

El Semanario



Año 6, número 288

NEGOCIOS & ECONOMÍA

www.elsemanario.com.mx :: www.twitter.com/El_Semanario

DEPORTE EN MÉXICO

EN EL OLVIDO



En plena euforia por el Mundial de Fútbol, en México estamos lejos de haber consolidado una cultura deportiva que mejore las condiciones de vida de la población. Hasta hoy, el deporte sigue siendo un accesorio de lujo en la política pública.

PORTADA 16

INTERIORES

LA PRIMERA

ECONOMÍA Y FUTBOL

Euforia pasajera

El Mundial será una especie de bálsamo para algunos indicadores, pero las condiciones económicas y la realidad tarde o temprano se impondrán.

Página 6

CORPORATIVOS

GRUPO MÉXICO

Oportunidad de oro

Los tambores de guerra todavía se escuchan en los alrededores de Cananea; sin embargo, su reactivación convierte a la firma minera en una buena opción para captar inversiones de largo plazo.

Página 20

TOYOTA MÉXICO

Plan de ataque

La firme quiere recapitular sus días de gloria, que la llevaron a derrochar una buena imagen, por lo que apostará por reparar su servicio de postventa.

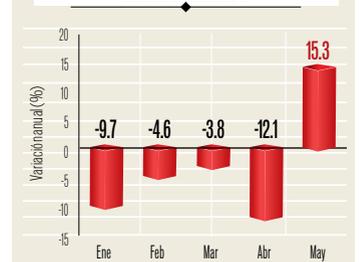
Página 22

OPINIÓN

LOS CRÍMENES DE BRITISH PETROLEUM

Dolía Estévez.....Página 10

CONFIANZA CONSUMIDORES PARA ADQUIRIR BIENES DURADEROS



Fuente: INEGI

00288
7 509997 005089

Precio: \$22.00

REPORTAJE/ PUBLICIDAD

Nuevas reglas del juego

La mercadotecnia vive un intenso proceso de transformación. Ahora, el negocio exige más creatividad e interacción con el cliente a través de internet. **Página 13**



MEJOR VENDEDOR: GANE MÁS Y APROVECHE EL E-COMMERCE Pág. 24

El Semanario



LOS PERSONAJES DE ESTA EDICIÓN



Gerardo Ruiz Mateos

El Mundial de Fútbol favorecerá a algunos indicadores económicos. Después, la realidad se impondrá.

LA PRIMERA
Página 6



Javier Aguirre

El Mundial de Fútbol abre nuevos derroteros para la mercadotecnia, que deberá interactuar con el cliente por internet.

REPORTAJE
Página 14



Felipe Calderón

La falta de una política pública en pro del deporte frena la calidad de vida de los mexicanos y la productividad del país.

PORTADA
Página 16



Xavier García

La recuperación de la mina de Cananea es tan sólo un paso para que Grupo México mejore sus perspectivas.

CORPORATIVOS
Página 20

ADEMÁS...

LA PRIMERA

7 VERACRUZ, SINALOA Y CHIHUAHUA
Feudos intocables

8 JORGE BUENDÍA
Los sueldos de nuestros gobernantes

9 De un vistazo
México: A prueba en la ONU

10 DOLIA ESTÉVEZ
Los crímenes de British Petroleum

OPINIÓN

15 GERARDO BALLESTEROS
La transparencia como motor de la economía

CORPORATIVOS

21 ACTINVER
La clave es diversificarse

22 TOYOTA MÉXICO
Plan de ataque

EL MEJOR VENDEDOR

24 EXTENDIENDO LA RED

FINANZAS

26 CARLOS PONCE
Contra psicología... ¡tiempo!

27 Señales y tendencias

LA BUENA VIDA

28 DEPORTE
Las figuras del Mundial

30 Restaurante / El Mero Toro

31 LUIS RAMÓN CARAZO
Capote mágico
Recomendaciones / Libros, discos, eventos

ÍNDICE DE EMPRESAS

Actinver	21
BBVA Bancomer	20
British Petroleum	10
Chrysler	14, 22, 23
Femsa	13
Ford	22, 23
Ford Credit México	23
General Motors	22, 23
Grupo ASSA	24
Grupo Kuo	23
Grupo México	20, 23
Grupo Public México	14
Hermès	25
IXE	20
Manpower	6
Nissan	22, 23
Toyota México	22
VivaAerobus	23
Volkswagen	22, 23
Wal-Mart de México	23
Young & Rubicam	14

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

El Semanario
SIN LÍMITES

Lo más caliente

Televisa, Telefónica y Mega ofrecen 885 mdp por fibra CFE

La SCT no ha confirmado la recepción de la propuesta y se prevé que el ganador de la licitación deberá financiar la colocación de infraestructura.

Mineros incendiaron instalaciones de Cananea: Pavón

El síndico señaló que ya tienen conocimiento de lo sucedido y culpó al ex líder sindical, Napoleón Gómez Urrutia.

Lo más leído

- ▶ Televisa y TV Azteca encabezan Iniciativa México
- ▶ Soriana iría por 100 ciudades con formato "Express"
- ▶ México en el *top ten* de naciones con más fraudes
- ▶ Desaloja Policía a mineros de Cananea
- ▶ "Que se jodan mis víctimas": Madoff
- ▶ El paso en falso de Ebrard
- ▶ Abogados de abolengo en disputa de socios GAP

Sondeo

¿Hasta dónde cree que avance México en el Mundial de Fútbol?

No pasará la 1ª ronda	36.3%
Avanzará a octavos	29.0%
Logrará el 5º partido	16.1%
Llegará a semifinales	18.5%

Los resultados del sondeo reflejan la opinión de nuestros lectores.



Presidente
Gustavo Cantú

Director General
Samuel García

Subdirector de Análisis
José Miguel Moreno

Director Comercial
Carlos Chávez de Icaza

Gerentes
Ethel Oropeza,
Aldo Sánchez

El Semanario

Director, Samuel García

Editor, Jonhán Torres; **Coordinador de Diseño**, Kyoshi Hayakawa; **Fotografía**, Fernando Luna; **El Semanario Sin Límites**, Jesús Ugarte, Miguel Uriarte; **Consejeros Editoriales**, Cintia Angulo, Verónica Baz, Jorge Buendía, Gustavo Cantú, Aliza Chelminsky, Luis de la Calle, Samuel García, Manuel Alejandro Guerrero, César Ortega de la Roquette y Luis Javier Solana.

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 04-2004-062913390200-101. 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.

El Semanario

Año 6, número 288

Publicado desde octubre de 2004
Oficinas en avenida Revolución 1181,
5er piso, colonia Merced Gómez,
CP 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:

Commercial Media bizcom
Carlos Chávez de Icaza
5202-1166

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

El Semanario

DE NEGOCIOS & ECONOMÍA

Encuéntrelo en...

- ▶ CLUB DE GOLF BELLAVISTA
- ▶ CLUB DE GOLF CAMPESTRE CHILUCA
- ▶ CLUB DE GOLF LA HACIENDA
- ▶ CLUB DE GOLF CAMPESTRE
- ▶ CLUB GOLF RANGE SANTA FE
- ▶ LOMAS COUNTRY CLUB
- ▶ CLUB DE GOLF LOS ENCINOS
- ▶ CLUB DE GOLF CORAL
- ▶ CLUB HACIENDA LA PURÍSIMA
- ▶ CLUB DE GOLF CHAPULTEPEC
- ▶ ASOCIACIÓN ECUESTRE DE TLALPAN
- ▶ CLUB HÍPICO FRANCÉS
- ▶ CLUB HÍPICO LA BARRANCA
- ▶ CLUB ECUESTRE DEL PEDREGAL
- ▶ CAMPO DEPORTIVO ESTADO MAYOR
- ▶ CLUB TERRANOVA
- ▶ CLUB IRLANDÉS
- ▶ CLUB ASTURIANO DE MÉXICO
- ▶ CENTRO ECUESTRE DEL OLIVAR

www.elsemanario.com.mx

"Entender, para decidir"



DEPORTE EN MÉXICO EN EL OLVIDO

El viernes 11 de junio la Selección Mexicana de Fútbol se enfrentará a su par de Sudáfrica, país anfitrión, en

el primer partido de la Copa Mundial de Fútbol que durante un mes se prolongará por primera vez en territorio africano.

El fútbol es un deporte que despierta una pasión inusitada entre la población de nuestro país y de la mayor parte de las naciones del mundo, especialmente en América Latina y Europa; de allí que la celebración de la Copa Mundial altere notablemente la vida cotidiana de ciudadanos y poblaciones.

Sin embargo, las esperanzas y emociones que suscitan entre la población las actuaciones de los deportistas mexicanos en general, no se corresponde con los magros resultados deportivos que el país ha obtenido históricamente en las competiciones internacionales más relevantes como los Juegos Olímpicos, los Juegos Panamericanos o los Mundiales de Fútbol, el deporte más popular del país. El asunto es tan frío como observar los resultados deportivos de las últimas dos o tres décadas. El deporte de alto rendimiento en México ha dado tan pobres resultados que vale la pena cuestionarse los porqué.

Una de las razones de fondo que explican esta situación se encuentra en la pobre construcción de una cultura del deporte en la población en general. El deporte en México es visto como un accesorio de la vida comunitaria e, incluso, crecientemente como una actividad 'de lujo' para quienes habitan en las grandes ciudades del país.

Las políticas públicas lanzadas desde las esferas gubernamentales federales, estatales y municipales, no ven ni han incorporado al deporte y al ejercicio físico como una prioridad para el desarrollo integral del ciudadano, a la altura de las políticas relacionadas con la educación, la salud o el empleo. La planeación y el desarrollo urbano de nuestras ciudades y pequeñas poblaciones, así como la infraestructura escolar pública, así lo muestran al darle escasa o nula importancia a los espacios para el ejercicio físico y la práctica del deporte. Solo hay que echar una mirada a nuestras ciudades para percatarnos al respecto.

Los esfuerzos desde el sector privado y social también son escasos y no se corresponden con

potencial que tienen para el fomento y construcción de una cultura del deporte entre la población.

Solo recientemente –y a raíz de las cifras alarmantes en materia de obesidad infantil entre la población mexicana con las graves consecuencias que ello tiene sobre la salud pública para las nuevas generaciones– el ejercicio físico y la práctica regular de deportes entre la población se ha ganado un lugar en la agenda pública; lo que no significa –necesariamente– que esto se traduzca en políticas y presupuestos consistentes y crecientes para atacar este grave problema.

Lo cierto es que la cultura del deporte se encuentra en el olvido. El reportaje central de esta edición (de la página 16 a la 19) ofrece datos que dan cuenta que los mexicanos, simplemente, no se mueven: de acuerdo con cifras oficiales, sólo 17 millones de ciudadanos hacen ejercicio con regularidad. Mientras que las personas que realizan ejercicio se ausentan del trabajo tan sólo 2,1 días por año, los inactivos o sedentarios lo hacen 3,1 días. Además menos de 10% de los adultos hace deporte cuatro veces por semana y más de la mitad lo abandona a los seis meses de comenzar un programa. En los niños sólo 32% puede pasar un test de fuerza muscular, flexibilidad y entrenamiento cardiovascular.

Este panorama es el que incide no sólo en los magros resultados del deporte de alto rendimiento que obtiene México en las competiciones mundiales, sino –más grave aún– en los preocupantes indicadores de salud entre la población infantil, en los bajos niveles de productividad en los empleos y en el deterioro de la calidad de vida de los pobladores en nuestras ciudades y pueblos.

La Estrategia Nacional de Cultura Física y Deporte lanzada por el gobierno federal es insuficiente porque no logra incorporar a sectores mucho más amplios de la población, más allá de los planteles escolares. Pero para ello se requiere un golpe de mano para dejar atrás las decisiones corporativistas que han hecho del ejercicio físico y de la práctica del deporte –un derecho de la población– un asunto privado y no público.

Las experiencias de vida deportiva de la mayor parte de los 23 jugadores mexicanos de fútbol que compiten en estos días en la Copa Mundial Sudáfrica 2010 son un libro abierto que exponen que su éxito está más relacionado con el esfuerzo individual, dramático en algunos casos, que con el impulso dado por un sistema deportivo nacional, hasta ahora prácticamente en el olvido. ●





LA AGENDA

JUEVES 10

▶ AMLO presentará *La mafia que se adueñó de México... y el 2012*.

VIERNES 11

▶ Iniciará el mundial Sudáfrica 2010, con el juego inaugural entre México y la selección anfitriona.
▶ El Inegi publicará el resultado de la Inversión Fija Bruta en febrero.

SÁBADO 12

▶ El presidente de Irán festejará el primer aniversario de su reelección.

DOMINGO 13

▶ Bélgica realizará elecciones.

LUNES 14

▶ Iniciarán trabajos de rehabilitación del libramiento Cuernavaca.

MARTES 15

▶ La UE revisará los planes de austeridad de España y Portugal.

MIÉRCOLES 16

▶ La canciller Patricia Espinosa participará en un debate en la ONU.

NO LO PIERDA DE VISTA

▶ En medio del torbellino futbolero, el viernes 11 de junio iniciará en Campeche, y hasta el 13, la XLIX Reunión Interparlamentaria México-EU, donde analizarán diversos temas de la agenda bilateral. Pero el más sensible será la muerte del inmigrante que falleció a consecuencia de las lesiones provocadas por la Patrulla Fronteriza.
▶ España sigue caliente y el liderazgo de José Luis Rodríguez Zapatero podría salir quemado. El jueves 10 será recibido por el papa Benedicto XVI y un día después celebrará en Lisboa los 25 años de adhesión de España y Portugal a la UE. Pero será el miércoles 16, cuando se apruebe la reforma laboral española.



SÓCRATES

INEGI: ¿CUÁL CENSO?

No se reconocerá públicamente, mi querido filósofo, pero es un hecho: el Censo de Población y Vivienda 2010 no será un retrato fiel de los diversos fenómenos que visten a este país. Desde tiempo atrás se advirtió que los encuestadores de la esfera que preside Eduardo Sojo tendrían muchos problemas para entrar a las zonas en conflicto con el narcotráfico. Primera señal de alerta. Ahora, se asoma otra amenaza, que de hecho ya se manifiesta en varios puntos: la absoluta indiferencia y rechazo de muchos mexicanos para atender al personal del Inegi. La razón está a flor de piel: el miedo a la inseguridad, que se manifiesta a través de la negativa de muchos ciudadanos a que una persona extraña pregunte santo y seña de su conformación familiar, así se presente con un enorme gafete que certifique su origen. Con esta nueva circunstancia, varias preguntas quedan en el aire: ¿Qué tipo de censo se levantará? ¿Qué tan certeros serán los resultados para proyectar el número de ciudadanos? ¿Cuáles serán las consecuencias de tener un reporte estadístico poco fiable, maquillado? Son preguntas que quizá no tengan respuesta.

CASO DIEGO: ALIADOS EN PUGNA
Por la delicadeza del caso, una advertencia: toda información merece tomarse con reservas. Dicho esto, fuentes muy cercanas a este asunto informan que las negociaciones con los presuntos captores de *El Jefe* Diego son responsabilidad, única y exclusiva, de su familia. Esto, de tiempo atrás, ya se sabía; sin embargo, añaden un factor que no se conocía: que entre la familia del panista y la Presidencia hay un franco enfrentamiento. Se esgrime que los hijos del ex candidato presidencial no descartan que el aparente secuestro de su padre tiene motivaciones políticas y de ello responsabilizan a Felipe Calderón. ●



LOS OTROS ONCE / KABEZA
Milenio Diario, 06/06/2010



RETORNO / PERUJO
El Economista, 08/06/2010

LAS FRASES



“ Hablamos con expertos porque tienen las mejores respuestas para saber a quién debo patear el trasero ”.

Barack Obama
Presidente de EU
08/06/2010



“ El PRI debe debatir para qué quiere ganar la Presidencia en 2012 antes de pensar en un candidato ”.

Manlio Fabio Beltrones
Coordinador del PRI en el Senado
07/06/2010



ECONOMÍA Y FUTBOL

Euforia pasajera

◆ El Mundial será una especie de bálsamo para la economía de México. Sí, algunos indicadores repuntarán, pero, finalmente, las condiciones económicas y la realidad se impondrán.



Cuartoscuro / Moisés Pablo

Sudáfrica, en cierta medida, traerá una bocanada de aire fresco para la economía de México. En lo específico, será el desempeño de la Selección Mexicana de Fútbol el factor que levante el ánimo de los consumidores y los aliente a gastar más en productos y servicios. De ellos dependerá, por un instante, el comportamiento de varios indicadores económicos.

Según el Inegi, el dato de la confianza de los consumidores en mayo mostró una mejora de 8.1% a tasa anual y de 2% respecto al mes anterior. Más destacable fue el rubro que indaga sobre la capacidad de los miembros del hogar para adquirir bienes duraderos (como electrodomésticos), que registró un repunte de 15.3% a tasa anual y subió por primera vez en 27 meses.

¿Qué hizo que se revirtiera tan súbitamente la tendencia de ese indicador? El Mundial, según marca la evidencia...y particularmente la venta de televisiones: antes del mayor evento futbolístico del mundo, todos

LA TENDENCIA EN OTROS PAÍSES

¿Qué pasa en otras partes del mundo, sobre todo donde los equipos tienen mayores posibilidades de ganar la copa? No hay evidencia de mayores afectaciones en la economía en un horizonte, por ejemplo de un año, pero momentáneamente sí hay impactos.

En Inglaterra se espera que la participación de su equipo se traduzca en ingresos de entre 1,500 y 2,000 millones de libras esterlinas (mdl) para la economía; industrias como la restaurantera ganarían cerca de 150 mdl extras por cada semana que su equipo permanezca en el Mundial. A los ingleses les gusta medir este efecto en "pintas" y estiman que, en los días en que Inglaterra juegue, se venderán 10 millones de "pintas" extras.

De todas formas, los analistas pronostican que el Mundial de

Sudáfrica no logrará que Europa se salve del marasmo económico.

¿Y para el país que resulte campeón? La historia es algo diferente. Según un estudio de ABN Amor, el país ganador ve un crecimiento promedio adicional de su PIB, pues según especialistas hay un efecto multiplicador en la economía por el entusiasmo de la población y, "ciudadanos más felices son consumidores inclinados a gastar más", señalan.

Conclusión: el Mundial parece tener efectos pasajeros en la economía, mientras perduren la euforia y el entusiasmo de la población. Sí, hay muestras de que induce un cambio momentáneo en los patrones de consumo, pero al final el efecto se diluye, se termina por volver a la realidad y se imponen las condiciones económicas reales.

desean adquirir una televisión, sobre todo ante el boom de ofertas de las tiendas minoristas. Tampoco habría que desdeñar el sentimiento de eufo-

ria que se desata antes del evento entre los aficionados al fútbol.

Por esta razón, diversos sectores —retail, restaurantes y bebidas— ya

tienen bien calibrado cuánto verán aumentar sus ventas antes y durante el Mundial. Según especialistas, la venta de televisiones se disparará 14%; los restaurantes esperan un aumento de entre 10% y 15% en el valor de sus ventas y algunas refresqueras ven aumentos de 5% o más.

