocamiones

En enero las ventas de unidades de autotransporte en el mercado mexicano se desplomaron 66.7%, en tanto que el ensamble de estos vehículos cayó en 37.6% y las exportaciones en 5.1%, comparadas con igual mes de 2008, de acuerdo con la Asociación Nacional de Productores de Autobuses, Camiones y Tractocamiones (ANPACT). El nivel de ventas es comparable con el registrado en el período de la crisis 1994-1995, y constituye "un aviso de lo que podría ser 2009 en materia de demanda doméstica", advierte la Asociación.

Cae empleo formal e informal

La población desocupada se situó en 1,922,596 personas al cuarto trimestre de 2008, lo que representó una tasa de 4.3% de la Población Económicamente Activa, según información de la Encuesta trimestral de Ocupación y Empleo del INEGI. Por su parte, del sector informal salieron 331,136 personas, es decir, se contrajo 2.8% anual. La mayor parte del descenso registrado en la ocupación se localizó en la población de trabajadores por cuenta propia, empleadores, trabajadores en el sector secundario, así como en los micronegocios, indicó el Instituto.

Se desploma economía nipona

La economía japonesa sufrió en el último trimestre del año 2008 la caída más abrupta de todas las desarrolladas, cuando su PIB se contrajo a su mayor ritmo desde 1974. La economía japonesa perdió gas entre octubre y diciembre por tercer trimestre consecutivo en términos reales, con un retroceso del 12.7% respecto al mismo periodo de 2007 y de un 3.3% respecto al trimestre anterior, debido a una demanda externa especialmente baja. ●

México entre 15

	Periodo	PIB	Periodo	Desempleo	Periodo	Inflación	Periodo	B. Comercial */**	Periodo	P. Industrial %
México	III-08	1.6	Dic-08	4.32	Ene-09	6.28	Dic-08	-2,067.0	Nov-08	-5.40
Argentina	IV-08	4.9	III-08	7.8	Ene-09	6.80	Dic-08	862.0	Dic-08	2.30
Alemania	IV-08	-1.7	Ene-09	7.8	Ene-08	0.90	Dic-08	6,900.0	Dic-08	-12.40
Brasil	III-08	6.8	Dic-08	7.6	Ene-09	5.90	Ene-09	127.0	Dic-08	-14.45
Canadá	III-08	1.3	Ene-09	7.2	Dic-08	1.20	III-08	6,758.0	Dic-08	-1.90
Corea	III-08	3.8	Dic-08	3.3	Dic-08	4.13	Dic-08	28,877	Dic-08	-18.61
Chile	III-08	4.8	Dic-08	7.5	Ene-09	6.30	Ene-09	667.7	Dic-08	-3.70
China	IV-08	6.8	III-08	4.0	Ene-09	1.00	Dic-08	262.1	Dic-08	5.70
España	IV-08	-0.7	Dic-08	13.4	Ene-09	0.80	Nov-08	-5,948	Dic-08	-15.40
EU	IV-08	-0.2	Ene-09	7.6	Dic-08	0.10	Dic-08	-39,930	Dic-08	-2.00
Francia	IV-08	-1.0	III-08	7.3	Dic-08	1.00	Dic-08	-2,450	Dic-08	-11.10
India	III-08	7.6	---	---	Dic-08	9.70	III-08	-10,630	Dic-08	-2.00
Italia	IV-08	-2.6	III-08	6.7	Ene-09	1.60	Nov-08	-1,078	Dic-08	-12.20
G. Bretaña	IV-08	-1.8	Ene-09	3.8	Ene-09	3.00	Dic-08	-4,214	Dic-08	-9.40
Japón	IV-08	-4.6	Dic-08	4.4	Dic-08	0.40	Dic-08	19,560	Dic-08	-20.60

Fuente: BDE, Eurostat, INEGI, indic, Banco de España, Bundesbank.

* Cifras para los países europeos en millones de euros. ** Cifras en millones de dólares. % Cifras en porcentaje.