¿En verdad el Mundial se traduce en una mejora para la economía? De manera agregada y en el balance del año ya no es tan notable. Hay evidencia de que, en el caso de la compra de televisiones, sólo se trata de una adquisición adelantada y aprovechando la guerra de ofertas. Así, probablemente, diciembre resienta las compras anticipadas en este tipo de bienes.

Entonces, podría decirse que su efecto es un simple retrato del momento. En 2006, la venta de electrodomésticos mostró un fuerte aumento en el segundo trimestre del año (el Mundial suele realizarse entre junio y julio) de 10.7% anual. Pero en todo el año, la venta de este tipo de bienes cayó 2.0%. Es decir, el repunte que tuvieron durante el Mundial no marcó la tendencia en el año.

Además, según analistas, mientras algunos sectores ven crecer de manera notoria sus ventas en tiempos de fiebre futbolera, otros lo resienten, como es el caso del turismo, ya que mucha gente prefiere no planear fines de semana fuera de casa durante el Mundial. Así que, al final, sólo hay una redistribución del consumo entre los sectores económicos.

En contraste, donde sí se espera un golpe fuerte es en la productividad laboral. Y ello se perfila a ser un hecho consumado. Cuando el Mundial se juega en horas laborales, como es este caso, suele registrarse ausentismo laboral o retraso en las horas de llegada de los trabajadores. O, al menos, una fuerte distracción con empleados más atentos a los marcadores que a sus labores. Según Manpower, la productividad podría caer hasta 20% durante el mes que dure el Mundial, mientras el ausentismo laboral podría aumentar 20%. Así, esto termina por ser un juego de suma cero en que unos ganan lo que otros pierden. ●

Por Hilda Peña



ELECCIONES 2010



Cuartoscuro / Feliz Márquez

Javier Duarte de Ochoa, abanderado del PRI, es la carta de Fidel Herrera para retener Veracruz.



Cuartoscuro / Bieninformado

César Duarte cuenta con el respaldo de los empresarios para ocupar el asiento de José Reyes en Chihuahua.



Cuartoscuro / Guillermo Perea

Jesús Vizcarra tiene un "padrino": el gobernador de Sinaloa; y lo acusan de tener nexos con el narco.

VERACRUZ, SINALOA Y CHIHUAHUA

Feudos intocables

◆ Estas tres plazas, según los momios, seguirán en las mismas manos. El cambio de mandos en sus casas de gobierno, al margen de los latigazos del crimen, seguirá bajo el poder del PRI.

A unas semanas de la jornada política más convulsa del año, la percepción preelectoral parece consumarse: el PRI retendrá (y en algunas plazas multiplicará) su influencia, al tiempo que se intensificará la crisis del PAN y el PRD no saldrá del sótano. En resumen, el feudalismo se mantendrá intocado.

El 4 de julio se conocerá el camino que tomará la sucesión en 12 estados del país y, de acuerdo con el análisis político, la clave estará en definir el músculo de los gobernadores y su intencionalidad por retener el poder a favor de su propio partido.

Así, en una primera entrega para conocer las entretelas de la jornada electoral, tres estados saltan a la vista: Veracruz, donde se sabrá si el poder de Fidel Herrera es incommensurable; así como Chihuahua y Sinaloa, cuyo proceso ha sido contaminado por los embates del crimen organizado. Como sea, en los tres domina un pronóstico: la hegemonía del PRI.

VERACRUZ

En uno de los estados pintados de blanco, rojo y verde, la coalición "Veracruz para adelante" —integrada por el PRI, el PVEM y el Revolucionario Veracruzano— decidió lanzar como su candidato al diputado Javier Duarte de Ochoa,

cuyo principal impulsor es el gobernador Fidel Herrera.

Duarte está en todos lados, pues gracias a la bendición del gobernador se promueve en la televisión estatal, en la radio y periódicos; sin embargo, según medios locales, es un advenedizo.

Desde la acera de enfrente, la alianza "Viva Veracruz" —compuesta por el PAN y Nueva Alianza— postuló al ex priista Miguel Ángel Yunes, en un movimiento que busca aprovechar la relación que su hijo Miguel Ángel Yunes Márquez ha desarrollado con diversos empresarios veracruzanos desde que fuera elegido como alcalde de Boca del Río. Además, el abanderado panista contará también con el respaldo de Elba Esther Gordillo.

El tercer candidato en discordia es el ex gobernador Dante Delgado. Propuesto por la coalición "Para cambiar Veracruz" —integrada por el PRD, PT y Convergencia—, su panorama pinta negro y, de hecho, nadie cree que pueda dar la sorpresa.

Según las diversas encuestas que se han realizado en el estado, la ventaja es de Duarte (39.9%), seguido por Yunes (21.9%) y Delgado (9.6%).

CHIHUAHUA

En el estado más extenso del país, la batalla por la gubernatura será un

mano a mano entre César Duarte Quezada (PRI) y Carlos Borrueal (PAN). El tercer candidato, Luis Orozco (PRD), no ha logrado colarse en la preferencia de los electores.

Como contexto, el 1 de junio tuvo lugar el segundo debate entre los suspirantes a ocupar el asiento de José Reyes Baeza. De acuerdo con las memorias del evento, la percepción que se generó en el imaginario colectivo fue que se presenció un diálogo de sordos y fuego cruzado en torno de diversos temas (desarrollo social y rendición de cuentas). Pero el mensaje central, por obvias razones, fue la inseguridad.

De acuerdo con analistas de la zona, la incidencia delictiva es el problema más apremiante de los chihuahuenses y, por eso, se dice que el político que logre transmitir el mejor mensaje para enfrentar a las mafias podría ganar la joya de la corona. Sin embargo, la mano del gobernador será decisiva.

Bajo este panorama, y con base en los reportes disponibles, el candidato del PRD será un simple espectador de un duelo de dos: César Duarte y Carlos Borrueal. Sin embargo existe un poder paralelo que podría inclinar la balanza: la Asociación de Maquiladoras de Ciudad Juárez y otros grandes empresarios que defienden la causa del PRI.

SINALOA

Las encuestas en Sinaloa tienen clara una cosa: el perfil de Jesús Vizcarra Calderón, candidato priista a la gubernatura del estado, es "el favorito del gobernador". Sin embargo la *realpolitik* que gravita en la zona advierte que en esta plaza habrá una lucha entre dos viejos militantes del mismo partido.

Así, la contienda se librará entre dos corrientes del PRI: la empresarial de Jesús Vizcarra —de la "Alianza para ayudar a la gente"— y la política de Mario López Valdés, conocido como *Malova*, candidato del PAN.

Hasta ahora, los datos se han cargado hacia el candidato priista, pero es importante resaltar el apoyo que *Malova* recibe de parte del ex gobernador Juan Millán Lizárraga, quien además de fungir como su "padrino" se desempeña como un fuerte crítico del candidato tricolor.

Como sea, la principal amenaza que se mueve en este proceso es la del narcotráfico y, en ese marco, los demonios se han desatado en torno de la figura del candidato del PRI, a quien se acusa de mantener conexiones con poderosos capos como Ismael *El Mayo* Zambada. ●

Por Alejandro Medina



EN LA PRÓXIMA EDICIÓN:
PUEBLA, HIDALGO Y DURANGO



MAPA DE IMPACTOS



LOS SUELDOS DE NUESTROS GOBERNANTES

Jorge Buendía

► **El uso de los recursos públicos** siempre genera fuertes emociones entre la ciudadanía. El quehacer gubernamental se asocia con frecuencia a despilfarro, ineficiencia y corrupción. El tema se vuelve más candente cuando se habla de los sueldos que devengan nuestros gobernantes. La presión ciudadana llevó a que el año pasado se reglamentaran los sueldos de los funcionarios públicos para que nadie pueda ganar más que el Presidente de la República. Actualmente, el sueldo del presidente Calderón es de 146,830 pesos mensuales netos. Cualquier propietario de una empresa mediana tiene mayores ingresos que el hombre más poderoso del país.

► **El sueldo presidencial es pues el techo** al que se enfrenta todo funcionario público. La pregunta relevante es si este techo le permite al Estado ser competitivo en su política de reclutamiento y, más importante aún, si le permite reclutar a cuadros sobresalientes y/o especializados. Es de sobra conocido en

México, pero también en otras partes del mundo, que las mentes más brillantes del mundo de la abogacía, las finanzas y la contabilidad se encuentran en el sector privado y sólo en forma secundaria en el sector público. Esto se traduce muchas veces en que infinidad de juicios llevados por los abogados del Estado se pierden a manos de sus contrapartes particulares. O que los contadores de la iniciativa privada encuentren infinidad de huecos fiscales que a la larga se traducen en pérdida de ingresos para el Estado. La frase de que "lo barato sale caro" también se aplica a la contratación de empleados gubernamentales.

► **El panorama es más crítico** cuando pensamos en nuestros políticos electos. La clase política mexicana, todos aquellos que trabajan en cualquiera de los tres poderes de la Unión o en los gobiernos estatales, son personas que difícilmente han acumulado un patrimonio propio.

La razón es muy simple: para participar en la política mexicana es necesario hacer una carrera partidista. Al prohibir las candidaturas independientes, la legislación hace de los partidos el único camino para alcanzar un puesto de elección popular. Más aún, los partidos son extremadamente cerrados en sus procesos de nominación. La ausencia de elecciones primarias sólo refuerza la estructura vertical de las organizaciones partidistas. Todo esto significa que quien aspira a un puesto de elección popular necesariamente tiene que ser alguien que se dedique a la política de tiempo completo y que cuente con una trayectoria partidista relevante.

► **En suma, el marco institucional fomenta** que nuestros gobernantes sean políticos de carrera que, en el mejor de los casos, sólo viven de su sueldo pero que no reciben una compensación acorde con sus responsabilidades y aspiraciones. Un político mexicano que cuente con una importante fortuna económica personal difícilmente la habrá adquirido por medios legales.

► **Si a lo anterior le añadimos la inestabilidad** propia de la administración pública, o de la vida político-electoral, resulta que el empleo en la administración pública no es exactamente lo más atractivo para reclutar a los cuadros dirigentes que el país necesita. Es una carrera corta, repleta de incertidumbre, donde las remuneraciones no corresponden a las responsabilidades. Es claro que este marco institucional genera incentivos a la corrupción y empobrece la calidad de la administración pública mexicana. Es hora de cambiarla. ●



DE UN VISTAZO

DF: ¡Bendito Mundial!

No hay duda: el fútbol puede mover montañas y, colateralmente, sepultar aunque sea por un instante la beligerancia. En plena psicosis por el Mundial, el Gobierno del Distrito Federal (GDF) y el Sindicato Mexicano de Electricistas (SME) concretaron un acuerdo que no altere sus proyectos y no les reditúe una mala imagen ante la afición mexicana, pues el gremio electricista aceptó levantar este viernes 11 de junio las carpas que mantiene desde hace 40 días en la plancha del Zócalo, y sólo conservar la carpa principal, para que la administración de Marcelo Ebrard pueda llevar a cabo el FIFA Fan Fest, cuya misión es transmitir las incidencias de los partidos que se celebrarán en el marco de esta justa mundialista. Después, las consignas y pancartas de protesta reaparecerán.

Diplomacia: Vecindad a debate

Mientras que el mundo (incluido México) se paraliza ante el inicio de Sudáfrica 2010, en Campeche iniciará este viernes 11 de junio, y hasta el domingo 13, la XLIX Reunión Interparlamentaria México-EU, donde ambos países se sentarán de nuevo para analizar diversos temas de la agenda bilateral. Se espera que entre los tópicos a tratar se aborden la reforma SB1070, el aumento de las deportaciones, el tráfico de armas y drogas; así como otros menos coyunturales como comercio y cambio climático. Pero uno que tocará las fibras sensibles de los mexicanos y podría envolver a los demás temas es la muerte de Anastasio Hernández, inmigrante que falleció a consecuencia de las lesiones provocadas por la Patrulla Fronteriza y que dejó al descubierto, una vez más, la violación de los derechos humanos que impera en la zona fronteriza.

AMLO: El regreso

Todo parece indicar que el ex candidato presidencial no está dispuesto a bajar los brazos, sino todo lo contrario. Ante la cercanía de las elecciones de 2012, Andrés Manuel López Obrador ya empieza a mover sus piezas para contender de nueva cuenta por la silla presidencial. Así, sobre advertencia no hay engaño: el jueves 10 de junio el tabasqueño presentará su nuevo libro, *La mafia que se adueñó de México... y el 2012*, que se verá como su regreso a las marquesinas y la catapulta para retomar oxígeno con miras a las elecciones presidenciales. De inicio, este libro denunciará los actos de corrupción de personajes como Carlos Salinas de Gortari, medida vista como una estrategia

La clase política, aquellos que viven y/o trabajan en cualquiera de los tres poderes de la Unión o en los gobiernos estatales, son personas que difícilmente han acumulado un patrimonio propio.



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



México: A prueba en la ONU

México, en estos días, tomó la presidencia en el Consejo de Seguridad y eso no será un día de campo. Incluso, hay quien dice que ésta será una prueba para medir la altura de la diplomacia mexicana. Por lo pronto, Claude Heller, embajador mexicano ante el organismo mundial, adelanta que “será un mes difícil”, toda vez que sobre la mesa se pondrán varios asuntos de largo alcance. La agenda no es tersa: el aumento de la tensión en Medio Oriente, la negociación de nuevas sanciones a Irán, el nuevo enfrentamiento entre las dos Coreas, el ataque israelí a la Flotilla de la Libertad y la evolución en el caso de Omar Al Bachir, acusado por crímenes de guerra en Sudán. Inicialmente, se prevé que para el 16 de junio Patricia Espinosa participe en el debate abierto sobre los niños en los conflictos armados y que para el 29 se realice otro debate en justicia y derecho internacional, temas en los que el país ha demostrado especial interés. A la espera de resultados.



IISD

reiterada del tabasqueño. Dos escenarios se perfilan: el primero, que su denuncia sea replicada por los medios y perdure en el imaginario colectivo o que sus palabras se las lleve el viento. Al tiempo.

SCT: Molinar, en apuros

El libramiento Cuernavaca está a punto de presentar cambios, toda vez que a partir del lunes

14 de junio comenzarán los trabajos para rehabilitar este tramo carretero, que constantemente es señalado como una obra en caos. Para ello, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) invertirá más de 42 mdp en el proyecto que remodelará la carpeta asfáltica de dicho libramiento. Colateralmente, esta medida podría fungir como un

bumerán en contra del titular de esta cartera, Juan Molinar Horcasitas, quien eventualmente sería un blanco fácil para el círculo rojo que desde tiempo atrás lo mantiene en la lista de los funcionarios más proclives a la crítica, por su papel en la tragedia de la Guardería ABC de Hermosillo, que alcanza al ex director general del IMSS.

Transparencia: ¿Qué festejar?

Este sábado 12 de junio se cumplirán siete años de la entrada en vigor de la Ley de Transparencia, sin embargo, las preguntas obligadas son: ¿Sirve? ¿Los políticos de este país la acatan? ¿La opacidad es un objeto del pasado? De antemano, puede adelantarse que el balance no será del todo benevolente, ya que existe la percepción (en algunos casos bastante fundada) de que a los gobernantes la rendición de cuentas les genera escalofrío. Esta historia, vista en retrospectiva, provoca más pesimismo pues a la fecha existen solicitudes que no han sido respondidas o que simplemente han permanecido en la sombra ante las válvulas de escape generadas por las autoridades que prefieren conservar ciertos expedientes en las catacumbas.

Política: ¿Habemus reforma?

¿Los demonios volverán a desatarse por una de las reformas eternamente pospuesta? Luego del cerrojo impuesto en el Congreso para mantener sepultada la reforma política, el tema regresa al tintero gracias a la presentación de una propuesta en la materia impulsada por un consejo de notables que, entre líneas, dicen algo así como: basta de la parálisis política y es momento de sentar las bases de una verdadera transición democrática. Sin embargo, habrá que esperar la respuesta de los legisladores para avanzar en esta reforma o si deciden continuar con el ayuno y poner el dedo en el renglón hasta que inicie el segundo periodo ordinario de sesiones. Lo cierto es que el tema sigue inmóvil en el Congreso de la Unión y de no haber injerencias externas podría llenarse de polvo y telarañas. ●

AHORA
SUSCRÍBASE EN LÍNEA
Y PAGUE CON

WWW.ELSEMANARIO.COM.MX





CONTACTO EN WASHINGTON



LOS CRÍMENES DE BRITISH PETROLEUM

Dolia Estévez

Barack Obama anda a la defensiva, sorteando críticas por su lentitud en responder al derrame de crudo en el Golfo de México y por no montar en cólera ante las cámaras de televisión contra British

Petroleum (BP), responsable directo del mayor desastre ecológico en la historia de EU. Decidido a proyectar determinación, pero también compasión por las víctimas, Obama regresó el viernes pasado –por segunda vez en una semana– a las contaminadas costas de Luisiana donde, de acuerdo con los expertos, el daño ambiental es permanente e irreparable. Obama canceló abruptamente su próximo viaje a Indonesia y Australia para tomar control de la percepción de caos.

Pero el gran error de Obama no ha sido la respuesta tardía y descoordinada de su administración, ni siquiera su frialdad ante el desastre, sino no haber refutado abiertamente la versión de los hechos de BP. La transnacional británica consistentemente subestimó los daños del derrame, exageró los avances en las tareas de reparación y restó importancia al impacto ecológico. Para muchos, esto no tiene explicación, dado el negro historial de comportamiento irresponsable de BP antes de la explosión. Invariablemente, BP ha puesto la avaricia rentista sobre el bienestar público tomando riesgos, sin medir las consecuencias, con tal de reducir costos. Tony Hayward, CEO de BP, tuvo el cinismo de decir que el derrame no iba a causar gran daño, “pues el Golfo de México es un océano muy grande”.

De acuerdo con el Centro de Integridad Pública, BP es responsable de 97% de las violaciones más graves en la industria de refinación en años recientes. Información clasificada obtenida por la referida ONG revela que BP fue objeto, en años recientes, de 862 emplazamientos por violaciones calificadas de “atrocidades” o “voluntarias”. En 2005, una refinación de BP en Texas, explotó matando a 15 trabajadores. El viernes, Obama finalmente arremetió contra BP acusándola de estar gastando 50 mdd en una campaña televisiva para mejorar su imagen y de haber pagado 10,000 mdd en dividendos a sus accionistas este trimestre. Pero por más que Obama denuncie el desmedido poder de los intereses creados y de los cabilderos, ha hecho muy poco para minar su influencia. La negligencia ante los crímenes de BP es un ejemplo más del mismo contubernio de Washington con los poderes fácticos que en 2008 puso al sistema bancario al borde del abismo.

LEY ARIZONA, SIN CONTRATIEMPOS

En ocho semanas, la Ley Arizona, tachada por México de “racista y xenofóbica”, y de “desviada” por Obama, entrará en vigencia. Eso si las demandas en su contra entabladas por grupos e individuos privados en Arizona no tienen éxito en bloquearla, o si la administración Obama sigue sin intervenir para impedir su ejecución. La reciente entrevista entre Obama y Jan Brewer, la gobernadora republicana de Arizona, fue un fracaso. Ninguno dio su brazo a torcer. Obama pidió a Brewer apoyo para convencer al senador John McCain de impulsar una reforma migratoria, pero la gobernadora respondió que primero hay que asegurar la frontera contra la violencia y los ilegales mexicanos; demandó terminar la construcción del muro fronterizo. Mientras son peras o son manzanas, 20 estados más están considerando promulgar leyes modeladas en la de Arizona.