México en cifras

	ÚLTIMO DATO				PROYECCIONES			
	2004	2005	2006	2007	PERÍODO	2008	2009	
PIB (1)	4.00	3.20	4.80	3.20%	III-08	1.60%	1.42	-1.16
PIB en Dls. (2)	759,003	848,601	948,612	1,023,068	III-08	816,193.47	---	---
Inflación (3)	5.20	3.30	4.05	3.76%	Ene, 09	6.28%	6.35	4.12
Desempleo (4)	3.80	3.60	3.59	3.40%	Dic, 08	4.32%	---	---
Empleo (5)	430,270	428,708	616,929	528,890	III-08	240,958	187,000	-201,000
Salarios (6)	4.26	4.53	4.70	2.40	Ene, 09	4.56%	---	---
Saldo Bza. Com. (7)	-8,111	-7,559	-5,838	-1,103	Dic, 08	-2,067	-16,465	-19,730
Reservas Netas (8)	61,496	68,669	67,680	79,925	14-Feb-09	81,556	---	---
Inv. Ext. Dir (9)	22,884	20,945	19,290	24,686	III-08	15,560	18,836	17,436
Tipo de cambio (10)	11.14	10.63	10.80	10.850	17-Feb-09	14.52	---	13.50
Cetes 28 días (11)	8.50	8.02	7.02	7.43%	11-Feb-09	7.07%	---	6.47
Balance Público (12)			9,934	1,040	Dic, 08	-241,308	-0.30%	-2.00%

1. Variación real anual, %. 2. PIB corriente trim. promedio del año dividido entre el tipo de cambio promedio del periodo, en millones de dólares. 3. Precios al consumo, variación anual, %. 4. Tasa promedio anual. 5. Nuevos trabajadores asegurados en el IMSS acumulados en el periodo. 6. Variación anual salarios contractuales. 7. Millones de dólares, valor FOB. 8. Millones de dólares. 9. Millones de dólares. 10. Pesos por dólar, interbancario vendedor cierre del año. 11. Tasa rendimiento anual, promedio último mes. 12. % del PIB para las proyecciones.

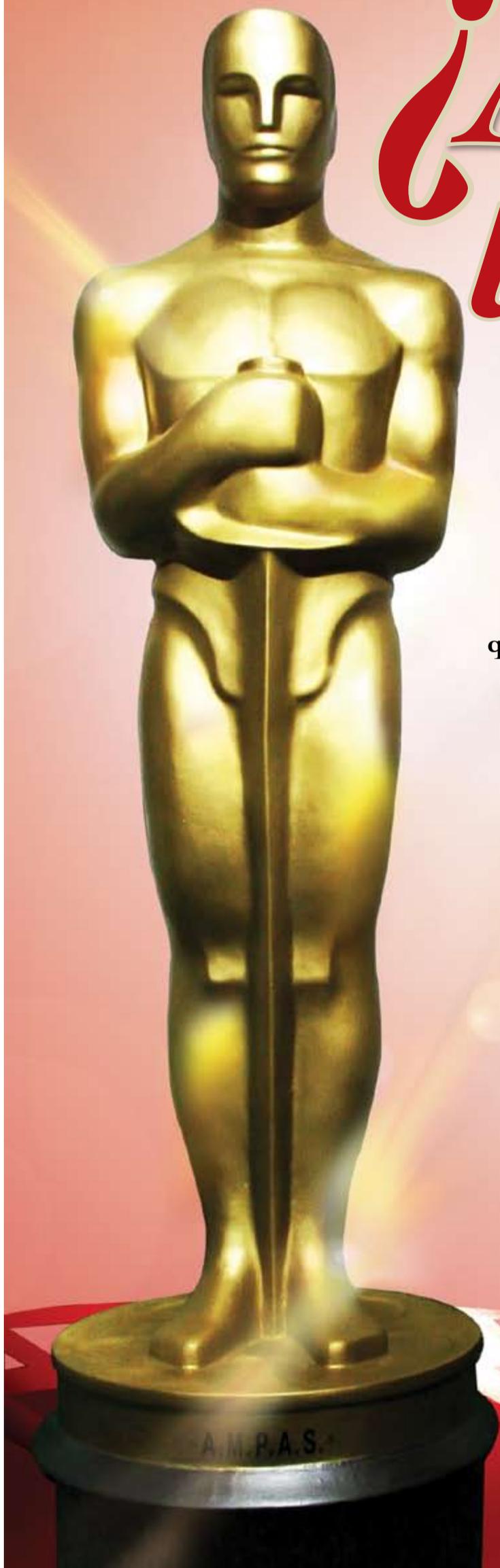
Fuente: Las proyecciones corresponden a la encuesta mensual que realizó el Banco de México para diciembre entre 32 grupos de análisis y consultorías económicas. (INEGI, Banxico, IMSS, SHCP, STPS)



¡Arte o taquilla?