EL NEGRO RÉCORD DE CALDERÓN

En una carta abierta, el Comité para la Protección de Periodistas (CPJ) exhortó a Felipe Calderón a frenar “los ataques y hostigamiento de las fuerzas de seguridad a periodistas locales que cubren crimen e informan sobre operaciones para mantener el orden público”. El CPJ desmintió la versión de Calderón de que la violencia contra la prensa sólo proviene del crimen organizado. “México se ha convertido en uno de los países más peligrosos para la prensa. Más de 30 reporteros y trabajadores de medios han sido asesinados o desaparecidos desde que usted asumió su mandato hace tres años y medio”. El CPJ giró copias de la misiva a Guillermo Galván, Genaro García Luna, Arturo Chávez y Arturo Sarukhán, entre otros. ¿Habrá respuesta? ●



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



EL MUNDO AL VUELO

Paraguay: ¡Inestabilidad!

El gobierno de Fernando Lugo sufrirá algunas sacudidas, toda vez que en los últimos días ha tenido enfrentamientos con sus empleados y los campesinos, situación que parece no augurar buen destino para el mandatario paraguayo. Por un lado, es citado el jueves 10 de junio por los principales dirigentes rurales al Congreso Campesino, en el que volverán a insistir en la necesidad de impulsar una reforma agraria, recuperar tierras y aplicar impuestos a la soja, el trigo y el girasol. Por otro lado, los empleados del gobierno levantaron la mano en contra del mandatario luego de que vetara una ley aprobada por el Congreso que restablece la jornada laboral de seis horas para los funcionarios públicos. El descontento seguirá latente. Si a esto se le suma el ultimátum del gremio de conductores del transporte público, que dio al gobierno hasta el viernes 11 de este mes como fecha límite para que se le otorgue un reajuste salarial de 15%, el panorama en Paraguay pinta gris.

Ecuador: Mudo espectador

Este jueves 10 de junio llegará a su fin la visita de Estado del presidente de Ecuador, Rafael Correa, al Perú de Alan García. Con ello, podría conocerse de qué lado se inclina la balanza alrededor de un diferendo, ya que esta reunión se lleva a cabo en medio de un conflicto marítimo entre Perú y Chile, en el que Ecuador debe definir si acepta o no la invitación de la Corte de La Haya para dar su opinión al respecto. De inicio, después de concretar diversas reuniones con los tres poderes peruanos y la cúpula empresarial, los momios consideran que con la visita, Correa estaría lanzando el mensaje de que no entrará en la controversia jurídica que sólo corresponde a estos dos países. Pero hay quien dice que estaría cargando los dados hacia Perú.

Bolivia: Cuento sin fin

Los conflictos del gobierno de Bolivia con sus prefecturas parecen no descansar, pues ahora los comunarios de Coroma, del departamento de Potosí, han anunciado que, de no resolverse el desencuentro con sus vecinos de Sevaruyu, de Oruro, comenzarán una serie de bloqueos de caminos interdepartamentales a partir del 16 de junio. La raíz del conflicto es la región rica en piedra caliza, materia prima para la fábrica de cemento que pretenden instalar los potosinos, de la cual busca apoderarse Sevaruyu. Se espera que la intervención gubernamental no sólo termine con este añejo conflicto, sino que también detenga los enfrentamientos entre ambas regiones.



UE: Austeridad, sin pretextos

España y Portugal estarán en la mira de la Comisión Europea, pues el Ejecutivo comunitario analizará con profundidad el martes 15 de junio si los planes de austeridad de estas naciones son suficientes o si deben hacer mayores ahorros. Así, durante las reuniones de ministros de Economía y Finanzas, España y Portugal, junto a otros 10 países socios, serán objeto de la lupa, como una de las medidas que buscan confrontar la situación por la que atraviesa el Viejo Continente. Como sea, una vez que los expertos de Bruselas tengan a su disposición todos los datos serán debatidos durante el encuentro de ministros de Finanzas de la UE que se realizará los próximos 12 y 13 de julio.

España: Oraciones o festejos

La agenda de José Luis Rodríguez Zapatero, presidente del gobierno de España, será interesante esta semana. El jueves 10 de junio será recibido por el papa Benedicto XVI en la Ciudad de Vaticano y el viernes 11 asistirá a Lisboa, Portugal, para celebrar junto al primer ministro luso, José Sócrates, los 25 años de adhesión de sus países a la Unión Europea. Sin embargo, las oraciones podrían terminarse y el festejo extenderse dependiendo de lo que suceda el miércoles 16. De inicio, el dignatario español anuncia que el Consejo de Ministros aprobará ese día la reforma laboral con o sin acuerdo entre sindicatos y empresarios, aunque será el impacto de la medida la que decida si se reivindica el actual gobierno o intensifica la tormenta que mina su popularidad.

Eslovaquia: Elección en vilo

La nación europea tendrá una cita con las urnas el próximo sábado 12 de junio, donde se disputarán los 150 escaños del Congreso unicameral. Sin embargo, las graves inundaciones que ha sufrido en los últimos días será el verdadero obstáculo a vencer en esta jornada electoral. Por un lado, se ha declarado el estado de emergencia y los partidos interrumpieron sus campañas,

pero será la participación ciudadana la que decida la suerte de estos comicios, ya que se espera que debido al temporal el abstencionismo sea el verdadero vencedor. Hasta el cierre de esta edición no se ha anunciado si se aplazará o no la contienda electoral.

Bélgica: Pensar en la UE

Las elecciones generales en el país belga se dan en una coyuntura extremadamente frágil, pues se realizarán en medio de una crisis económica y política, y a unos días de que esta nación asuma la presidencia temporal de la Unión Europea el próximo 1 de

julio. Así, más allá de la lucha y definición de poder entre flamencos y francófonos, que ocasionó el llamado adelantado a elecciones este domingo 13 de junio, tras la renuncia del primer ministro Yves Leterme. Así, lo que está en juego es la fuerza con que Bélgica asumirá el mando de la UE. ●



LA OPORTUNIDAD SE ENCUENTRA ENTRE EL HOY Y EL MAÑANA.

Invertir sucede en el aquí y el ahora. Sin embargo, no permitimos que el pensamiento de corto plazo impacte lo que realmente importa: los resultados. El rendimiento se mide diariamente y se visualiza a largo plazo. Es por esto que nuestros más de 1,500 profesionales en inversión a escala global proporcionan un enfoque consistente y analítico para las inversiones. Agregamos valor a nuestros clientes en los cinco continentes en más de 100 países alrededor del mundo, a través de un proceso de gestión de riesgo de clase mundial. Acércate a BlackRock. **Encontremos la Oportunidad.**

BLACKROCK

Este anuncio tiene fines ilustrativos únicamente y no constituye una oferta o invitación de inversión en ningún producto, ni una oferta de servicios asociada con BlackRock, BlackRock Solutions o iShares. En el proceso de inversión existen riesgos, incluyendo la posible pérdida de capital. Los rendimientos pasados no garantizan resultados a futuro. iShares® es una marca registrada propiedad de BlackRock Institutional Trust Company, N.A. Todas las demás marcas y derechos de propiedad intelectual son propiedad de sus titulares. Este anuncio es emitido por BlackRock Investment Management (UK) Limited (autorizado y regulado en Inglaterra por la Financial Services Authority) con dirección en 33 King William Street, Londres EC4R 9AS. BlackRock es el nombre comercial de BlackRock Investment Management (UK) Limited. ©2010 BlackRock, Inc. Todos los derechos reservados.



NI SEGURIDAD NI DERECHOS HUMANOS

Por Mariana Mora*

Hace un par de semanas, en dos eventos distintos, representantes del gobierno federal evaluaron temas de mayor relevancia sobre las

políticas de seguridad y de justicia. El primer evento fue exclusivamente un acto político, de muy alto perfil mediático; mientras que al segundo, que sí le generaba obligaciones al Estado, se le restó importancia de forma deliberada. Como consecuencia, el gobierno federal perdió una oportunidad importante para empezar a construir puentes entre el reto que representa enfrentar la violencia que actualmente atraviesa nuestro país y la necesidad de asegurar el respeto a los derechos humanos.

El 24 y 25 de mayo se llevó a cabo el segundo foro político “Seguridad y Justicia” en la Ciudad de México, con la participación del presidente Calderón y el secretario de Gobernación, Fernando Gómez Mont. El foro tuvo como objetivo evaluar el rumbo que ha tomado la reforma constitucional en materia penal a dos años de su implementación. Cabe recordar que la reforma respondió a una amplia demanda social para contar con un marco jurídico que generara los instrumentos legales necesarios para que los ciudadanos pudieran recuperar la seguridad. En las mesas sobre las fuerzas armadas, representantes estatales fijaron su postura de hacer más eficiente la guerra contra el narcotráfico. Gómez Mont planteó ampliar los frentes de acción con opciones laborales para evitar la participación de individuos en actividades ilícitas y establecer marcos legales para las fuerzas armadas en tareas de seguridad pública. En los discursos oficiales fue evidente que la lucha contra el crimen organizado tiene secuestrado los debates sobre cómo mejorar la seguridad y justicia para la ciudadanía.

Dos días después, ante la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) se celebró la audiencia pública de Valentina Rosendo Cantú contra el Estado mexicano por la retención ilegal, tortura y violación sexual que sufrió a manos de militares en el estado de Guerrero, en 2002. A este caso se suman otros tres que han tenido su audiencia ante la CIDH en un periodo menor a 12 meses; todos del estado de Guerrero y con un tema en común: la falta de acceso a la justicia por violaciones a los derechos humanos cometidos por miembros de las fuerzas armadas.

Hay que recordar que las sentencias que emita la Corte son vinculantes e incluso podrían obligar al Estado a modificar la legislación vigente. Sin embargo, la delegación del Estado mexicano optó por restarle importancia a esta audiencia. En contraste, al foro “Justicia y Seguridad” acudieron funcionarios de muy bajo perfil. El funcionario de más alto nivel fue Rogelio Rodríguez Correa, subdirector de Asuntos Internacionales de la Dirección General de Derechos Humanos de la Secretaría de la Defensa Nacional (Sedena).

La audiencia se centró en los sucesos del 16 de febrero 2002, el día que Valentina fue rodeada por ocho elementos del Ejército mexicano mientras lavaba ropa en un arroyo cerca de su comunidad, Barranca Bejuco. Los soldados se encontraban en la región como parte de una operación para erradicar cultivos ilícitos. Le mostraron una lista de nombres y le exigieron que les señalara quiénes eran los “encapuchados”. Ante la falta de respuestas afirmativas, un militar golpeó a Valentina en el estomago con el arma. La fuerza fue tal que se desmayó por unos minutos. Al reincorporarse, dos de ellos la violaron.

Durante los siguientes ocho años, Valentina batalló con diversas instancias estatales para acceder a la justicia. Luchó por recibir una atención médica adecuada. Sin embargo, agentes del Ministerio Público tardaron un mes después de la violación en hacerle una revisión médica porque dijeron que no contaban con el personal especializado. Tuvo que intervenir la Comisión de Derechos Humanos Estatal, pero a pesar

de que su lengua materna es el tlapaneco, no respetaron su derecho a un intérprete. El caso pasó al fuero militar donde sufrió numerosas prácticas intimidatorias. Su domicilio fue rodeado en tres ocasiones por militares para que Valentina saliera a declarar e identificara a quienes la habían agredido. Ocho años después de los sucesos, los actos amenazantes llegaron a tal grado que sus abogados tuvieron que solicitar medidas provisionales ante la Corte Interamericana para su protección.

En la audiencia, el Estado reconoció que sí se violaron los derechos de la víctima porque no hubo una investigación diligente; es decir, reconoció que no cumplió con su obligación de investigar los

hechos. Sin embargo, en una lógica tautológica, los delegados argumentaron que por falta de pruebas no se puede mostrar que hubo una violación sexual. Según las opiniones de los abogados de Valentina, la pobre argumentación jurídica del Estado es una clara muestra de su falta de interés por adecuar el sistema de justicia a los estándares internacionales.

La audiencia de Valentina Rosendo se inscribe en un momento en el que se discuten importantes reformas legislativas en materia de seguridad, tal como nos recordaron funcionarios públicos en el foro “Seguridad y Justicia”. Este caso evidencia la necesidad de que se establezcan mecanismos de control y vigilancia sobre la actuación del Ejército en tareas de seguridad, así como la urgencia para que se modifique la jurisdicción militar de acuerdo a las obligaciones que contrajo el Estado tras la sentencia de la CIDH en el caso de Rosendo Radilla. Y, sin embargo, al negarle el peso correspondiente, el gobierno federal amplía la brecha entre las garantías a los derechos humanos y las medidas tomadas para frenar la ola de inseguridad en el país. Esto da pie a que agravios como el que sufrió Valentina vuelvan a suceder. ●

*Investigadora del área de Derechos Humanos y Seguridad Ciudadana de Fundar, Centro de Análisis e Investigación

El gobierno perdió una oportunidad para empezar a construir puentes entre el reto que representa enfrentar la violencia y la necesidad de asegurar el respeto a los derechos humanos.



Cuartoscuro / Ivan Stephens

La pasión por el fútbol, en el marco del Mundial en Sudáfrica, será el termómetro para medir el grado de interactividad entre el consumidor y los anunciantes.

EL NEGOCIO DE LA PUBLICIDAD

Las nuevas reglas del juego

Algo frenético está pasando en la conciencia de millones de mexicanos. Una violenta exaltación y perturbación del ánimo los mantiene en shock, producto de un evento deportivo que, al mismo tiempo, representa un episodio luminoso para el mundo de la publicidad. Es el Mundial de Fútbol que tendrá lugar en Sudáfrica y que, colateralmente, está marcando un punto de quiebre en la mercadotecnia.

En esta historia, el cliente manda y es el que está perfilando los nuevos derroteros para esta industria:

“Amor, eres una droga y me he vuelto adicta a ti. Todo en exceso es malo. Es por eso que comenzaré con mi rehabilitación... del 11 de junio al 11 de julio. Pasar tiempo en bares es

♦ La mercadotecnia está registrando un punto de inflexión, cuya clave está en desbordar la creatividad, interactuar con el cliente y aprovechar el ciberespacio.

parte del tratamiento. No me hables. ¡Podría recaer! Te amo bebé.

“¡Vieja! ¿No quieres cambiar de aires un ratito? Vete con tu mamá, chiquita. ¿Qué te parece del 11 de junio al 11 de julio? Yo me encargo de los niños. Total, el más chiquito ya sabe usar el microondas. ¿Qué no?”

Estos son comentarios de clientes que se han dejado tentar por la campaña que Femsy y Heineken, a través de la Cerveza Sol, mantienen para interactuar en medio de la pasión por el fútbol. “Pídele un tiempo” es un spot que se traslada a internet para

que los hombres (y algunas mujeres) expliquen a sus parejas que por alguna razón necesitan separarse en el periodo que dura el Mundial.

En este marco, la industria de la publicidad está escribiendo un capítulo clave donde el usuario o consumidor es un importante factor de cambio a través de la interacción directa con la marca o empresa. Así, el Mundial de Fútbol será un gran laboratorio para seguir explorando las nuevas maneras de lanzar el mensaje a través de la ola tecnológica y cómo interactuar con el gran público.

En estos momentos, los anunciantes tienen una certeza: no hay límites para la creatividad y tampoco para sorprender a los consumidores. Bajo esta filosofía, ya han lanzado nuevas y agresivas campañas para exprimir la movilidad, simultaneidad, alcance (globalización) y otras ventajas de los nuevos canales.

Aunque la televisión –para el regocijo del duopolio mexicano– se mantiene como la preferida por los anunciantes, estos empiezan a apostar por nuevas estrategias aprovechando el crecimiento en la penetración de internet y la aceptación de la publicidad en línea.

Dos ejemplos coyunturales soportan esta tesis: las dos cerveceras más importantes del país –una de ellas patrocinadora oficial de la Selección



El Semanario

La campaña de Femsy y Heineken ha logrado su objetivo: permanecer en la mente de los clientes. v

Mexicana—ya siguen esta tendencia y ofrecen viajes al Mundial a cambio de registrar códigos de las corcholas vía SMS o ingresando al sitio electrónico. Incluso, invitan a los usuarios a interactuar a través de distintas plataformas.

Bajo el cristal de los expertos, este tipo de campañas apenas despiertan en México y, en general al uso de internet como una plataforma, por lo que la justa deportiva será una buena prueba para las marcas que ya detectaron su potencial.

Juan Plauchu, director de Publicidad de Distribuidores, Internet y Programa de Lealtad de Chrysler México, destaca una de las características más importantes de internet: la viralidad, ese efecto de diseminación que va de boca en boca en conversaciones directas o a través de las redes sociales.

El publicista reconoce que el Mundial está gozando como nunca el desarrollo de la tecnología, algo que las marcas no pueden desaprovechar. Tomando esto en cuenta, la firma automotriz lanzó la “Quiniela Mundialista”, en la que regalará un flamante modelo al fan o seguidor del grupo de cualquier marca de Chrysler en Facebook y que atine al marcador de los 48 partidos de la primera fase del Mundial.

En este caso, sin embargo, los medios convencionales no han sido desplazados, sino que son complemento y retroalimentación pues el plan de marketing inicia en televisión, radio e impresos, y se extiende al mundo virtual.

Así, el negocio de la publicidad sabe que su futuro está en internet. El problema es que todo apunta a que, por lo pronto, el negocio a través del ciberespacio no será tan jugoso como las “vías tradicionales” (radio, televisión y medios impresos). En otras palabras, el *business* será más pequeño, en términos de ingresos, y se repartirá en muchas manos.

IMPERIO EN CIERNES

Bajo estas tendencias, y justo cuando está a punto de escucharse el silbatazo inicial del Mundial de Fútbol, el reto para los patrocinadores ya no está en las ventas o el aspecto monetario, sino en el impacto que tiene una campaña y que debe reflejarse en la valorización de la marca.

Juan Pablo Carrero, planning de Young & Rubicam, sabe que el Mundial de Fútbol no es cualquier evento, sino la oportunidad de una marca para afianzar su presencia y diferenciarse del resto de los competidores exaltando la pasión y la “visceralidad” de este deporte.

¿Cómo brillar ante la dura competencia? La creatividad y la publicidad en línea son parte de esa respuesta. Según Carrero, las marcas se están empeñando en sorprender, divertir y entretener al mismo tiempo que promocionar su producto o servicio. “La publicidad tradicional está llegando a su fin, (ahora el reto) es contar una gran idea y una buena historia que se pueda ver en los diferentes medios,

que se involucre e interactúe con los consumidores”, complementa.

En México, este campo se abre poco a poco y quizá con la creciente penetración de internet y el arranque del triple play en las telecomunicaciones, los ciudadanos serán testigos de grandes campañas integrales.