Para la 81ª entrega de los Premios Oscar la pelea para obtener los galardones más importantes luce muy reñida, sin embargo, la estela de duda sobre quién elige realmente a los ganadores y el criterio de selección podrían opacar el destello del evento cinematográfico por excelencia.

Sólo para poner las cosas en contexto: en 1980, año de *Toro salvaje* (*Raging bull*, Scorsese), la ganadora del premio Oscar de la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas de los EU (AMPAS, por sus siglas en inglés) fue *Gente como uno* (*Ordinary people*), de Robert Redford; apenas el año pasado, en el caso de la debilitada y vilipendiada "Era Bush", la Academia enlistó como nominadas no sólo una cinta basada en un libro del maverick Cormac McCarthy (*No country for old man*), sino que también incluyó en la terna un filme sobre una adolescente embarazada (*Juno*), otro que revela la indolencia de los empresarios estadounidenses cuando de aumentar sus ganancias se trata (*Michael Clayton*) y un desgarrador fresco sobre lo que ha sido la construcción de una nación sobre las bases de la explotación petrolera (*Petróleo sangriento*, *There will be blood*); en 1997, en plena crisis creativa y ante la falta de grandes estrellas del celuloide, la lista de filmes nominados incluyen las inglesas *El paciente inglés* (*The English patient*, Anthony Minghella), *Secretos y mentiras* (*Secret & lies*, Mike Liegh), la australiana *Claroscuro* (*Shine*, Scott Hicks), la de los artistas ingleses Emily Watson y Ralph Fiennes, el australiano Geoffrey Rush y la francesa Juliette Binoche; tras el triunfo de Clinton en la presidencia, la ganadora fue *Los imperdonables* (*Unforgiven*, Clint Eastwood), filme que cierra por siempre la puerta del *western* épico y deshila la trama heroica de la conquista del Oeste estadounidense; cuando todos pensaban que Spielberg se llevaría el Oscar por *El color púrpura* (*Color purple*), la Academia le entrega la estatuilla a Sydney Pollack por una edulcorada historia de amor de época en la lejana Sudáfrica; Sir Lawrence Olivier dejó constancia de su desagrado al nombrar a





Amadeus como mejor filme luego de que la Academia la eligiese por sobre *Los campos de matanza* (*The killing fields*, Roland Joffé) y *La historia de un soldado* (*A soldier's story*, Norman Jewison); creo que es honesto también decir que recordamos con mayor gloria *Cazadores del arca perdida* (*Raiders of the lost ark*, Spielberg-1982) que *Carrozas de fuego* (*Chariots of fire*, Hugh Hudson); que la locura colectiva de *Apocalypse Now* (Coppola, 1979) ha perdurado por encima de la ternura de *Kramer vs Kramer* (Robert Benton); por más que *Annie Hall* (Allen, 1978) sea una de las más deliciosas y entrañables comedias modernas de Allen, difícilmente sobrepasa la influencia que *La guerra de las galaxias* (*Star wars*, Lucas) ha tenido en la historia del cine mundial. La pregunta pertinente entonces es: ¿cómo juzgar a la asociación artística más grande del mundo que coloca a un filme como *Rocky* (John G. Avildsen) como de mayor trascendencia fílmica e histórica que *Taxi driver* (Scorsese) o *Todos los hombres del presidente* (Alan J. Pakula)? Tal vez lo más sensato sea responder como lo que es: el gremio de una de las industrias clave en el desarrollo y avance de la cultura estadounidense en el mundo.