Las cifras de inversión publicitaria frente al Mundial aún no se saben con exactitud, pero los analistas consultados consideran que mostrará cierto decremento respecto al de Alemania 2006.

“Hay una reconversión en el mercado, las empresas y las agencias están empezando a trabajar con estas nuevas herramientas”, asegura Carrero.

Por su parte, Mauricio Herrera, presidente de Grupo Public México, añade: “Los consumidores ahora buscan referencias de un producto en la red, se informan de él, comparan precios, buscan la opinión de otros usuarios, y eso es lo que hace que internet tenga una riqueza mayor”.

En números duros, la inversión de publicidad en internet aumentó 24% en 2009 en México, es decir, se gastó poco más de 2,345 mdp; de esta cifra 34% se concentró en las búsquedas y 66% en displays (spots en línea). Además, los formatos multimedia—spots de video y las redes sociales— crecieron hasta 47% más de lo previsto.

Según el estudio “Inversión publicitaria en internet”, publicado a inicios de mayo y elaborado por

¿CUÁNTO VALE EL TRI?

El termómetro seguirá subiendo en torno a los seleccionados nacionales de la mano de gigantes como Lala, Banamex, Bimbo o Grupo Modelo.

La cervecera sabe lo rentable que puede ser la Selección, una de las más valiosas del mundo, según Camerino Gutierrez, especialista en mercadotecnia de la EBC, ya que vende muchas más playeras que Francia o Argentina.

Muestra de ello fue la cantidad que pagó Adidas en 2006 (extraoficialmente 60 mdd) para vestir al Tri hasta 2014, oferta que superó a Nike.

Pero hay otro factor a destacar: el Tri será una especie de embajador frente a millones de ojos. Es decir, se ve (o debería verse) como marca-país.

“Más allá de todas las camisetas que venda o lo redituable que pueda ser el negocio publicitario, se debe pensar en ella como un proyecto de nación”, apunta Juan Pablo Carrero.

el Interactive Advertising Bureau (IAB), la publicidad en medios electrónicos no decreció durante el bache económico de 2009. El estudio afirma que en general la industria logró un aumento de 0.5% y ubicó a AL como la región que más creció en publicidad en línea. Sin embargo, México apenas destina 5% del presupuesto total publicitario a la red.

Así las cosas, el negocio en México está en pleno proceso de gestación y, por tanto, los desafíos son muchos. Uno de ellos, y quizá el de mayor envergadura, es competir en niveles de eficiencia con las campañas que se despliegan en televisión. De momento, cuenta con algunos elementos para medir su impacto: la respuesta de los consumidores es mucho más rápida y el anunciante puede saber cuántos clientes capturó.

En conclusión, la publicidad en línea no está en un lecho de rosas y, aunque la venta de dispositivos electrónicos ha subido como la espuma, falta trabajar en las estrategias de las marcas, sobre todo en la integración de la comunicación corporativa de una empresa y en su relación con quienes las mantienen con vida: los clientes. ●

Por Alejandro García y Alejandro Medina



LA TRANSPARENCIA COMO MOTOR DE LA ECONOMÍA

Por Gerardo Ballesteros de León*

El 29 de abril se expuso al público el Índice del Derecho de Acceso a la Información en México (IDAIM), presentado por Artículo XIX y

Fundar, Centro de Análisis e Investigación. El objetivo principal de este índice consiste en evaluar la calidad de las leyes de transparencia, tanto la federal como de todos los estados. Este es el punto de partida; la intención es invitar a todos los Congresos estatales y a los institutos de acceso a la información a que revisen sus resultados actuales, y sobre el diagnóstico de sus leyes, forjen estrategias de reformas y mejoras.

De acuerdo con las calificaciones disponibles en la página www.cheatuley.org el Congreso de Guerrero aprobó la ley más deficiente del país, mientras la Asamblea Legislativa del Distrito Federal diseñó la mejor legislación. Re aprobaron 17 Congresos frente al estándar de la Constitución Política y 24 de ellos están debajo de lo aceptable, según el estándar internacional. Pero más allá de las calificaciones finales, lo interesante es cómo el índice analiza cada una de las leyes en conceptos nodales, tales como el diseño institucional, los procedimientos de acceso, la clasificación de los archivos e incluso los recursos de apelación.

A partir de 2002, en México se gestó una política en consonancia con decenas de países alrededor del mundo. Se aprobaron leyes en todas las entidades federativas y para hacerlas cumplir se diseñaron los institutos para el acceso a la información en cada estado. La transparencia, entonces, se ha forjado como una política nacional, y su primera fase la encontramos en las leyes de transparencia.

La importancia que alberga una política de Estado en esta materia no es menor. Es fundamental para la construcción de ciudadanía, para el combate a la corrupción, y más aún, para que en México se construya confianza entre instituciones públicas, instituciones privadas y ciudadanos. La confianza, como valor, es importante para medir muchos aspectos relevantes que van desde la mediciones del "Riesgo país" y los índices de competitividad internacional hasta las condiciones para crear un parque industrial, invertir o abrir un negocio. Nuestras decisiones como ciudadanos, como consumidores, comerciantes o empresarios, dependen

de la confianza que pueden transmitirnos las instituciones públicas.

La transparencia y el acceso a la información cumplen una misión mucho más profunda que la mera exposición de documentos. Estos son elementos que ayudan a que las entidades del sector público funcionen en un entorno institucional confiable junto con instituciones privadas, internacionales y ciudadanos. La transparencia es una condición necesaria para conocer el desempeño de cualquier organización (tanto pública como privada), y es necesaria para medir su eficiencia. Esto lo aprendió el sector público a partir del conocimiento

empresarial con la denominada "Nueva gestión pública". Y en este tenor, es un elemento necesario para mejorar el desempeño gubernamental, para corregir errores y para realizar mejores estrategias en el futuro.

Desde la experiencia gerencial del sector privado, podemos saber cómo van los resultados de las grandes compañías mediante una condición básica: los socios de la compañía han de comunicarse con la mesa directiva de la empresa, en donde se dan a conocer los reportes, datos, errores y nuevas estrategias.

Por su parte, las leyes de acceso a la información cumplen un rol fundamental sobre la estructura del sector público. Este rol consiste en abrir un canal efectivo de comunicación entre los ciudadanos y el gobierno. Se trata de un cambio de paradigma en la comunicación y no puede soslayarse su envergadura. En la actualidad, gracias a estas leyes, la ciudadanía tiene más elementos para evaluar cómo se lleva a cabo la gestión pública y entonces tomar decisiones informadas.

El IDAIM se centra sobre nuestras leyes de transparencia en tanto que son el canal de comunicación que establecemos los ciudadanos con el sector público. Artículo XIX y Fundar entran al juego

en un esquema de gobernanza, en donde emergen organismos civiles especializados que cumplen el papel de trazar canales entre el sector público, el sector privado y la sociedad en general. De la misma manera que el portal www.opensecrets.org del Center for Responsible Politics dio un vuelco histórico a la gobernanza parlamentaria en EU, el IDAIM y su página web pretende constituir una agenda en los congresos y tomadores de decisiones estatales para conminarlos a mejorar sus políticas de transparencia. ●

*Investigador del área de Transparencia y Rendición de Cuentas de Fundar, Centro de Análisis e Investigación



Es fundamental para la construcción de ciudadanía, para el combate a la corrupción, y más aún, para que en México se construya confianza entre instituciones públicas, instituciones privadas y ciudadanos.

En el olvido



El ejercicio no es un activo político y, por eso, no es un asunto de Estado. En consecuencia, el país no ha podido concebir una filosofía exitosa: promover la actividad física para generar una mejor calidad de vida, fortalecer el tejido social y multiplicar la productividad.

Manuel Ballesteros está tentando a la muerte. Él es un ingeniero industrial exitoso, un maestro en el diseño de nuevos sistemas de trabajo en diversas instituciones financieras. Sin embargo, la otra cara de su his-

toria lo está llevando a escribir su propio epitafio: es un tipo sedentario. Hoy ya está pagando las consecuencias de ello. En los últimos seis meses, las enfermedades no lo han dejado y, según el reporte médico, su destino fatal está cerca: tiene un mal cardíaco, su corazón está muy



debilitado y en cualquier momento puede detenerse.

Manuel no es un personaje extraordinario. Él forma parte del numeroso equipo de mexicanos que no practican ninguna actividad deportiva y, consecuentemente, es el reflejo de una circunstancia que en el país ni siquiera se contempla como una política pública: la promoción de la cultura deportiva como parte de un Estado de bienestar.

En México, de acuerdo con cifras oficiales, sólo 17 millones de ciudadanos hacen ejercicio con regularidad; al mismo tiempo, no hay una política pública definida para activar la cultura por el deporte y, a simple vista, nadie hace nada para transformar el ritmo de esta historia.

“Tenemos más de cuarenta años con un sistema deportivo manipulado y que no piensa en el largo plazo”, sostiene Nelson Vargas Basáñez. “Dado que se piensa que el deporte no genera alguna rentabilidad política, no se mueve nada para promoverlo”, añade quien fuera el titular de la Comisión Nacional del Deporte, durante el sexenio de Vicente Fox.

Así las cosas, el deporte en México no se ve como un instrumento clave para la propia sustentabilidad de la nación, pues en la mente de las autoridades no está cultivada la idea de que la actividad física puede, colateralmente, reducir la mortandad y los gastos para atender diversas enfermedades relacionadas con el sedentarismo, así como multiplicar la productividad laboral.

“En muchas sociedades el deporte es un derecho. Aquí es un privilegio. Contar con un espacio para poder practicar deporte cerca de donde uno vive es muy difícil y tiene un costo alto”, acusa Tomás Trujillo, presidente de la Sociedad Mexicana de Psicología del Deporte.

En otras palabras, la falta de políticas de promoción de la actividad física y de lugares propicios para su práctica genera otros males secundarios, ya que México se ubica en el primer lugar en sobrepeso infantil y en el segundo en adultos. En consecuencia, el sedentarismo y un estilo de vida poco saludable están provocando altas cargas de recursos para el sistema de salud para tratar enfermedades como diabetes e hipertensión.

“El deporte es elitista y segrega, por tanto, no es una opción para la masificación, ni para alcanzar un desarrollo óptimo, ni lúdico, de aprendizaje construido, ni desarrollo personal”, complementa Ciria Margarita Salazar, profesora investigadora de la licenciatura en



Cuartosuro / Misael Valtierra

La cultura deportiva, acusan los analistas, es usada por las autoridades como trampolín político.

LA APUESTA SEXENAL

El Programa Nacional de Cultura Física y Deporte de la presente administración traza una serie de objetivos hacia 2012. ¿Es sólo discurso? ¿Hay las condiciones para alcanzarlos? Aquí, sólo una breve lista de los propósitos más ambiciosos:

INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	SITUACIÓN EN 2006	META PARA 2012
Masificación de la actividad física recreativa a nivel nacional	Número de personas que realizaron actividad física regularmente en programas de actividad física	5.1 millones	35 millones anuales
Masificación del deporte de competencia a nivel nacional	Número de deportistas que participan en eventos multideportivos nacionales	4.4 millones	11 millones
Población participante en actividades deportivas	Número de participantes en actividades en Centros Deportivos Populares	3.6 millones	9 millones
Resultados de ciclo olímpico	*Número de medallas en Juegos Panamericanos y Juegos Olímpicos	No se contaba con el Sistema Mexicano del Deporte de Alto Rendimiento	Obtener 40 medallas de oro en Juegos Panamericanos y 12 medallas en Juegos Olímpicos

*Debido a la importancia del ciclo olímpico 2008-2012, los dos eventos más relevantes son los Juegos Panamericanos de Guadalajara 2011 y los Juegos Olímpicos de 2012, por lo tanto se consideran dos indicadores.

Fuente: Conade

Educación Física de la Universidad de Colima.

Entonces, el deporte, como política pública, simplemente no se concibe y un dato así lo confirma: hasta el momento no se cuenta con un censo que permita identificar con exactitud el número de deportivos públicos que hay en el país. No existe. La justificación que se da es que cada estado maneja sus propios números.

Por otro lado, el sedentarismo cuesta. De acuerdo con información proporcionada por Bodytech, que se soporta en datos del departamento de Salud y Servicios Humanos de EU, las personas que realizan ejercicio se ausentan del trabajo tan sólo 2,1 días por año, comparado con 3,1 días de los individuos inactivos o sedenta-

rios. Sin embargo, en México, menos de 10% de los adultos hace deporte cuatro veces por semana, y más de la mitad lo deja a los seis meses de comenzar un programa. En los niños la situación no es tan distinta: sólo 32% puede pasar un test de fuerza muscular, flexibilidad y entrenamiento cardiovascular.

VICIO DE ORIGEN

En algún momento, sin embargo, el deporte se vio como una política de largo aliento. El 17 de octubre de 1963, al obtener la sede de los Juegos Olímpicos de 1968, el objetivo de México era demostrar al mundo que contaba con las instalaciones suficientes y la experiencia para llevar a cabo un acontecimiento de tal mag-

Sólo 17 millones de ciudadanos hacen ejercicio con regularidad

nitud, como también sentar las bases para la creación de una infraestructura deportiva que fuera eje primordial para el desarrollo del país.

Para ello, invirtió más de 2,198 mdp (de la época) en instalaciones deportivas, obras urbanas, una Villa Olímpica y los gastos del comité organizador del evento. El legado fueron nuevas instalaciones deportivas y un desarrollo urbano, que se convirtieron en obras de utilidad pública



Cuartosuro / Rodolfo Angulo

En los niños, sólo 32% puede pasar un test de fuerza muscular, flexibilidad y entrenamiento cardiovascular.

y permanente para la Ciudad de México.

Con el paso de los años esa infraestructura deportiva nunca floreció, las instalaciones deportivas se hicieron viejas y obsoletas, no se aprovecharon las bases creadas. Ahora, 42 años después, el deporte en México está estancado en una trampa de arena de la cual se ve imposible que pueda salir.

La máxima institución del deporte es la Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (Conade) que, desde

su creación en 1950, como Instituto Nacional de la Juventud Mexicana, nunca ha tenido continuidad ni siquiera en el nombre. En 1973 pasó a ser el Instituto Nacional del Deporte. Después, José López Portillo lo transformó tres veces durante su sexenio, primero como el Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud (CREA), luego lo delegó a la SEP como una Subsecretaría del Deporte y remató en 1981 para dejarlo como el Consejo Nacional del Deporte. Así se mantuvo hasta 1988 cuando Carlos Salinas de Gortari lo transformó en la Comisión Nacional del Deporte, para llegar a 2003 y

ser bautizado con su nombre actual, Conade, un organismo público descentralizado.

Eduardo Bohórquez, director de la Fundación Este País (FEP), una ONG sin fines de lucro que se dedica a la investigación aplicada, la comunicación estratégica y el desarrollo institucional, considera que las carencias del deporte en México son producto de una crisis en el modelo educativo que viene desde hace años, misma que debe replantearse y establecer al deporte como una parte fundamental del desarrollo de una nación para alcanzar mejores condiciones de vida en la población. “Las

sociedades que tienen una mejor relación con el deporte tienen un mejor estilo de vida”, sostiene.

En América Latina, el mejor ejemplo y caso de éxito del deporte como política pública es el modelo cubano. Antes de la revolución, en 1959, Cuba sólo tenía en el boxeo, el béisbol y el atletismo, a sus deportistas más destacados, quienes veían en la práctica de estas disciplinas una vía de escape para resolver sus precarias situaciones económicas porque no existía apoyo oficial a la práctica de deportes. Todo cambió con el triunfo de la Revolución. Desde entonces, el deporte cubano experimentó un giro total. El nuevo gobierno vio en la actividad física, la recreación y la práctica masiva de deportes una oportunidad de desarrollo.

De manera casi inmediata Cuba comenzó a formar toda una infraestructura para llevar adelante el movimiento deportivo y alcanzar, en primer lugar, la práctica masiva del deporte en toda la isla, para luego poder obtener resultados satisfactorios a nivel internacional. A partir de 1959 se construyeron nuevas instalaciones deportivas que en la actualidad suman más de 12 mil, brindándole así la posibilidad a millones de cubanos de practicar cualquier deporte, ya sea de forma recreativa o como actividad de alto rendimiento.

México es uno de tantos países que ha tratado de replicar este modelo, pero con sus variantes. “Los responsables de las políticas públicas en México no ven al individuo como un ser integral”, dice Eduardo Bohórquez, quien agrega que el Estado debe asumir su función rectora “con toda su fuerza”.

Actualmente, el presidente Felipe Calderón ha sido muy enfático durante su sexenio en construir un país más sano en donde el deporte y la actividad física sean el eje del desarrollo social y humano de México. Sin embargo, la Estrategia Nacional de Cultura Física y Deporte presentada hace un par de años no contempla el tema educativo como base de esta transformación y sólo enfatiza la implementación de la activación física en los planteles escolares.

Al respecto, los expertos consideran que éstas son muy buenas intenciones, pero es difícil verlas reflejadas en la sociedad porque no pasan de ser programas emergentes que sólo alivian una situación de manera temporal, dejando claro que la actividad deportiva nunca va a funcionar si no se piensa en el largo plazo ni se crea infraestructura.

Algo llama la atención: el presupuesto para promover el deporte sí ha

“NADIE SE OPONE AL DEPORTE”

Contrario a lo que sus detractores dicen, la Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (Conade), bajo el mando de Bernardo de la Garza, busca instaurar los cimientos de una cultura deportiva que sea inamovible y alejada de los intereses y trampolines políticos de sus dirigentes. Es decir, una política pública que provea a los ciudadanos de los espacios y elementos necesarios para tener una vida más saludable y un mejor desempeño escolar y laboral.

“La política pública más noble que existe es la del deporte, porque nadie se opone a ella. Al deporte sólo se le ha visto como el alto rendimiento, pero no como una política pública. Si municipios y estados lo vieran como el eje principal en una formación integral de los niños y jóvenes, se lograría transformar a la sociedad. Además, se ahorraría mucho dinero en salud y se alejaría a los niños de la delincuencia y las drogas. Pero los gobernantes no han tenido esa visión”, comenta Manuel Portilla, subdirector general de Cultura Física de la Conade.

Por ello, asegura que la actual administración tiene un plan: masificar el deporte a través de una

serie de programas, algunos aún en etapa experimental, que buscan aprovechar la infraestructura deportiva y a personal calificado (entrenadores).

De esta manera, dice, podrían utilizarse de mejor forma las instalaciones de los planteles escolares, y ampliar sus horarios, para que niños y padres de familia dispongan de áreas en las que puedan realizar alguna actividad física.

Por otro lado, informa que con la colaboración de más de 100 empresas en diferentes estados (que emplean a más de 120,000 personas) mantiene un programa de ayuda para atacar la mala alimentación, el estrés y mejorar la productividad. Así, considera que en tres años no se van a lograr avances radicales en este tema, aunque sí se puede trabajar en las bases y darles continuidad para lograr que hacia 2018 se reduzca sustancialmente el problema del sedentarismo, sobrepeso y obesidad.