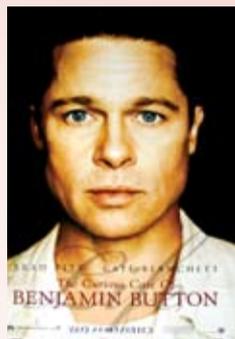
Si en los EU existe un gremio poderoso y unido a pesar de las circunstancias y divergencias en su interior, es el de los artistas cinematográficos. Nunca los transportistas han recibido un respaldo de sus colaboradores y colegas como lo han recibido los guionistas; jamás hemos visto que a los mineros y siderúrgicos los apoyen como se ha hecho a los actores; los trabajadores de la industria automotriz seguro envidian la manera en que los realizadores y cinefotógrafos se conducen cuando de defender su gremio se trata. La AMPAS ha sabido comportarse como un gremio unido hasta en las peores circunstancias.

En una de sus peores crisis de identidad, cuando tras los ataques a las torres gemelas Bush ordenase su guerra contra el terrorismo, la ceremonia de los premios Oscar se mantuvo dentro de lo políticamente correcto pero sin taponar la boca a nadie. Ejemplo de ello fueron los comentarios del mexicano Gael García, de Ed Harris y del documentalista Michael Moore, sin contar los comentarios vertidos *off-screen* en la alfombra roja y tras la entrega de premios.

¿Cuál será, entonces, el actuar de la Academia en esta entrega del 2009? Bush ha salido de la Oficina Oval en medio de abucheos y su sucesor, Barack Obama, raya en la figura de héroe de historieta. Se está proponiendo un nuevo tratado mundial de facto y el mundo se muerde las uñas ante la incertidumbre de los alcances de la crisis financiera global que se ha convertido en una real crisis económica en todo el mundo. ●

Por César Amador

Y el ganador es...



EL CURIOSO CASO DE BENJAMIN BUTTON

El intento de Hollywood por ponerse metafísico. Una gran estrella (Brad Pitt) en un papel inmejorable para lucirse en las nominaciones, un director que no ha visto el éxito (ni comercial, ni del público que lo seguía) con sus filmes recientes, el guionista de una de las fábulas más sensibleras y ramplonamente gringas en los años recientes (Eric Roth, guionista de

Forrest Gump) y un elenco internacional con algunos de los nombres más estrictos de los años recientes (Julia Ormond, Tilda Swinton, Elias Koteas y Cate Blanchett).

Si la Academia aclama esta cinta lo hará por mayoría, para no dejar lugar a duda alguna de que el discurso del filme se ha entendido del todo (¿sobre la vida?, ¿sobre la juventud?, ¿sobre los recuerdos?, ¿sobre la etapa madura del ser humano?).

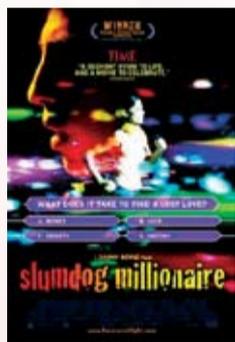


MILK

En EU, la comunidad *gay* se hizo de derechos más rápidamente que los negros y los latinos. Y esta cinta muestra un poco la razón del por qué. Sean Penn arrasa cada escena de la película y demuestra una vez más que es, hoy por hoy, el mejor actor estadounidense vivo. Difícil imaginar la fascinación pública por esta cinta sin la presencia de Penn, esto sin menoscabar el fino trabajo de Dustin

Lance Black en el guión, aunque como es de esperarse en este tipo de filmes, cede al peso emocional del tema.

"Sin esperanza, la vida no vale nada", repite el personaje de *Milk* en labios de Penn. Y la "esperanza" fue una palabra muy usada en las pasadas elecciones.



QUIERO SER MILLONARIO

Danny Boyle ha tenido una extraña relación con el cine: a veces trata de agradar al box office (como es el caso de esta película) y en otras experimenta, busca temáticas extrañas para presentar un discurso de corrupción humana y de degradación espiritual. Con *Quiero ser millonario* (*Slumdog millionaire*) la búsqueda de Boyle se da a través de la narrativa formal, el uso

de una trepidante edición que va en contra de los cánones narrativos de una historia de amor, una cinematografía de *thriller* para retratar una India que seguramente es vista por vez primera por millones de estadounidenses.

Un filme fácil de digerir y que serviría para enviar la señal de que en América también saben retratar otras latitudes..., sobre todo una en la cual se hace casi el doble de filmes que en Hollywood y es el único país en donde el cine estadounidense no es la primera fuerza fílmica.

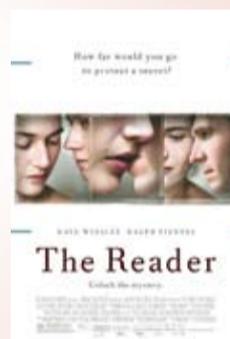


FROST / NIXON

Tal vez el filme con el guión más consistente de toda la lista, la cinta recorre ese pasaje entre la caída de Nixon (su renuncia a la presidencia tras el escándalo Watergate) y los arreglos para su entrevista con el periodista David Frost. Un tema no del todo interesante, dado que Nixon ya no es, por mucho, el presidente estadounidense más odiado

de la historia (cualquier estadounidense habría aplaudido el regreso de Nixon si ello hubiese significado el retiro de Bush Jr.). Sin embargo, el guión de Peter Morgan (quien probó con creces que se puede convertir a una figura pública en un objeto intimista con *The queen*) y la sobria dirección de Ron Howard (tal vez el cineasta estadounidense que más ha aprendido de los clásicos recientemente) llevan la cinta a niveles de *thriller* cuando todos sabemos el desenlace.

Difícil que la Academia vote esta película de manera mayoritaria, al menos que quiera dar la idea de que todo presidente debe tener, al menos, un juicio público (como derecho de la gente, no del exmandatario). Sin embargo, tal vez se lleve los premios a Guión Adaptado y Edición, sin descartar el de Mejor Actor.



EL LECTOR

Stephen Daldry sorprendió a la comunidad fílmica internacional con su devastadora interpretación de la obra de Virginia Woolf (*Las horas*, *The hours*-2006), por lo que se esperaba que su siguiente filme equiparara la fuerza de ésta. Con *El lector* (*The reader*), Daldry ha demostrado

que tiene el nervio de un John Houston, la firmeza de un Bergman y la capacidad narrativa de un Trauffaut. Éste es el tipo de filme que le encanta a los miembros de la Academia: sobrio, excelsamente bien filmado, grandes actuaciones, narración sencilla y elocuente..., en fin, material de Oscar de principio a fin.

De decidirse por esta cinta, la Academia mandaría la señal de que el cine independiente y su temática mundana deben esperar un buen rato para sentar sus reales en Hollywood.



RESTAURANTES



El Semanario / Fernando Luna

Le Pain Quotidien

Con un novedoso concepto para el paladar de los mexicanos y una amplia variedad de pan, este restaurante pronto será un clásico para los desayunos y meriendas de los capitalinos.

Para los fanáticos del pan este restaurante se volverá un clásico inmediato. Le Pain Quotidien es una de las cadenas de comida entre casual y sentada más famosas en muchos países del mundo, cuyo origen data de 1990 cuando se fundó en Bélgica; y acaba de llegar a México, de la mano del grupo restaurantero del Puntarena y otros famosos sitios de la ciudad.

¿Qué distingue a ésta de otras cafeterías? El concepto. Ya que para México es singular un lugar donde se rinde culto al pan como base de todo lo que se consume, donde se trata de compartirlo con los comensales y dar otros platicos para acompañarlo. Así que empecemos por el pan.

Normalmente tienen entre cinco o seis variedades básicas y realmente hay para cada gusto: baguettes firmes, pan de centeno o las flautas de frutas frescas y avellana. Para quienes ya lo han probado en otros lugares parecería que esta panadería/cafetería todavía no se encuentra a la par de sus ramales en otros países, pero tenga por seguro que aquí el pan es de primera y que para acompañarlo las mermeladas y, principalmente, la crema de almendras son adictivas.

Pero no sólo el pan "de sal", sino también los *muffins*, de plátano o manzana, están deli-

ciosos. También les recomendamos los platicos de la carta, como la granola, les queda buenísima con base en la misma receta que otros restaurantes.

Si es para comer o cenar, varios comensales parecen preferir el plato mediterráneo, con *hummus*, *babaganush* y *taboule*; los Quice, el Lorraine con tocino o el de vegetales, o las ensaladas, en especial la Cobb con una vinagreta innovadora de té negro. Los platos del día suelen ser frescos y ligeros, sopa de fríjol o una ensalada de apio y grana como la del Puntarena.