Sólo para entonces la sociedad podrá aspirar a una vida más sana; mientras que el gobierno podría ahorrar una cantidad significativa en salud. ●

Por Erick Zúñiga



registrado un golpe fuerte. Por ejemplo, en 2006, la partida para esta actividad era de 759 mdp; para 2009, la cifra se trepó a los 3,546 mdp. ¿Cuál es el problema? Los expertos responden: en la diversidad de concepciones para promover la actividad física y en la opacidad para manejar los recursos públicos.

En el presupuesto de la CONADE para 2009, entre los institutos estatales del deporte se repartieron alrededor de 1,300 mdp para la ejecución de sus programas. El problema viene cuando se sabe que cada instituto estatal del deporte tiene la libertad de gastar su dinero de acuerdo con sus compromisos e intereses, y los canalizan de acuerdo a sus capacidades sin que exista alguna forma de regularlos o supervisarlos.

Aun así, para la Conade la mejor manera de medir esta inversión en los estados es a través de la Olimpiada Nacional, el evento deportivo anual que tiene por objetivo reunir a los mejores prospectos deportivos del país y que se ha convertido en el principal semillero de atletas. Pero ahí se ha demostrado que los estados que reciben más dinero no son necesariamente los que mejores resultados tienen. En el caso de los recientes juegos del pasado mes de mayo, los estados de Jalisco, Nuevo León, Baja California, Distrito Federal y el Estado de México, fueron los que mejor puntuación recibieron y no son los que más recursos tienen.

“Si se evalúa, sí hay inversión”, señala Juan Manuel Rotter, quien fuera subdirector general para la Calidad del Deporte de la Conade y actualmente es director general de Carrot Estrategia Deportiva, una empresa consultora, promotora y operadora de programas de desarrollo deportivo. “El asunto es que para tener buenos resultados deportivos, es fundamental tener bases sólidas”.

En ese sentido, y tomando como referencia la infraestructura hecha para los Juegos Olímpicos del 68, ningún gobierno se preocupó por renovarla o darle mantenimiento, mucho menos buscar que la iniciativa privada interviniera en su rescate. Alejandro Reyes, director de Comunicación Social de la Conade, reconoce que es difícil hacer un conteo de las instalaciones deportivas que hay en el país ya que éstas no dependen de la Conade, sino de cada estado y por eso están realizando un censo para contabilizar estas instalaciones. Esta situación impide conocer a profundidad cuál es la situación real de los inmuebles deportivos, como también tener certeza en la construcción de



Cuartoscuro

Las personas que no hacen ejercicio se ausentan del trabajo 3,1 días al año. Los activos sólo 2,1 días por año.

En México, menos de 10% de los adultos hace deporte cuatro veces por semana, y más de la mitad lo deja a los seis meses de comenzar alguna actividad.

nuevos inmuebles y el desarrollo de los mismos.

“Por años no se ha dado seguimiento ni una logística importante. El deporte en México, simplemente, ha sido despreciado”, ataja Vargas.

EL CONTRATAQUE

En términos generales, los especialistas consideran que una mayor inversión monetaria no se traducirá en mejores resultados de manera automática. Tomando como ejemplo la Federación Mexicana de Fútbol, cuyos ingresos exceden los 340 mdd para 2010, sus resultados deportivos no son reflejo de sus ganancias, ni tampoco se han traducido en la generación de estrellas de fútbol.

En ese sentido, los conocedores en el tema explican que el problema del fútbol mexicano es que no se ha preocupado en crear bases sólidas para la formación y por eso no surgen talentos y, mientras lo mercadológico no vaya de la mano de lo deportivo, los éxitos en el campo siempre irán separados de los comerciales.

“Tenemos mucho que madurar cuando se trata de trabajar en equipo”, subraya Nelson Vargas, quien piensa que la única manera de contar con deportistas de alto rendi-

miento es “masificando” el deporte, a fin de encontrar nuevos talentos y contar con nuevos centros deportivos en beneficio de la población.

Por su parte, Eduardo Bohórquez considera que es fundamental la relación del deporte y la sociedad porque éste ayuda a crear arraigo y fortalece las comunidades. “El deporte es una parte fundamental de la reconstrucción del tejido social y no debe ser una fuga de la realidad cotidiana porque esto no es una práctica culturalmente positiva”.

El sector privado también es un jugador clave. Pedro García, vicepresidente de la Comisión de Alimentos de la Canacintra, señala que la promoción de la actividad física entre los empleados de las empresas es deseable, dado los beneficios que habría en la salud y que se traducirían en menor ausentismo y por lo tanto menores costos. No obstante, opina que el sector privado no puede por decreto hacer que sus trabajadores hagan ejercicio: “El problema fundamental es que alimentemos en la conciencia de los trabajadores la idea de que el ejercicio es esencial. (Para ello) tiene que haber una acción conjunta cultural y educativa del Estado y la IP para promover el ejercicio como un valor social”.

Por ejemplo, la compañía Motorola invierte 6 mdd al año en programas que promueven a largo plazo la salud de sus empleados, miembros de la familia y jubilados. Cada dólar invertido por Motorola en este tipo de programas, le ha representado un ahorro de 3,93 dólares en gastos.

Actualmente, sin embargo, no existe ninguna estrategia estructu-

rada y coordinada entre el sector privado y las autoridades para promocionar el deporte. “Tenemos que coordinarnos con la secretarías de Salud, Educación y Trabajo... para lanzar un plan conjunto; o sea, no está fácil”, dice el representante de la Canacintra.

Como sea, la inversión privada en la actividad física puede generar ahorros. Según Felipe Daza, de Bodytech, con sólo 30 minutos de ejercicio, por lo menos tres veces por semana, es posible evitar enfermedades y reducir costos laborales. “La práctica individual de una rutina de ejercicios disminuye los casos de incapacidad y el ausentismo laboral, además de mejorar la productividad y la actitud hacia el trabajo”.

En conclusión, el ejercicio ayuda a fortalecer el sistema inmunológico y a estabilizar las emociones, lo que se traduce en una menor incidencia de ausencias por enfermedades físicas, psicológicas y por adicciones. ¿Qué día los mexicanos concebirán esta filosofía? Cuando se piense, de verdad, que el deporte ayuda a una mejor toma de decisiones, a una mayor asertividad y estabilidad emocional. ●

Por Marco Núñez, con información de Jorge Villalobos



GRUPO MÉXICO

Oportunidad de oro

♦ Con la amenaza latente del sindicato minero de impedir sus operaciones, la recuperación de Cananea abre una gran oportunidad para que la firma minera mejore notablemente sus perspectivas.



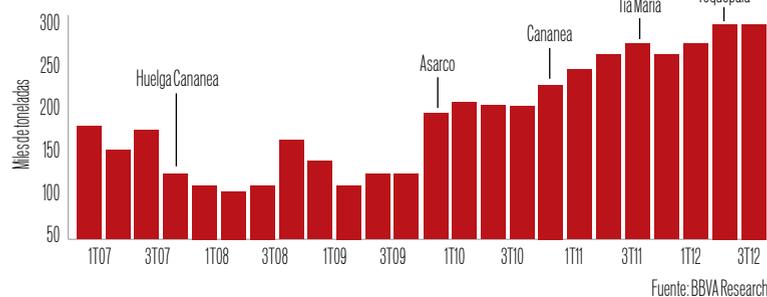
El Semanario / Fernando Luna

Después de casi tres años de huelga, Grupo México recuperó el control de Cananea, principal yacimiento de cobre en el país, que aporta 40% de la producción del metal rojo y uno de los más grandes del mundo.

Ahora, el reto para la firma minera que preside Germán Larrea es reactivarla a la brevedad, pero la última palabra la tiene su principal enemigo y detractor: Napoleón Gómez Urrutia, dirigente del sindicato minero, quien desde el exilio ha dejado en claro que se mantendrá en lucha y que ninguno de los mineros aceptará las liquidaciones de una empresa explotadora. “No le va ser fácil poner en operación Cananea”, advierte.

Por lo pronto, ha iniciado la evaluación de los daños causados y se prepara para iniciar las labores de rehabilitación y reconstrucción de Cananea. Para ello, empleará 2,000 contratistas para reactivar la mina, y cuando reinicie operaciones generará 1,200 empleos directos, que podrían alcanzar los 4,800 con

EVOLUCIÓN EN LA PRODUCCIÓN DE TONELADAS DE COBRE



la expansión de la producción que se tiene planeada, que pasaría de 190,000 a 460,000 toneladas anuales. La inversión contemplada es de 3,000 mdd.

Rodrigo Heredia, analista de IXE, mantiene sus estimados de que Cananea comenzaría a producir en el cuarto trimestre de 2010. “La noticia es muy positiva, pues al sumar Asarco y Cananea, la capacidad instalada del grupo para la extracción de cobre sería de 62% y Grupo México se insertaría en el selecto grupo de las cuatro empresas que en el mundo producen un millón de toneladas de cobre por año”.

Por su parte, Pablo Abraham Peregrina, de BBVA Bancomer,

espera que esta unidad comience a operar en el primer trimestre de 2011. “Si bien no descartamos intentos por parte de los ex trabajadores para retomar las instalaciones, la falta de soporte legal y la fractura en el mismo sindicato acotan este riesgo. Adicionalmente, consideramos que los habitantes de la región estarían en desacuerdo con este tipo de acciones, ya que la economía de la zona depende en su mayor parte del complejo minero”.

El analista cree que se podría observar un avance en la producción al cierre de 2010 proveniente de la planta de SW/EW de Cananea, pero opta por un escenario conservador e incluye en sus estimados las 45,000

toneladas trimestrales a partir del primer trimestre de 2011.

Así, señala Peregrina, la producción total de cobre de Grupo México en 2011 podría alcanzar las 930,000 toneladas contra las 725,000 toneladas esperadas para 2010 y las 515,000 toneladas registradas en 2009. “Recordemos que a partir del primer trimestre de 2010, la compañía consolida los resultados de Asarco después de la resolución favorable en dos juzgados en Texas en diciembre de 2009”.

Adicionalmente, explica, la recuperación de la mina de Cananea implicaría un incremento en la producción de molibdeno de 4,000 toneladas al año (+21% año a año), lo que contribuiría a mantener la rentabilidad que caracteriza a la compañía.

El analista de BBVA Bancomer cree que la incorporación de Cananea podría incluso generar un incremento en el margen de Grupo México. Lo anterior, gracias al incremento esperado en la producción de molibdeno, que mantendría en los niveles actuales el costo por libra de cobre extraída, el cual esperamos permanezca en el rango de 1.30 a 1.35 dólares por libra.

Tomando en cuenta lo antes mencionado, así como el crecimiento en los ingresos totales, Peregrina espera un aumento en el EBITDA consolidado en 2010 de 52.2% año a año, alcanzando 48,005 mdp. Mientras, para 2011 el EBITDA podría situarse en 56,997 mdp, lo que representa un crecimiento de 18.7% año a año.

En opinión de los especialistas, la recuperación de Cananea ha convertido a Grupo México en una excelente opción de inversión de largo plazo. Pero, quizá lo más importante, es que cerró filas entre las empresas del sector minero y de otras industrias que se ven amenazadas por huelgas y paros.

“El respeto a la ley y su aplicación general, sin excepción alguna, es condición indispensable para el desarrollo y prosperidad del país, pero fundamentalmente para dar la certeza jurídica que la vida económica, política y social demandan”, afirma el Consejo Coordinador Empresarial en apoyo a Grupo México. “La recuperación de Cananea cierra un desafortunado capítulo de abuso de los legítimos derechos laborales”. ●

Por Sergio Castañeda



Actinver quiere arriesgar y, para ello, ha puesto en marcha una jugada de pizarrón que se ha manifestado así: en mayo pasado colocó 842.5 mdp de su capital (15% del total) en la BMV, bajo la firme intención de apostar por el largo plazo y fortalecer a su joya, Banco Actinver.

¿Qué hay detrás de este movimiento? Álvaro Madero, director general de Banco Actinver y mariscal de esta operación, sostiene que la apuesta es duplicar, y si es posible triplicar, en los próximos tres años, el manejo de activos de esta institución financiera e incrementar su infraestructura (actualmente 70 sucursales) en el país.

Así, aunque la capitalización del banco no sólo estará enfocada en construir más sucursales, Actinver presume tener un as bajo la manga: capitalizar la experiencia adquirida e invertir en varios instrumentos claves: la capacitación de su personal, en la integración de nueva tecnología y en desarrollar sistemas eficientes para sustentar el crecimiento que proyecta a tres años.

En los hechos, ya realiza algunas operaciones a través de las 70 sucursales que se tienen desde la existencia de la operadora Actinver Loyd, pero la idea para el cierre del año es tener en funcionamiento los diferentes productos financieros que se planean, algo que será acompañado por la distribución de sociedades de inversión, la única actividad que actualmente tiene el banco.

Álvaro Madero lo dice así: “Los nuevos productos irán enfocados a dar a los clientes todos los servicios que pue-



Actinver

El directivo de Banco Actinver no está interesado en competir con grandes bancos, sino en aprovechar el nicho donde hay oportunidad.

ACTINVER

La clave es: diversificarse

◆ Esta institución financiera, pese a operar en un sector muy concentrado, apostará por un servicio integral para sus clientes y así multiplicar sus activos en administración y custodia.

dan obtener en una sucursal bancaria: retiros de efectivo, pagos de servicio, cambio de divisas. Quienes ya sean usuarios, tendrán acceso a tarjetas de débito ligadas a sus cuentas de inversión, por

lo que construiremos una red de cajeros automáticos para mejorar el servicio. También vamos a ofrecerles cheques y productos de inversión bancarios tradicionales, como los pagarés”.

Al ser cuestionado por la adición de los pagarés bancarios a su gama de productos de inversión, el director dice que existen diversos tipos de clientes que buscan diferentes objetivos con su dinero,

y algunos de ellos prefieren tener sus ahorros en dicho papel porque ofrece algunas ventajas como el reconocimiento de tasas y un plazo fijo. “En México existe todavía esa cultura de confianza hacia la institución bancaria y hacia el pagaré”.

En resumen ejecutivo, Actinver pondrá en marcha una nueva faceta de la diversificación, lo que quiere decir que no se alejará de su nicho de mercado, es decir, no se convertirá en un banco de transacciones, sino que se concentrará en la asesoría financiera, por lo que los productos adicionales estarán dirigidos únicamente a sus clientes y serán extensión de sus inversiones. Un ejemplo: los créditos —a través de tarjetas de crédito, financiamientos hipotecarios o préstamos personales— se otorgarán con base en prenda bursátil y siempre con el respaldo de la propia inversión del cliente.

Así, la seguridad de la inversión y la disminución del riesgo de pago que genera el conocimiento del cliente causará que los créditos sean a tasas mucho más competitivas y trámites más sencillos que el resto de las instituciones financieras. *

Por Devir Iola

EL GRAN DESAFÍO

En México, 5 de los 41 bancos concentran 77% del total de captación, por lo que el reto para Actinver será crecer en un mercado muy concentrado. Al respecto, Madero se muestra seguro de que los 15 años de experiencia en el negocio marcarán la diferencia; además de que sus nichos de mercado seguirán siendo inversionistas y el valor agregado de su asesoría financiera.

“En México cada vez hay una mayor necesidad y demanda de asesoría financiera. Llevamos años compitiendo con los bancos por los mismos clientes y a la fecha manejamos en el grupo más de 140,000 mdp de activos de inversión y sentimos que en este nicho todavía hay un enorme potencial. No nos interesa salir a competir con los bancos grandes por la captación,

pero en el nicho al que vamos sí hay una necesidad”.

Como contexto, la entrada al negocio bancario de Actinver se dio con la adquisición de Prudential Financial y su banco que vendía productos de inversión, por lo que al momento de la compra, Actinver obtiene lo que deseaba: una institución sin cartera crediticia pero con una licencia para operar.



Bloomberg

Para Adolfo Hegewisch, director general de la automotriz en México, es tiempo de recuperar el terreno perdido.

TOYOTA MÉXICO

Plan de ataque

♦ La firma sigue herida por los recall, pero pretende un contraataque a través de mantener la rentabilidad de sus distribuidores y recuperar la satisfacción del cliente. ¿Resurgirá?

Tras dos años y cuatro meses desastrosos en materia de ventas, como consecuencia de la crisis económica y el escándalo desatado tras el llamado a revisión de 8.1 millones de vehículos en Canadá, EU, América Latina, Europa y China por fallas en el pedal del acelerador, Toyota de México busca renacer de las cenizas y recuperar el mercado que perdió a manos de firmas japonesas y que asciende alrededor de 14,217 unidades.

En 2007, la compañía comercializó 66,208 unidades en territorio mexicano, cifra 10.2%

mayor a la registrada un año antes y que representó un record de ventas para Toyota México.

Sin embargo, un año después, la empresa registró su primera caída en ventas desde su llegada a México en 2002, al vender un total de 63,306 unidades, cifra 4.4% menor a la reportada un año antes. En 2009, en plena crisis, la caída en ventas se pronunció aún más al comercializar 51,991 vehículos, 18% menos.

En los hechos, el momento culminante del desplome ocurrió el pasado 1 de febrero,

cuando la compañía en México fue notificada por el corporativo en Japón que estaría involucrada en el llamado a revisión de 8.1 millones de unidades a nivel mundial por fallas en el pedal del acelerador, con un total de 30,000 unidades, situación que despertó la desconfianza de los consumidores mexicanos hacia la marca japonesa.

En consecuencia, en los primeros cuatro meses del año el número de automotores vendidos ascendió a 13,621, cifra 22.2% menor que en el mismo periodo del año anterior.

Pese a ello, Adolfo Hegewisch, director general de Toyota de México, considera que lo peor ya pasó, toda vez que la empresa ha superado la crisis de los llamados al revisar 87% de los vehículos involucrados (alrededor de 26,000 unidades).

“Estamos a punto de terminar: faltan alrededor de cuatro mil vehículos por revisar. Hemos pedido a nuestros distribuidores que se mantengan en comunicación con los clientes que no han asistido para que lo hagan. Ésta es una campaña abierta”, comenta en entrevista.

El ejecutivo se dice satisfecho con la cobertura de campaña que se logró y aclara que en ningún momento estuvo en riesgo la vida de los clientes. “Los vehículos ni se salen de control, ni tienen una aceleración repentina, simplemente la velocidad del desplazamiento del pedal no es la ideal y se está corrigiendo”.

En Profeco, afirma Hegewisch, no hay ninguna queja presentada en relación con este llamado a servicio. “Por lo tanto, creo que actuamos de forma responsable”.

El director general de Toyota México reconoce que el escándalo de los llamados a revisión afectó la imagen de la empresa, pero confía en recobrar la confianza de los consumidores y cerrar el año con ventas por arriba de las 50,000 unidades; aunque cree que lo más importante en este momento es superar dicho problema, mantener la rentabilidad de los distribuidores y la posición número uno de satisfacción al cliente, que por cinco años consecutivos han conseguido. La meta: trabajar para que 2011 pinte mejor.

APUESTA EN DUDA

Al respecto, especialistas del sector creen que no será fácil borrar de la memoria de los consumidores mexicanos la mala imagen de la marca y sus productos tras los llamados a revisión. “México es un mercado que reacciona lentamente, lo que significa que aún veremos meses difíciles para la firma nipona”, señala César Roy, analista independiente del sector automotriz.

Además, subraya, la posibilidad de un nuevo llamado a revisión sigue presente, lo que es una sombra para la marca nipona. De igual forma, está el tema de la crisis fiscal en la zona euro que golpearía la economía estadounidense y de paso a la mexicana, lo que retardaría la recuperación del mercado interno, cuyas ventas se estima sean menores a las 800,000 unidades.

“No podemos cantar victoria, la amenaza de una nueva crisis económica está latente, el segundo semestre no se ve nada halagador, el desempleo ha aumentado y el crédito es escaso”, dice Roy.

El especialista considera que Toyota sería una de las marcas más afectadas en México por dos razones: la primera porque sus autos son caros y no acostumbra competir por precio. Aun en crisis, son muy conservadores en ese sentido. Y la segunda, no tiene un auto económico, de volumen, con el que pueda competir con firmas como Nissan, líder del mer-

TOYOTA VS CINCO GRANDES

Ventas	2007	2008	2009	Enero-abril 2010
Nissan	214,121	212,022	156,186	59,327
General Motors	230,402	212,378	138,482	47,922
Volkswagen	133,240	119,400	97,506	33,868
Ford	147,747	125,516	88,692	24,979
Chrysler	128,541	116,137	82,337	24,168
Toyota	66,208	63,306	51,991	13,621

Unidades. Fuente: AMIA



cado, que tiene en los modelos Tsuru y Tiida, de producción nacional, a sus caballitos de batalla, a los que se sumará el nuevo modelo March, que también se producirá en México y que se comercializará a un precio de 140,000 pesos.

“En EU, Toyota se vio obligada a bajar sus precios tras el escándalo de los llamados a revisión, otorgaron un bono de 2,000 dólares, pero aquí eso no sucede, los consumidores no están enterados o no exigen el mismo trato”.

Desde su punto de vista, Toyota es una marca a la que no le interesa el mercado mexicano, y muestra de ello es que se han estancado con una participación de mercado de 6%, suficiente para mantener el sexto lugar de ventas. “Está en una zona de confort, tuvo todo para desplazar a Volkswagen, Ford y Chrysler, pero no lo hizo; dejó de invertir, frenó su expansión, prefirió esperar a que México abriera sus fronteras para importar el mayor número de autos posible sin pagar aranceles”.

Adolfo Hegewisch piensa lo contrario: “México es un país estratégico para la corporación por el potencial que tiene como mercado,

por su situación geográfica, por la cantidad de tratados de libre comercio que tiene, por su competitividad, y está considerado por la corporación dentro de sus planes de expansión. Es un proyecto de mediano y largo plazo”.

Desafortunadamente, considera el director general de Toyota, la crisis económica mundial afectó las capacidades de producción de todas las armadoras, por lo que la prioridad en este momento es nivelar y no aumentar dichas capacidades.

La firma nipona congeló sus planes para expandir su red de distribución en México, así como la producción en su planta de Baja California donde fabrica 50,000 camionetas Tacoma anualmente, la mayoría para el mercado de exportación.

Pero en cuanto el mercado interno alcance nuevamente el millón de unidades vendidas, o supere esta cifra, Toyota reactivará sus inversiones en el país que incluyen 33 nuevos distribuidores y el lanzamiento de su marca de lujo, Lexus, lo cual se estima sucederá a finales de 2012. Por lo pronto, la marca espera sorprender a los consumidores mexicanos con el híbrido Prius, su carta fuerte para este año. ●

Por Sergio Castañeda



Bloomberg

Tras un mal periodo, Toyota está listo para reclamar su título del más fuerte.



NEGOCIOS

Costosa revisión

General Motors de México gastaría hasta 34 mdp por el retiro del módulo del sistema de calentamiento del líquido limpiaparabrisas de varios de sus modelos. En este mes, la firma notificará a los propietarios de unidades Chevrolet Avalanche, Silverado, Suburban, Tahoe; GMC Acadia, Sierra, Yukon; Cadillac CTS, Escalade y Hummer H2, para que lleven sus autos a revisión. GM calcula que de estos vehículos existen 26,228 unidades en México. La decisión se tomó debido a que ciertas unidades tienen una falla en el módulo del sistema que calienta el fluido para el lavado del parabrisas, que en ciertas circunstancias podría ocasionar un derretimiento del plástico alrededor de dicho sistema. Dado que no habrá reemplazo, los clientes recibirán una compensación de 1,300 pesos.

Costará millones reabrir mina

 Luego del desalojo de la mina de Cananea, cuyos trabajadores en huelga ocuparon durante casi tres años, Grupo México y los gobiernos federal y estatal anunciaron que invertirán 2,000 millones de pesos para la reactivación económica de la región. Sólo para la reactivación de la planta el consorcio minero destinará 1,300 millones de pesos para su reconstrucción, cuya pro-

ducción que antes del paro ascendía a unas 120 millones de toneladas de cobre al año. El líder del sindicato de los mineros ha dicho, sin embargo, que los trabajadores no aceptarán la liquidación ofrecida por la empresa.

La mira en Asia

 Grupo Kuo establecerá una coinversión con Divgi Metalwares Pvt, una empresa india, para ensamblar y vender auto-

partes, como transmisiones manuales, en ese país asiático; así como en las naciones que conforman la Asociación Sudasiática para la Cooperación Regional. El PIB de la India creció 6.5% en 2009. Un grupo industrial con negocios en autopartes, químicos y bienes de consumo, Kuo tuvo en 2009 ingresos por 1,500 mdd.

Wal-Mart crece

 Las ventas del gigante minorista retomaron el ímpetu en mayo, luego de un bache registrado en abril. Sus ventas en el quinto mes del año en las unidades con más de un año de antigüedad se incrementaron 5.4% respecto del mismo mes de 2009, producto de un incremento en el número de transacciones y pese a una ligera disminución en el promedio de compra. Los ingresos de la cadena dirigida en México por Scot Rank tuvo ingresos el mes pasado por 28,749 mdp. ●



HUELLA CORPORATIVA

GERARDO DE LA TORRE, quien se desempeñaba como director de Logística de Nissan Mexicana, fue designado como nuevo vicepresidente de Manufactura para la subsidiaria de la automotriz en Brasil... Viva-Aerobus nombró a **JUAN CARLOS ZUAZUA COSÍO** como nuevo director general en sustitución de **DONAL ROGERS**, quien fungirá como delegado ejecutivo del consejo de administración de la aerolínea... Los accionistas de Ford Credit México eligieron a **MAURICIO RAÚL AZCÁRRAGA MARTÍNEZ** como nuevo presidente del consejo de administración... **MIGUEL ONTIVEROS ALONSO** renunció a la Dirección de Formación Profesional de la Procuraduría General de Justicia del DF... **BARACK OBAMA** designó a **JAMES CLAPPER** como sucesor de **DENNIS BLAIR**, quien renunció al cargo de director de Inteligencia Nacional de EU... **NAOTO KAN**, ocupará el cargo de primer ministro de Japón tras la salida de **YUKIO HATOYAMA**... **DAVID LAWS**, secretario del Tesoro de Gran Bretaña, renunció a su cargo tras un escándalo político. ●



E-COMMERCE

Extendiendo la red



◆ El avance tecnológico ha permitido que las empresas vayan más allá de sus fronteras sin la necesidad de salir de ellas, lo que podría elevar sus ventas en buena medida

El comercio es una de las actividades más antiguas del hombre, que ha tenido que evolucionar al mismo ritmo que el desarrollo humano, pasando así del simple intercambio de productos agrícolas entre personas de una misma comunidad a operaciones más complicadas que pueden darse incluso entre personas de distintos países y hasta continentes.

Es aquí donde el comercio electrónico (e-commerce) toma su razón de ser, pues al romper con las barreras no sólo abre un abanico de productos y servicios al mundo entero, sino que también permite a las empresas extender su alcance para incrementar sus ventas.

El e-commerce es una oportunidad altamente positiva para las firmas que deseen participar en ella, pues simplemente en EU las ventas electrónicas durante 2009 ascendieron a 134,900 millones de dólares (mdd), según un estudio de las consultoras Everis y IESE-CELA. Además de que en este país las ventas netas de las compañías pueden incrementarse entre 30 y 40% a través de este tipo de comercio. Teniendo en cuenta que EU es sin lugar a dudas la nación con una mayor aceptación y uso del e-commerce.

Sin embargo, en México el matiz se da según se mire. La Amipci señala que en 2009 del 100% de las ventas, 16% fueron hechas por internet y en los últimos cuatro años ha crecido a un ritmo de más del 100%, pues actualmente se hacen más transacciones en este tipo de comercio.

Así, aun cuando el año pasado el total de ventas por este conducto ascendió a 1,500 mdd, la cifra contrasta colosalmente, por ejemplo, con los casi 135,000 mdd de EU; aunque se ubica en los rangos de América Latina.

Pero estos mismos datos desvelan que el comercio electrónico en México es un terreno virgen con amplias oportunidades de desarrollo, y sólo hace falta que las empresas comiencen a ver esta actividad como una oportunidad para vender productos y servicios, agilizar los flujos de pago y logístico, intercambiar información, aprovechar la omnipresencia de este comercio, disminuir costos, aumentar audiencias con una relativa inversión baja, entre muchos otros beneficios.

De inicio, señalan Adrian Jerbic, VP de Grupo ASSA México, y Carlos Aguilar, director de Integration & Technology Services de dicha firma para México, debe dejarse atrás la creencia de que el e-commerce reemplazará al comercio tradicional, pues en realidad constituye un canal complementario que en sí mismo no es un fin, sino un medio.

Los expertos también destacan que entre las virtudes del e-commerce se encuentra el hecho de que con el uso de las nuevas tecnologías al cliente puede acercarse y obtener mayor información sobre el producto o servicio que requiere, pues aunque no realice la compra vía electrónica un mayor número sí acude a las tiendas físicas para cerrar la compra, con la diferencia de que ahora ya posee más conocimiento acerca de lo que desea adquirir, pues puede consultar desde una ficha técnica hasta los comentarios o valoraciones que otros usuarios realizaron sobre el mismo.

Si bien cualquier empresa puede emplear el comercio electrónico, debe contar con una estrategia de acuerdo a su tamaño, necesidades y bolsillo, por ejemplo, hay empresas que tercerizaron esta actividad a través de portales como Mercado Libre o e-Bay, o bien adquieren tecnología muy económica para tener presencia en Internet, mientras que las grandes firmas demandan tecnología y servicios especializados, recurriendo a especialistas como Grupo ASSA.

Lo cierto es que independientemente de esto, ofrecer el servicio de e-commerce no es simplemente crear una página de internet con imágenes, información y aplicaciones, sino que implica todo un trabajo detrás del monitor que va desde el mante-

nimiento, el diseño de estrategia y planeación, la inversión de tiempo y dinero, sincronizar los procesos de negocio, trabajar en sistema internos y una serie de requisitos más, pues al no contar con ellos se corre el riesgo de desanimar al cliente al ofrecerle un mal servicio, como puede ser una entrega fuera de tiempo, información insuficiente o poco clara.

Pues, apuntan los directivos de Grupo ASSA, empresas más maduras en términos de procesos, más sincronizadas, coordinadas y preparadas, con sistemas de *backoffice* mejor integrados y avances en términos de seguridad, garantizan al portal transaccional un resultado más eficiente y, por ende, un mayor éxito.

Como sea, las empresas mexicanas tienen ante sí un campo virgen de oportunidades de negocios, en el que tarde o temprano deberán acomodarse si quieren evolucionar a la par de la forma de hacer comercio y elevar sus ventas, donde lo esencial es perder el miedo, planear bien la estrategia y llevar a cabo el proyecto.

“No hay razón para no tener presencia electrónica. Lo más importante es tener bien claro que es lo que se está haciendo, ya que no es válido hacerlo sin planearlo”, finaliza Carlos Aguilar, director ITS de Grupo ASSA México. ●

Por Erick Zúñiga

OBITUARIO • *Jean Louis Robert Frédéric Dumas* / EMPRESARIO / FALLECIÓ EL 2 DE MAYO DE 2010.

Tradición en evolución

♦ El empresario tomó las riendas de la firma familiar en momentos difíciles y no sólo logró levantarla, sino que también consiguió colocarla como un referente en el mundo de la moda.

Símbolo del lujo y la exquisitez, la firma francesa Hermès, con 163 años de antigüedad —se fundó en 1857—, logró transformarse de una marca identificada con la tradición aristocrática a un signo de modernidad; de evocar la nostalgia, pasó a representar las aspiraciones de selectas clientelas dispuestas a ser parte de listas de espera de hasta un año para adquirir un bolso modelo Kelly —en honor a la desaparecida princesa de Mónaco Grace Kelly— o de pagar pequeñas fortunas por portar una exclusiva mascarada de seda, accesorios de cuero, chaquetas o pantalones vaqueros de piel de pitón o avestruz, considerados ya parte del legado de la cultura francesa al mundo.

Tal transformación se realizó bajo la batuta de Jean Louis Dumas, cabeza de la quinta generación de la familia originaria de protestantes alemanes asentada en París, donde abrió un taller de talabartería para fabricar productos de piel, como sillas de montar y todo lo relacionado con la caballería al servicio de la nobleza. Con el paso del tiempo el negocio evolucionó hasta convertirse en una prestigiada marca que empezó por atender la demanda de la élite europea, hasta ser una firma global, con presencia en todo el mundo, pero especialmente en África del Norte, Rusia, Asia y el continente Americano.

La firma se hallaba en crisis en la década de los 70.

Su participación en el mercado declinaba luego de la euforia que provocó haber sido la primera en introducir el uso de cremalleras en artículos y ropa de piel, como la legendaria chaqueta para jugadores de golf que lanzó al mercado en 1918, entre otros innovadores productos.

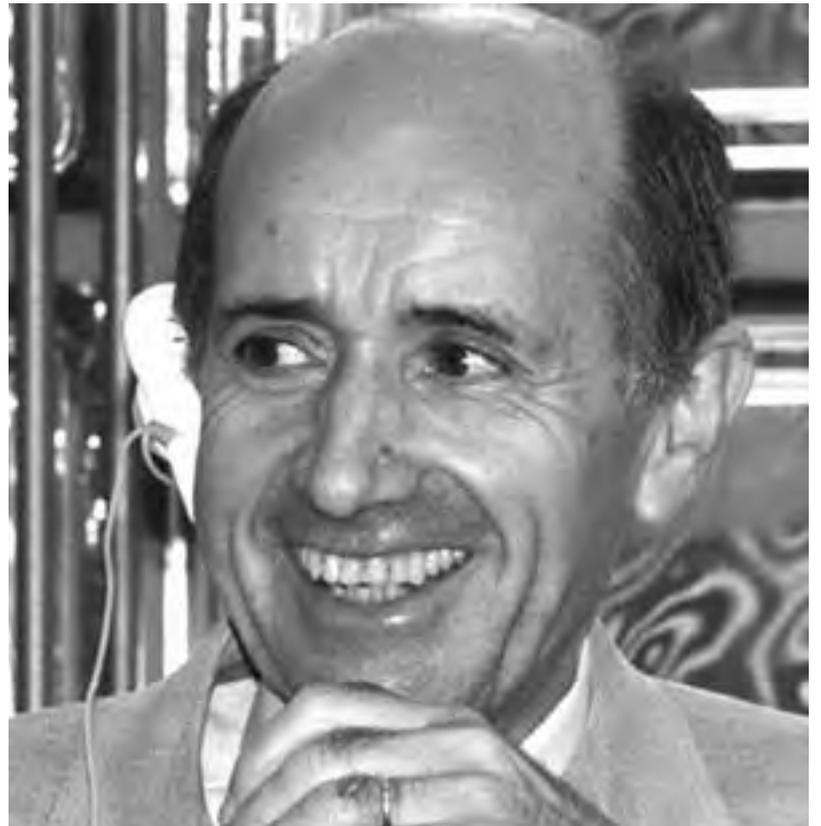
“CUERO, DEPORTES Y...

tradición de refinada elegancia”, fue el lema que Émile-Maurice, antecesor de Jean Louis, creó para la firma que a mediados del siglo XX causaba furor con sus bufandas, sus tradicionales mascaradas elaboradas con seda china cruda. Fue tal el éxito de éstas, que en 1937 se abrió una fábrica dedicada exclusivamente a la producción de este accesorio en Lyon, Francia.

Hacia los 40 y hasta los 50, la demanda de estos accesorios decayó, pero la sede de Hermès en París se convirtió en el lugar en que se daban cita las más connotadas celebridades del mundo. Fue en esa época que se diseñó el logo del carruaje tirado por caballos, sello inconfundible de la marca, y se impulsó la expansión hacia América y Asia. Pero en la década de los 70 la presencia de competidores que lanzaron al mercado productos elaborados con materiales sintéticos, hizo mella en las ventas de la compañía, que se había negado a emplear otra cosa que no fueran materias primas de origen natural.

REMONTAR LA CRISIS

Fue en plena crisis, con las ventas de Hermès registrando una caída sin precedentes, cuando Jean Louis Dumas, nacido el 2 de febrero de 1938 en París, tomó las riendas de la empresa. Había estudiado en el Instituto de Estudios Políticos de París, y entrenado como vendedor con la firma Bloomingdale's, además de haber viajado por la península escandinava y la hoy dividida Checoeslovaquia, como integrante de un ensamble de jazz; él tocaba la batería.



Cortesía

Su estrategia consistió en contratar nuevos y audaces diseñadores, como Jean Paul Gaultier, incluyó la línea de productos de cristal y otros materiales para elegantes mesas, en alianza con el sello Puiforcat, a la vez que intensificó la modernización de modelos clásicos de sus bolsos para dar vida al modelo Kelly y al Birkin, en honor a las actrices y, en el caso de Kelly, a la monarquía europea. Puso además especial atención en la producción de artículos de seda, cuero; se renovó la colección de vestuario, lanzó una campaña publicitaria con una bella mujer joven usando pantalón de mezclilla y un atractivo pañuelo Hermès, con lo que buscó llegar al consumidor de menos edad en relación a su tradicional clientela.

Paralelamente inició un agresivo plan de expansión para abrir sucursales en las más exclusivas locaciones de EU; se alió con empresas de novedosos giros, como la productora de cámaras fotográficas Leica, y el prestigiado zapatero John Lobb. En 12 años logró que las ventas pasaran de 50 millones de dólares a 460 millones. Su esposa Rena Gregoriades, arquitecta, diseñó las tiendas en esta nueva etapa, y su hijo Pie-

erre Alexis se integró como director artístico de la firma. Otra hija, Sandrine, es actriz de cine.

En 1993, Jean Louis determinó hacer pública la firma integrándola al mercado de valores, sin embargo, más del 70% de las acciones ha permanecido en manos de la familia, de las más ricas de Europa, según la revista Forbes, siendo, junto con Channel, de las pocas marcas de prestigio mundial que permanecen como empresas familiares. Un año antes había estrenado sede en las afueras de París, un moderno edificio de cristal. A tres años de haber cedido la batuta, y aún bajo el plan de negocios que él impulsó, las ventas alcanzaron los 2,500 millones de dólares.