Pero con un pan tan bueno, primero trate los Martines, un sándwich tradicional belga en

pan de centeno, con más de diez variedades a escoger; el de *roast beef*, el de atún o el de pollo al curry llaman la atención.

Como ven la comida es sencilla y apta para acompañarse de (sí, así es): pan. Pero no por eso pase de largo otros aspectos de este restaurante, como que es preferiblemente orgánico y el lugar.

Respecto a lo orgánico, pasó de ser una moda a un estilo de vida para muchos. Básicamente se considera orgánico cuando la comida está libre de ciertos pesticidas u hormonas y se ha cultivado bajo ciertos procesos, por ejemplo, que la tierra empleada para su cultivo tenga un determinado número de años sin ciertos fertilizantes.

Este tipo de comida suele ser de sabores claros y, a la vez, cara porque su falta de alteración ocasiona que sea perecedera rápidamente. Aunque para obtener los beneficios de lo orgánico es necesario que toda nuestra dieta

sea de este tipo.

No cabe duda que la frescura y sabor de estos productos los hacen más deleitables que su contraparte. Así que no deje de pedirlos si su cartera lo permite.

En cuanto al lugar, realmente se vive una experiencia común: mesas de sencilla madera, tonos ocres con acabado *faux* terracota y una gran mesa usual, que invitan al relajamiento.

Para el postre, la pastelería, acompañada con cafés en grandes tazones estilo francés, maximizan el sabor de un buen capuchino.

Hay pan y productos para llevar de alta calidad. Así que no deje de ir o llevar de este nuevo local en la Condesa, del cual se planean abrir otros más en la ciudad, y disfrute de esta sencilla, sana y sabrosa experiencia y que vaticinamos se volverá un clásico de desayunos y meriendas. ●

POR: Gustavo Cantú Durán et al



Le Pain Quotidien

Ámsterdam 309,
colonia Condesa
Tel: 5600-4171

Precio promedio:
160 pesos



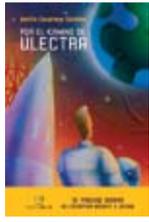


RECOMENDACIONES

LIBROS

POR EL CAMINO DE ULECTRA

Martín Casariego / Anaya 2007



En 2314 no habrá integrante de la raza humana que pueda superar los 75 años, las películas serán vivenciales y todos tendremos distintos *chips* que almacenarán diversos conocimientos. Podremos con tan sólo una cápsula enamorarnos o evocar recuerdos al igual que Glaster y Miguel, protagonistas de esta historia que se verán obligados a conocerse y convivir en un inolvidable viaje que los llevará a "millones de millímetros" de la tierra para conocer planetas tan remotos como JM45, Glam, 2204Lim-Ya, 2095Ruseldorf o su destino final: Ulectra. La tierra será un lugar "casi" paradisíaco. Excepto por que se carecerá de hermanos, todos serán hijos únicos, nacidos en probetas y cada uno tendrá solamente una madre o un padre, nunca ambos. Tampoco habrá fraternidad y en la mayoría de los casos la solidaridad tampoco tendrá cabida. Y la pareja correrá todo riesgo con tal de preservar la lectura.

De venta en www.fnac.es

DISCOS

BRUCE SPRINGSTEEN

Working on a Dream

La producción es frágil pero brillante, la portada del disco hace parecer que es un sello postal, su esencia hará de este álbum una pieza mágica de nuestra colección. Señores, el jefe ha llegado. El disco no es simplemente un conjunto de canciones pequeñas que pareciera no abordan un tema en específico, encontraremos que la producción está repleta de un sentimiento de optimismo por la llegada del presidente número 44 de la Unión Americana, pero este canto de esperanza se ve



truncado por un *track* muy especial, "The Wrestler", el cual habla del espíritu roto del protagonista del aclamado.