Se le consideró por eso el salvador de la marca, pilar de la recuperación de una corporación que ya rebasa las 14 líneas de artículos exclusivos y que cubre un mercado de élite que no ha dejado de incrementar sus compras, pese a las crisis en el mundo. La muerte lo sorprendió a los 72 años, por problemas derivados del Parkinson, mal que motivó su retiro a mediados de la primera década del siglo XXI. •

Por Alicia Ortiz



INVIERTA CON ÉXITO EN LA BOLSA



CONTRA PSICOLOGÍA... ¡TIEMPO!

Carlos Ponce

“Más de lo mismo”,
sería una buena

forma de calificar el contexto

actual. Los participantes no terminan de diferenciar de manera contundente los distintos fundamentales entre regiones internacionales. La idea de que la economía de EU (y por consecuencia la nuestra) presenta una condición muy distinta a la de Europa se cuestiona con la presencia de algunas cifras de empleo menores a las esperadas y la presencia de otros eventos de fuerte impacto psicológico: 1) Debilidad estructural de Hungría; 2) Conflicto entre Coreas; 3) Ayuda a las cajas de ahorro en España, etc. La presencia de señales técnicas de tendencia de baja y la cercanía del verano se suman a los argumentos contra-mercados. Aunque publicación de reportes financieros corporativos al segundo trimestre de 2010 se anticipan favorables (“abatarían” más el mercado) pudiendo mejorar el ánimo, todo indica que una vez más el antídoto contra el pesimismo (psicología) deberá ser la asimilación a través de tiempo. Nos mantenemos optimistas con eventual retorno de precios en la segunda mitad del año sin poder diagnosticar con precisión el momento justo de “rebote”. ●

RESULTADOS

Emisora	Burs L	Exp %	Eb E % Crec	E/AT %	CF x	FV/Ebitda Estím.	VM/VS PUSA	Var P Var %	Yield x	Ots. %	%
Mediana		19.8%	20.4%	13.5%	9.10			-12.6%			
Peñoles	19	75.3%	40.6%	25.5%	4.43	6.84	11.08	-38.3%	5.18	-23.7%	3.7%
GMéxico	3	72.7%	53.1%	26.3%	1.55	6.02	6.23	-3.3%	5.30	-19.8%	0.6%
Mexchem	14	78.5%	50.3%	19.3%	0.76	6.67	8.34	-20.0%	431.25	-14.4%	0.7%
Walmex	4	5.4%	27.9%	19.6%	177.99	13.06	15.04	-13.2%	10.50	-13.4%	2.2%
Cicsa	46	30.6%	45.2%	7.2%	2.40	10.18	20.67	-50.8%	3.64	-20.2%	2
Codusa	42	15.0%	23.2%	6.4%	0.65	4.52	11.05	-59.0%	1.03	-32.0%	3
Homex	13	0.0%	12.0%	11.8%	0.60	6.29	8.93	-29.6%	4.77	-44.7%	2
Femsa	6	41.0%	16.7%	18.4%	1.13	7.31	8.65	-15.5%	7.85	-13.4%	0.4%
Tlevisa	7	14.2%	10.4%	16.4%	1.28	7.28	8.89	-18.1%	25.46	-20.2%	6.9%
Autlán	39	31.0%	154.1%	10.0%	1.28	9.03	10.46	-13.7%	5.88	-20.4%	1.5%
Geo	12	0.0%	30.6%	13.7%	0.57	6.26	7.99	-21.6%	8.61	-17.2%	2
Simex	35	52.9%	900.5%	1.6%	61.95	5.80	6.67	-13.0%	1.38	-20.1%	2
Lab	17	29.2%	65.0%	32.9%	146.16	11.45	12.22	-6.3%	11.31	-7.2%	3
Ica	8	7.0%	20.5%	6.6%	0.31	9.78	14.10	-30.6%	-7.14	-17.8%	1
Elektra	16	12.9%	9.3%	5.3%	8.22	11.06	15.06	-26.6%	10.55	-28.1%	0.3%

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.



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

Indicadores relevantes

Instrumento	Valor 8-Jun	Var. % 7 días	Hace 7 días	Hace 3 meses	Hace 12 meses
TIEE 28 días	4.95%	-0.01	4.95%	4.92%	5.36%
Cete 28 días	4.59%	0.01	4.58%	4.41%	5.10%
Cete 91 días	4.67%	0.02	4.65%	4.64%	5.15%
Tasa Banxico	4.50%	0.00	4.50%	4.50%	7.75%
Bono 10 años	6.98%	-0.23	7.21%	7.66%	8.13%
Bono 20 años	7.57%	-0.22	7.79%	8.23%	8.61%
Bono 30 años	7.87%	-0.18	8.05%	8.45%	8.94%
IPyC	31,059.83	-0.60	31,246.6	32,525.2	25,107.4
Peso (1)	12.92	0.16	12,900	12,743	13,457
Euro (2)	1.197	-2.25	1.224	1.363	1.397
Libra (2)	1.447	-1.14	1.464	1.506	1.598
Yen (1)	91.50	0.56	90.990	90.300	98.650
Real (Brasil) (1)	1.855	0.65	1.843	1.850	1.961

(1) Pesos por dólar. (2) Dólares por moneda. SC Sin cotización.
Fuente: El Semanario Agencia con información de Banxico y las mesas de dinero.

Inflación mensual, 12 meses (%)

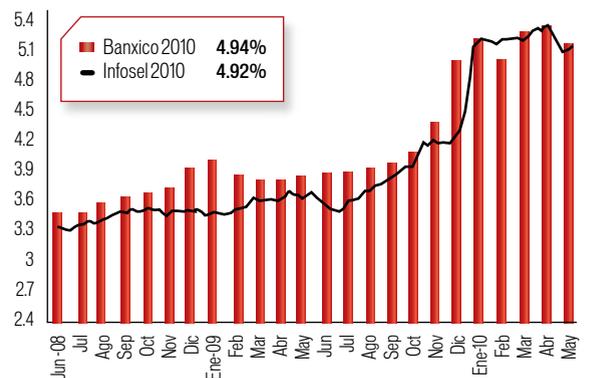
Se desacelera tasa anual de inflación general en abril

Fecha	Consumidor	Subyacente	Mercancías	Servicios	Agropecuarios	Administrados	Productor
Abr-10	4.27%	4.11%	4.68%	3.58%	3.71%	-6.04%	3.12%
Mar-10	4.97%	4.40%	5.11%	3.73%	9.11%	4.84%	2.59%
Feb-10	4.83%	4.60%	5.56%	3.70%	7.37%	4.18%	2.60%
Ene-10	4.46%	4.70%	5.73%	3.73%	4.96%	2.96%	2.61%
Dic-09	3.57%	4.46%	5.57%	3.41%	1.66%	0.28%	1.99%
Nov-09	3.86%	4.59%	6.06%	3.22%	4.41%	-0.32%	2.38%
Oct-09	4.50%	4.90%	6.50%	3.42%	8.76%	-0.77%	2.90%
Sep-09	4.89%	4.92%	6.38%	3.56%	12.76%	-0.32%	5.81%
Ago-09	5.08%	5.01%	6.48%	3.80%	11.58%	0.65%	5.16%
Jul-09	5.44%	5.32%	6.79%	3.96%	12.14%	1.39%	4.99%
Jun-09	5.74%	5.39%	6.87%	4.01%	13.47%	2.24%	5.84%
May-09	5.98%	5.56%	7.02%	4.20%	13.39%	2.99%	6.37%

Fuente: El Semanario Agencia con datos de Banxico.

Expectativa de inflación 2010

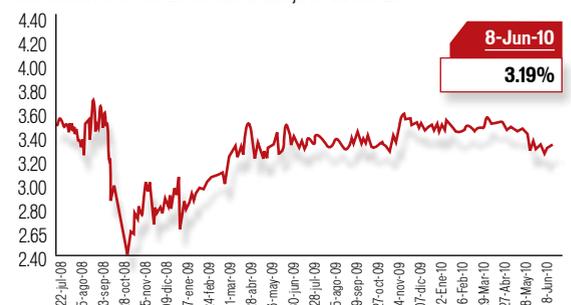
Se mantienen buenas expectativas inflación para cierre de año



* Cifras en porcentajes. Fuente: El Semanario Agencia con información de Banxico e Infosel.

Bonos del Tesoro a 10 años

Se mantuvieron rendimientos a la baja en bonos EU



Fuente: El Semanario Agencia.



Riesgo país

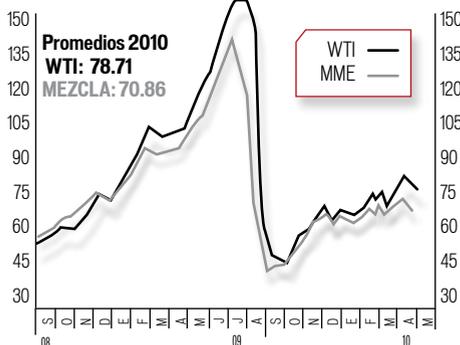
Ligero repunte semanal del riesgo país



Fuente: El Semanario Agencia con información de JP Morgan.

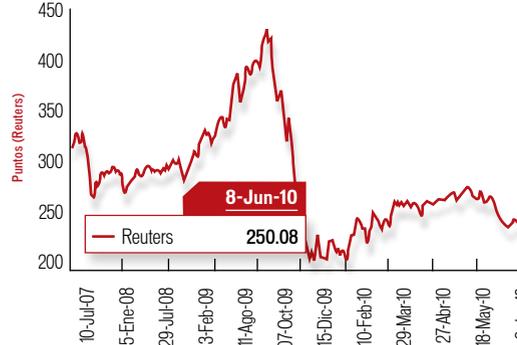
Precio del crudo WTI y la Mezcla Mex.

(Precio promedio mensual)



Fuente: El Semanario Agencia con información de Pemex y NYMEX.

Índice de precios de materias primas



Fuente: El Semanario Agencia con información de Reuters.

México entre 15

	Periodo	PIB Var. Trím.	PIB Var. Anual	Periodo	Desempleo	Periodo	Inflación	Periodo	B.Comercial*/**	Periodo	P.Industrial%
México	I-10	-0.4	4.3	Abr-10	5.42	Abr-10	4.27	Abr-10	195	Mar-10	7.60
Argentina	IV-09	0.7	0.0	I-10	8.3	Abr-10	10.20	Abr-10	1,932	Mar-10	10.60
Alemania	I-10	0.2	1.5	Abr-10	7.8	Abr-10	1.30	Mar-10	17,200	Mar-10	8.60
Brasil	IV-09	2.0	4.3	Mar-10	7.6	Abr-10	5.26	Abr-10	1,283	Mar-10	19.70
Canadá	IV-09	5.0	-3.2	Mar-10	8.1	Abr-10	1.80	Mar-10	300	Mar-10	-1.30
Corea	IV-09	0.2	6.0	Abr-10	3.7	Abr-10	2.60	Abr-10	4,410	Mar-10	22.10
Chile	IV-09	1.4	2.1	Mar-10	9.0	Mar-10	0.90	Abr-10	1,362	Mar-10	-17.40
China	I-10	ND	11.9	I-10	4.2	Abr-10	2.80	Abr-10	1,700	Abr-10	17.80
España	I-10	0.1	-1.3	Mar-10	19.1	Abr-10	1.50	Feb-10	-3,562	Feb-10	-1.90
EU	I-10	3.0	2.5	Abr-10	9.9	Abr-10	2.30	Mar-10	-40,400	Abr-10	0.80
Francia	I-10	0.1	1.2	Mar-10	10.1	Abr-10	1.70	Mar-10	-4,728	Mar-10	6.20
India	I-10	ND	7.4	ND	ND	Feb-10	14.86	Mar-10	-7,825	Mar-10	13.50
Italia	I-10	0.5	0.6	Mar-10	8.8	Abr-10	1.50	Ene-10	-1,030	Mar-10	6.40
G. Bretaña	I-10	0.2	-0.3	Mar-10	8.0	Abr-10	3.70	Mar-10	-3,683	Mar-10	2.00
Japón	I-10	4.9	4.6	Mar-10	5.0	Mar-10	-1.10	Mar-10	952	Mar-10	30.7070

Fuente: El Semanario Agencia con información de 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			
	2006	2007	2008	2009	PERIODO	2010	2011	
PIB (1)	5.15	3.32	1.38	-6.50	I-10	4.3%	4.30	3.60
PIB en Dls. (2)	952,148	1,025,603	1,096,293	875,282	I-10	964,854	---	---
Inflación (3)	4.05	3.76	6.53	3.57	Abr, 10	4.27%	4.94	3.95
Desempleo (4)	3.58	3.70	3.97	5.47	Abr, 10	5.42%	---	---
Empleo (5)	616,929	528,890	379,193	3,177	Mar, 10	170,276	514,000	505,000
Salarios (6)	4.70	4.49	4.67	4.60	Mar, 10	4.52%	4.48%	---
Saldo Bza. Com. (7)	-6,133	-10,073	-17,261	-4,677	Abr, 10	195	-7,040	11,640
Reservas Netas (8)	67,680	77,894	85,274	90,838	5-Jun-10	98,010	---	---
Inv. Ext. Dir (9)	19,428	27,528	22,481	11,417	I-10	4,333	16,951	19,289
Tipo de cambio (10)	10.90	10.93	11.15	13.51	9-Jun-10	12.92	12.48	1281.00
Cetes 28 días (11)	7.23	7.35	8.02	4.51	9-Jun-10	4.59	4.78	5.96
Bce. Público (12)	9,934	4,810	-7,946	-274,511	Abr-14	8,500	-2.59%	-2.13%

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.

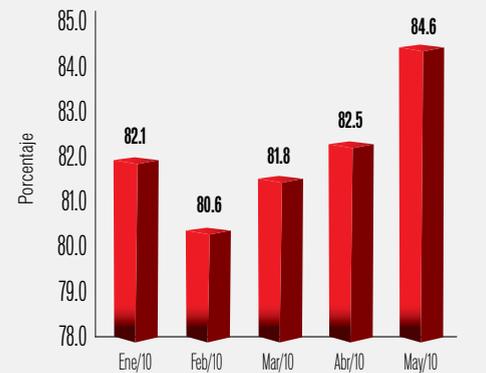
Fuente: Las proyecciones corresponden a la encuesta mensual que realizó el Banco de México para diciembre entre 32 grupos de análisis y consultorías económicas (Inegi, Banxico, IMSS, SHCP, STPS).

SEÑALES Y TENDENCIAS

Repunta confianza de consumidor en mayo

Según el Inegi, el índice de confianza del consumidor reportó una lectura de 84.6 en mayo, su mayor nivel desde julio de 2009. Los cinco componentes que integran el índice vieron mejoras, pero destaca el alza de 15.3% que tuvo el que indaga sobre las posibilidades de los miembros del hogar para adquirir bienes duraderos, luego de que este indicador vino cayendo en los 27 meses anteriores.

ÍNDICE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR



Fuente: Inegi

Decepciona empleo de EU en mayo

En EU se crearon 431,000 nuevos empleos en mayo, a primera vista el mejor ritmo de crecimiento del empleo de 2010. Pero si consideramos que para el Censo que se realizará este año se contrataron 410,000 empleados, la cifra real fue muy pobre. En el sector privado se contrataron a sólo 41,000, muchos menos que en el mes anterior. Esto trajo renovadas preocupaciones acerca de que el impulso de la recuperación esté decayendo ya en el segundo trimestre del año y las especulaciones sobre una "doble caída" de la economía se han reavivado.

Índices accionarios EU, mínimos 2010

Con la aversión al riesgo que se ha desatado en los mercados globales por la situación en Europa; y la información laboral en EU que decepcionó, esta semana los principales índices accionarios de Nueva York, el S&P 500 y el Dow Jones han marcado nuevos mínimos del año y se ubican en su menor nivel desde inicios de noviembre. El ambiente sigue siendo de cautela. ●

Vencimientos de deuda corporativa a LP

Monto en circulación (mdp)	Fecha de emisión	Fecha de vencimiento	Tasa
COPAMEX 06	100	29-Jun-06	TIIE 28 + 2.50
NFR 07	2,800	12-Jul-07	TIIE 28 + 0.08
PATCB 05	238	17-Jun-05	TIIE 28 + 1.25
AMX 04	750	26-Jul-04	Cetes 91 + 0.9
TELECOM 04-2	750	10-Sep-04	Cetes 91 + 0.44
TELFIM 05	8,000	30-Sep-05	Cetes 91 + 0.61
AMX 07-2	2,500	1-Nov-07	TIIE 28 + 0.23
ARCA 03-2	500	7-Nov-03	Cetes 182 + 1.0
CEMEX 08	829	25-Apr-08	TIIE 28 + 0.35
TOYOTA 09	1,000	1-Jun-09	TIIE 28 + 1.15

Fuente: Accival-Banamex



DEPORTES



LAS FIGURAS DEL MUNDIAL

Como cada cuatro años, un puñado selecto de futbolistas pasará a la historia futbolística por sus hazañas o sus errores. Por ello, *El Semanario* ha preparado una lista de los jugadores que buscan el título del mejor.

LEONEL MESSI

Este argentino, originario de Rosario, tiene todo: velocidad, *dribbling*, visión, técnica, garra, carisma y sobre todo juventud para comerse al mundo. Yerno de la leyenda viviente y actual estrategia de la albiceleste, Diego Armando Maradona, el delantero del Barcelona carga con los grilletes de ser considerado el mejor jugador del mundo en la actualidad, los cuales lo acompañarán a lo largo de la justa futbolística, que dicho sea de paso, se espera que bajo su mando la albiceleste llegue a las últimas instancias. La selección de Maradona es vista como la favorita del Grupo B y se prevé que avance sin complicaciones en la primera posición, por ello, las probabilidades de que se enfrente al seleccionado mexicano en el cuarto partido son muy altas.

CRISTIANO RONALDO

Poseedor de una habilidad extraordinaria, instinto goleador y gambetas espectaculares, el portugués de 25 años tiene la oportunidad de levantar el vuelo tras años de altibajos y consagrarse como uno de los mejores jugadores de la historia. A punto de perderse este mundial por el mal paso de su selección en la fase clasificatoria, el oriundo del barrio obrero de Funchal, en la isla de Madeira, está dispuesto a probar por qué su fichaje al Real Madrid es el más caro en la historia del fútbol. Sin embargo, la meta no luce sencilla, pues en la primera fase deberá enfrentarse a una crecida Costa de Marfil, comandada por Didier Drogba; a Corea del Sur, a la cual podría someter sencillamente; y al conjunto brasileño, siempre favorito, encabezado por Kaká.

DAVID VILLA

La maldición española fue rota en 2008, al coronarse campeones de la Eurocopa Austria-Suiza, y la Furia Roja buscará extender el milagro en este Mundial. Para ello, cuenta con el goleador más prolífico del planeta: David Villa. Pues el delantero blaugrana ha anotado más de 150 goles entre 2005 y 2009, además es el segundo máximo goleador de todos los tiempos con la selección española. El asturiano es un jugador excepcional: ambidiestro, con buena puntería, frialdad en la definición y sorpresivo al convertir balones supuestamente perdidos en goles... en fin, es sinónimo de eficacia. El camino de España hacia los octavos de final luce sencillo, salvo el encuentro con Chile, las selecciones de Suiza y Honduras ya son vistas como las primeras víctimas del equipo ibérico.

ROBIN VAN PERSIE

De carácter fuerte y técnica inmejorable, Van Persie no es sólo un jugador más en selección holandesa, sino que es crucial en el esquema... sus actuaciones y goles así lo demuestran. Con ritmo, calidad, sorpresa, gran visión de juego y un estilo muy parecido al histórico Dennis Bergkamp, el delantero holandés sólo se ha visto derrotado por su temperamento y algunas lesiones, que lo han alejado de las canchas; sin embargo su fortaleza lo convierte en el hombre ganador que necesita la Naranja Mecánica para consolidarse como potencia mundial. Si bien en la fase de grupos, Holanda enfrentará a Dinamarca, Japón y Camerún, se prevé que saldrá airoso de sus encuentros y avanzará a la siguiente ronda con las nueve unidades.

KAKÁ

Su nombre completo es Ricardo Izecson Dos Santos Leite y su calidad está probada. Apodado Kaká por su hermano menor, el jugador brasileño no se ha cansado de cosechar títulos colectivos e individuales tanto en Italia como España. Pero será una espectacular actuación en Sudáfrica lo que le permitirá alcanzar un lugar en la historia. Habilidadoso y desequilibrante, con excelente pegada y visión amplia de juego, así como una gran definición, son las características que hoy colocan a Kaká entre los mejores del mundo. Así, Brasil siempre es visto como favorito y por lo menos se le exige llegar a la final, aunque en esta ocasión la fase de grupos no luce sencilla con Costa de Marfil y Portugal; pero una victoria sobre Corea del Norte podría facilitarle las cosas.



LOS AUSENTES:

ZLATAN IBRAHIMOVIC

Cuando la selección nacional de Suecia quedó eliminada de la justa mundialista los titulares alrededor del mundo sólo destacaban: "¡Ibrahimovic fuera del Mundial!" Y no es para menos, pues el delantero sueco siempre fue visto como el pilar del equipo. Este jugador tiene todo para brillar en una Copa del Mundo, pero esta vez no pudo cumplir el objetivo. Esta situación también es lamentada por la afición que se perderá de su técnica privilegiada, sus disparos imposibles y su determinación para definir encuentros. Considerado por Fabio Capello como el heredero del mítico Marco van Basten, Ibrahimovic no escuchará el silbatazo inicial ni pateará un balón de arranque en este Mundial, dejando en los fanáticos un espacio difícil de llenar,



RONALDINHO GAUCHO

Junto con Ibrahimovic, la ausencia de Ronaldinho Gaucho será sin duda una de las más sensibles en este Mundial. Enumerar las cualidades futbolísticas del brasileño, originario de Porto Alegre, es por demás extenso, sin embargo al seleccionador carioca, Dunga, sólo le bastó con ver un Ronaldinho diferente en los equipos de liga y otro con la verdeamarela, criterio que también utilizó para dejar fuera a Adriano, Alexandre Pato y Diego. Considerado uno de los mejores jugadores del mundo, con una técnica sobrenatural, magia en los pies e ingenio para desplazarse en la cancha, Ronaldinho buscaba reivindicar el fracaso de Brasil en la pasada edición mundialista de Alemania, pero, como rezan sus fieles seguidores, "Dunga le cortó las piernas".



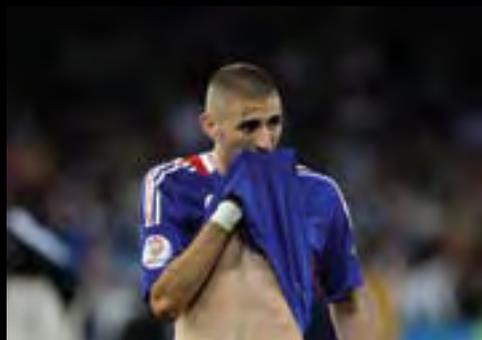
MICHAEL BALLACK

Uno de los jugadores alemanes más completos y versátiles de la actualidad, capaz de realizar con éxito tareas tanto defensivas como ofensivas y un liderazgo natural que rápidamente lo ubicaron como referente de la selección alemana. Pero parece estar marcado por la fatalidad. En 2002 se perdió el Mundial por una suspensión, en 2008 fue derrotado en la final de la Eurocopa por España, a lo que se le suman dos finales de la Champions League perdidas, y ahora, una lesión lo alejó de Sudáfrica 2010. Pese a tener un promedio de casi un gol cada dos partidos y ser pieza vital para su país durante los últimos nueve años, sin duda la ausencia de Ballack será recordada durante los partidos de Alemania, sobre todo en los complicados.



KARIM BENZEMA

Visto como el *bad boy* de la siempre disciplinada selección francesa, el goleador de 22 años se perderá el Mundial en medio de escándalos y una mala campaña en el Real Madrid. Los accidentes de tránsito que protagonizó a finales del año pasado, el escándalo por un caso de proxenetismo y la poca participación en el cuadro merengue, principalmente por diferencias con el entrenador, se conjuntaron para que este ariete de raíces argelinas causara baja de la lista definitiva de los *Bleus*. Se extrañará su gran capacidad, misma que podría llevarlo a dejar al equipo merengue, pues su juventud y talento seguramente lo llevarán a Brasil 2014. ●



Por Erick Zúñiga



HOMO TELECOM

The Competitive Intelligence Unit*

TELECOMUNICACIONES FUTBOLERAS

A partir de este viernes cuando virtualmente todo el mundo esté viendo la inauguración de Sudáfrica 2010, la presión del tráfico de señales de telecomunicaciones que ejerceremos sobre todas las redes disponibles será la más alta de la historia de esa infraestructura. Claro, con la excepción de eventualidades no programadas de catástrofes naturales. Es el mayor volumen de transmisión de un periodo relativamente largo (casi un mes) sobre los accesos contemporáneos, como televisión (digital, HD, por internet), radio, celulares, internet, satélites y redes sociales, entre otros.

Incluso los futboleros de clóset en estos días responden simplemente: "¡no me gusta, pero el Mundial sí lo veo!". Y es que dicho evento exalta "nacionalismos", afecta la evolución del PIB de países como Brasil, detona las ventas de televisores y conexiones de tv restringida, y paraliza sociedades completas, de tal forma que es inevitable no involucrarse.

Pero, ¿qué ha sucedido en los últimos años en la relación entre tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y el fútbol?

EN LA CANCHA: POCAS INNOVACIONES

Entre la mínima inyección de las TIC en la práctica profesional de este deporte está la diadema de comunicación entre el árbitro central con sus asistentes y las innovaciones en las banderas mediante un sistema de alerta para sancionar fuera de lugar. De manera semejante al béisbol, el réferi de mayor jerarquía tiene la decisión final inapelable en las decisiones, que puede ser o no asistido. Sin embargo jugadas como la mano de Maradona en el mundial de México 1986, siguen haciendo reflexionar sobre la conveniencia de una actualización tecnológica para un deporte y negocio tan importante, a la par de otras prácticas deportivas como la F1 o el mismo fútbol americano. Es debatible en cuanto a la belleza del deporte.

EN LA TRANSMISIÓN: GRANDES AVANCES

Los partidos son transmitidos cada vez de forma más eficiente y atractiva. Recordemos avances trascendentales como la repetición instantánea, posteriormente con cámaras especiales (phantom) que captan más cuadros por segundo, animaciones para recrear jugadas, transmisiones en alta definición (HD), y funcionalidades como medición de la velocidad y trayectoria del balón.

Es más, ya es posible ver partidos con televisores en tercera dimensión (3D), dado que son varias las cadenas a nivel mundial que empiezan a transmitir contenidos en este formato.

EN LA RECEPCIÓN DE LA SEÑAL: CRECIENTE DEMANDA POR CONTENIDOS

La mayor capacidad de apropiación de los contenidos ha tenido un impacto multidimensional en cuanto a mejorar la calidad.

Hoy se pueden ver los partidos por internet en transmisiones digitales o *streams-online* (¡Asegúrate de hacerlo por medios que no infrinjan el marco legal del derecho de autor!). La información de los juegos viaja en tiempo real por redes sociales, así como por e-mails, alertas virtuales, televisión móvil, y aparecen aplicaciones para Blackberry y otros smartphones que programan en la agenda los días, horas e información relevante de los juegos que se quierán.

Así, el HomoTelecom tiene hoy una capacidad multiplicada en cuanto a apropiación de contenidos futboleros, pero inevitablemente y como en las demás dimensiones de nuestras actividades sociales, académicas y económicas, nuestra brecha digital es equivalente a la brecha futbolera. ●

* Gonzalo Rojón, Ernesto Piedras y José Carlos Méndez
homotelecom@tbe-ciu.net / Twitter: @tbeciu



MÚSICA



Cortesía

En Concierto

La mítica lucha entre Jedis y Siths entra a un nuevo capítulo y México será su campo de batalla. Aunque, ahora, dejarán a un lado los sables de luz y combatirán a través de la música.

Una vez más el emporio construido por George Lucas alrededor de Star Wars llevará a un nuevo plano la eterna lucha del bien y del mal, pues con *Star Wars In Concert*, esta historia llevará a los seguidores de la trama a una experiencia multimedia digna de la saga galáctica.

Amás de 30 años de su primera entrega, la historia de los Skywalker sigue sorprendiendo y deleitando al mundo, pues con esta apuesta musical no sólo consigue consagrarse como la saga de ficción más importante de todos los tiempos, sino también marcar nuevas tendencias.

Así, el Imperio llegará a la Ciudad de México con un espectáculo multimedia impresionante y tras realizar una gira internacional por más de 45 ciudades de EU, Irlanda, Escocia, Francia, España, Portugal, Italia, Alemania e Inglaterra, entre otros países, con la misión de brindar a los fans una experiencia fuera de este mundo.

El guía de esta aventura es Anthony Daniels, el actor que ha dado vida al robot de protocolo C3-PO a lo largo de las seis entregas cinematográficas, quien fungirá como narrador en vivo del espectáculo que conjunta emociones, música y arte visual.

Con el talento musical de John Williams y Dirk Brossé, quien dirige a la orquesta sinfónica en vivo integrada por 36 músicos y 60 cantantes mexicanos, esta apuesta musical llevará a comprender el origen de la saga, incluso para quienes desconocen la trama o jamás han visto un filme.

A la par del concierto, se podrá disfrutar una exhibición exclusiva del vestuario, artefactos de utilería, arte de producción y videos de detrás de cámaras de los archivos de Lucasfilm. Mucho de este material han salido del rancho Skywalker por primera vez.

El evento esta protagonizado por la música clásica, con temas clásicos como "Imperial march", "Duel of the fates", "Across the stars" y "Battle of the heroes"; y una súper pantalla LED de tres pisos de alto en alta definición, una de las más grandes jamás utilizadas en una gira, que reproducirá 14 cortes significativos de la toda la saga, a la par, la narración de Daniels, completamente en inglés pero subtitulada en enormes pantallas, completa el cuadro de esta experiencia única, que sólo permanecerá un par de días en el coloso de Reforma.

Así, el talento musical de John Williams, probado en las bandas sonoras de *Tiburón*, *Indiana Jones*, *Superman*, *E.T.*, entre otras, y los cinco premios Oscar que hasta la fecha ostenta, da una forma armoniosa a la parte musical y encaja perfectamente con la fastuosidad del montaje para conseguir una suerte de sinfonía visual a la altura de los filmes de George Lucas.

Si bien la industria que se conformó a raíz de la saga se entendió a libros, cómics, videojuegos, juegos de rol y de mesa, series animadas y una segunda trilogía que inició en 1999 y concluyó en 2005, ésta es la pri-

mera vez que se apuesta por un evento de estas características y en el que sea la música quien dirija la trama de la historia.

Si bien el mundo quedó maravillado, y marcado de por vida, por *Star Wars: A new hope* (1977), *The Empire strikes back* (1980) y *Return of the Jedi* (1983), desde la llegada de *The phantom menace* (1999), *Attack of the clones* (2002) y *Revenge of the Sith* (2005), la segunda trilogía que a su vez constituían una gran precuela de las películas iniciales, el mundo de Star Wars no registraba un material que desencadenará el furor y las ansias de los millones de fanáticos alrededor del mundo.

Como sea, *Star Wars In Concert* es uno de esos espectáculos irrepetibles que ofrecen nuevas experiencias y que no debe perderse. ●

POR Erick Zúñiga

Auditorio Nacional
Paseo de la Reforma #50,
Chapultepec

Fechas:
Sábado 12, a las 17 y 21 horas.
Domingo 13, a las 16
y 20 hrs.

Admisión:
Desde 300 hasta 1,500 pesos



RECOMENDACIONES

LIBROS

2012: LA SUCESIÓN. DE LAS ESCENOGRAFÍAS CRIMINALES A LAS ALIANZAS TURBIAS
RAFAEL LORET DE MOLA / Océano



La profundización de la política y la realidad mexicana no es tarea sencilla, mucho menos si se trata de entender el devenir actual y, hasta cierto punto, ver el futuro inmediato, pero para Rafael Loret de Mola esto parece natural y no sólo lo logra, sino que también pone sobre la mesa una serie de interrogantes acerca de las elecciones presidenciales de 2012. Con extractos de conversaciones con figuras relevantes de la política nacional, consigue armar un rompecabezas que intenta predecir lo que depara a la sociedad ese evento en particular.

Precio: 195 pesos / www.gandhi.com.mx

EVENTO

ESTADO DE SECRETO

La visión y el talento de Rodolfo Usigli se conjuntan en esta puesta, dirigida por Mauricio Jiménez, para ofrecer no solo una comedia y humor ácido, sino también para realizar un fiel retrato de los presidentes y la política mexicana... a 75 años de haber escrito esta obra. Además de ver porque Usigli es el padre de la dramaturgia contemporánea mexicana, pasará un rato de mucho humor con esta comedia impolítica.



Teatro Julio Castillo (atrás de Auditorio Nac.)
Jue. y vie., 20 hrs. Sáb., 19 hrs.
Dom., 18 hrs. Hasta el 18 de junio
Admisión: Jue., 30 pesos. Vie. a dom., 150

OCIO Y NEGOCIO

Luis Ramón Carazo

CAPOTE MÁGICO

Armonía, belleza, lance, inspiración, gracia... agréguele reto, celo por ser el mejor en el ruedo y así será capaz de comprender lo que sucedió con el percal el miércoles 3 de junio de 2010 en la Corrida de Beneficencia en la plaza de Las Ventas del Espíritu Santo en Madrid.

Morante, Daniel Luque y Cayetano Ordoñez dejaron impregnado el aire de un recuerdo perene. Todo inició en el primertoro de Daniel, quien realizó un quite por chicuelinas que provocó entusiasmo tras el primer puyazo. Morante dibujó dos verónicas y una media belmontina, en ese instante, Luque se pica y torea a la verónica con primor para que Morante responda por chicuelitas. Por último, Daniel le responde con el mismo lance. Cuando el de Núñez de Cuvillo desahogaba el esfuerzo que le provocaron los andaluces, los dos en el tercio, se apretaron las manos para sellar un instante inolvidable.

En el cuarto Morante realiza un quite por delantales y cierra una media portentosa, Cayetano Ordoñez jala aire, extendiendo el capote y responde con el quite de ronda inspirado en su abuelo Antonio, una larga afa-rolada y luego gaoneras, untándose de toro, la tarde por el capote será inolvidable.

El 5 de junio en Madrid buen encierro de *El Cortijillo*, propiedad de los hermanos Lozano, Juan Bautista salió a hombros, Arturo Macías bien, a secas, sin lograr redondear al primer noble astado que le tocó en suerte.

En la inauguración de las novilladas en la México el 6 de junio, con mocionados Lupita López y Michel Lagravere, Paulo Campero con más voluntad que conocimiento, lidió cinco novillos. ●

DISCOS

PUTUMAYO PRESENTS: SOUTH AFRICA
Varios



Porque no todo en Sudáfrica es fútbol, Putumayo lanza este disco que muestra la diversidad musical de este país, donde se da entrada a varios estilos musicales como el *mbaqanga*, *kwelwa* y *township jive*, entre otros. Aprovechando la vitrina que hoy tiene la nación sudafricana por el Mundial, este CD fusiona lo tradicional y lo contemporáneo al incluir a leyendas como la fallecida Miriam Makeba, con "Orlando", y al emergente Bholoja, con "Mbombela". "Ujaheni", de Soul Brothers; "Tiki Tiki", de Phinda; y "Vulamasango", de Kaya, le dejarán una agradable sensación. El disco está repleto de talento.

PRECIO 140 pesos
www.sanborns.com.mx



ACTITUD CALLE
Los de Abajo



¿Alguna vez ha sentido la necesidad de moverse, no digamos bailar, simplemente estar en movimiento? Pues con este disco lo experimentará, ya que resulta una combinación explosiva de música del norte, la timba, de los Balcanes, reggae, cumbia ray y hip hop, ofreciendo una experiencia musical potente y bailable. Así, la banda muestra porque ha colaborado con grandes leyendas como The Cure, Roger Waters, Madness y Daft Punk, así como con otras bandas de la talla de la Maldita Vecindad y Bersuit Vergarabat. El disco está compuesto por 14 temas, entre los que se encuentran "Fiesta", "Actitud calle", "Amor que mata", "La Patriota" y "To much power".

PRECIO 122 pesos
www.mixup.com.mx



LO QUE NO SE PUEDE PERDER

EXPOSICIÓN OBRA DEL PINTOR COLOMBIANO FELIPE SALDARRIAGA

Como parte de la invitación a diferentes países latinoamericanos para acercar su cultura, gastronomía y artesanías a México, la obra de este artista originario de Medellín, Colombia, pero radicado en el mexiquense Valle de Bravo, será exhibida en Coyoacán. Ahí se podrán sus óleos, tintas, grabados y esculturas, en los cuales Saldarriaga vuelve una y otra vez, de manera casi obsesiva, a los paisajes, objetos, personajes y escenarios que lo acompañaron en su infancia antioqueña.

Casa del Artesano
Centenario 16, Coyoacán
Hasta el jueves 24 de junio



MÉXICO A TRAVÉS DE SUS CAUSAS

Esta muestra de fotografías, grabados, dibujos, pinturas, documentos y otros objetos, provenientes de la colección de Carlos Monsiváis y seleccionadas por el caricaturista Rafael Barajas, *El Fisgón*, para presentar las diferentes causas que motivaron cambios sociales en nuestro país es una de las mejores actividades conmemoratorias del centenario de la Revolución y el bicentenario de la Independencia.



Museo del Estanquillo
Isabel La Católica 26, esq. con Madero
Miércoles a lunes, de 10 a 18 hrs. Martes, cerrado.
Entrada gratuita

BRIGADA A - LOS MAGNÍFICOS

Este filme de Joe Carnahan, protagonizado por Liam Neeson, Bradley Cooper y Jessica Biel, tiene ante sí un gran reto: estar a la altura de la popular serie de los 80. Si bien en el filme deberán probar su inocencia en un crimen que no cometieron, en la taquilla deberán demostrar que el *A-Team* sigue en pie de lucha.

Estreno: 11 de junio / Consultar cartelera

ES DINERO

El Semanario

DE NEGOCIOS & ECONOMÍA

"Entender, para decidir"