PRECIO 22.98 dls (versión de lujo),
18.98 dls (edición normal)

www.amazon.com



GRAMMY NOMINEES 2009

Various Artists

Si usted no tuvo el tiempo de comprar los discos de los nominados al Grammy 2009, entonces le recomiendo que busque este álbum, ya que en 20 *tracks* trata de resumir lo más importante de esta entrega. Coldplay da inicio al álbum con "Viva la Vida"; encontraremos algunas nominaciones que causaron un poco de polémica como "I Kissed a Girl" de Katy Perry, nominada como mejor voz y actuación femenina; pero también nos dará algunas satisfacciones como "House of Cards" de la emblemática banda Radiohead; y por supuesto el regreso más comentado, Robert Plant y Alison Krauss con "Please Read The Letter". Sin duda una compilación que disfrutará los sábados por la mañana.



PRECIO 211 pesos

www.sanborns.com.mx



POR Alx Ramírez

EVENTOS

CELEBRA LA FERIA DE MINERÍA 30 EDICIONES

Para celebrar su trigésimo aniversario, la Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería ha preparado una basta oferta cultural que contempla la ejecución de 883 actividades literarias entre las que destaca un homenaje a Amado Nervo y un ciclo de conferencias dedicado a Charles Darwin. Además dedicará el 30% del total de sus actividades a la poesía, ciencia y tecnología sin descuidar homenajes como los del centenario del natalicio de Silvio Zavala; los 80 años del crítico Emmanuel Carballo y los 70 del poeta José Emilio Pacheco.

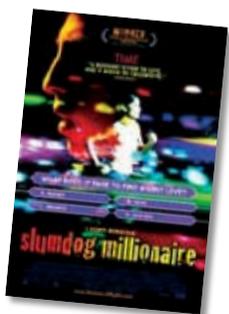
Del 18 de febrero al 1 de marzo. Palacio de Minería. <http://feria.mineria.unam.mx>



LO QUE NO SE PUEDE PERDER

QUISIERA SER MILLONARIO

El destino tiene las 12 respuestas ante las interrogantes que Jamal Malik contesta en el *reality show* ¿Quién quiere ser millonario?, de otra forma, siendo huérfano y perteneciendo a uno de los estratos sociales más bajos de Mumbai, no podría imaginar estar a un paso de ganar 20 millones de rupias. Lo difícil será explicar en un interrogatorio cómo es que conoce contestaciones que aparentemente no debería. La cuestión a responder respecto a esta película es si logrará el Oscar como Mejor Película.



En cartelera a partir del 20 de febrero.

SORIANO Y SUS SUEÑOS MOLDEADOS

Para conmemorar el tercer aniversario de la muerte de Juan Soriano, el presidente de su fundación, Marek Keller, organizó una muestra integrada por 30 esculturas realizadas mayoritariamente dos años antes del deceso del artista. Los formatos de estas obras alcanzan desde los 50 centímetros hasta los 3 metros. Para conocer de cerca el proceso creativo del tapatío también se exponen ocho fotomurales de Gerardo Suter. A la par se presenta en Guadalajara una retrospectiva con óleos, grabados y esculturas.

Centro Cultural Ágora del Parque Naucalli, Estado de México y Exconvento del Carmen, Guadalajara.



ESTRENA CNT PASCUA Y SEDE

La Compañía Nacional de Teatro festejará por partida doble. Abrirá las puertas de su sede y realizará el estreno en México del montaje *Pascua* del dramaturgo sueco August Strindberg en el que se narran las peripecias de un padre de familia que es acusado de fraude. Tal situación conlleva a la modificación del entorno familiar al verse trastocado en plena Semana Santa. Las bondades propias de la época no podrán efectuar un milagro pero sí aligerar el agravio.

Francisco Sosa #159, Barrio Santa Catarina, Coyoacán. Estreno 22 de febrero, 18 horas.



EMPRENDER ES UNA NUEVA FORMA DE APRENDER.

Más de 3,500 alumnos toman cursos
con el apoyo de su Blackberry.

Campus Ciudad de México
54832020 ext. 4011
www.ccm.itesm.mx
Calle del Puente 222
Col. Ejidos de Huipulco
Tlalpan, México, D.F.
C.P. 14380

Campus Santa Fe
91778230
www.csf.itesm.mx
Av. Carlos Lazo 100
Col. Santa Fe
Álvaro Obregón, México, D.F.
C.P. 01389

www.itesm.mx/venaltec/

CULTURA EMPRENDEDORA



TECNOLÓGICO
DE MONTERREY.

