

CÉSAR CASTRUITA



La molestia de los empresarios mexicanos se debe a que se pretende que acepten las condiciones particulares de operación que Nissan Mexicana decida para cada uno de ellos, al tiempo que se les haría renunciar a todos sus derechos de demandar por cualquier causa a la armadora.

LOS PASOS DE LOS PESOS

Sufren tsunami distribuidores de Nissan

Los distribuidores mexicanos de la marca automotriz nipona Nissan están desconcertados por las constantes intenciones leoninas de la trasnacional.

En el marco de la reciente visita del presidente mundial de Nissan, Carlos Ghosn, trascendió que Nissan Mexicana, encabezada por el español José Muñoz, convocó a su red de distribuidores para darles a conocer los planes de expansión de la empresa en México.

Se comenta que los distribuidores fueron llamados, uno a uno, para que firmaran cartas de confidencialidad sobre los acuerdos que se tomen con cada uno de ellos.

La molestia de los empresarios mexicanos se debe a que se pretende que acepten las condiciones particulares de operación que Nissan Mexicana decida para cada uno de ellos, al tiempo que se les haría renunciar a todos sus derechos de demandar por cualquier causa a la armadora.

Muñoz pretende obtener de los distribuidores la potestad de desaparecerlos, fusionarlos, establecer márgenes castigados o manejarlos a voluntad a riesgo de quebrantar sus patrimonios y atentar contra la creación de empleos.

Ante un mercado estancado y una clara vocación manufacturera de exportación marcada para México por Nissan Norte América (NNA), Muñoz pretende aplicar a

los distribuidores mexicanos la misma estrategia que pusiera en práctica en España, su país de origen, donde se dio a la tarea de desaparecer, de un día para otro, a la mitad de la Red Nissan.

A decir de algunos de los afectados, Muñoz es asistido en esa tarea por su vicepresidente de ventas, Tomás Scarpello, ex funcionario de la armadora Ford, famoso por desaparecer a varios distribuidores de la marca estadounidense.

INFLUYENTE. La revista *Líderes Mexicanos* incluyó en su más reciente clasificación de "Los 300 líderes más influyentes de México" a Alejandro Puente, presidente de la Cámara Nacional de la Industria de las Telecomunicaciones por Cable (Canitec), quien además es propietario de Efekto TV, único canal independiente con presencia en la mayor parte de México, que logró su internacionalización en el presente año al alcanzar presencia en 370 ciudades de Estados Unidos y 12 países de América Latina.

Puente también dirige las vicepresidencias de los grupos de trabajo de la Comisión Interamericana de Telecomunicaciones y del Foro Mundial de Política de Telecomunicaciones de la Unión Internacional de Telecomunicaciones.

IMPULSO. Esta semana se presentó la Marca Chiapas, con la

cual el gobierno y sector privado de la entidad buscan impulsar el desarrollo económico y social del estado.

La Marca Chiapas representa un impacto social para la inversión, la creación de empleos y el desarrollo sustentable y apoya e impulsa a las Pymes chiapanecas al dar competitividad a los productos que cumplen con todas las normas y estándares de calidad para su proyección a nivel nacional e internacional, explicaron Claudia Trujillo Rincón, secretaria de Economía del estado y Rómulo Farrera Escudero, presidente del Consejo Regulador de la Marca Chiapas.

Chiapas se ha colocado como el destino turístico y de inversión más propicio para los negocios y el desarrollo económico. Se ubica en el primer lugar a nivel mundial de la producción orgánica de café y miel; primer lugar en producción nacional del plátano y cuarto en maíz. Es tercer productor de **gas natura** y cuarto de **piróled**.

GANADORES. Además de la selección de España, también hubo ganadores entre los patrocinadores de la Copa Mundial FIFA Sudáfrica 2010. La marca de ropa deportiva Nike, que a nivel internacional encabeza Philip Knight, sacó sus cuentas y resulta que su campaña "Jogo Bonito", centra



Fecha 24.07.2010	Sección Nacional	Página 10
----------------------------	----------------------------	---------------------

da en la selección de Brasil, generó una derrama económica de mil millones de dólares.

Sin embargo, la Asamblea Legislativa del Distrito Federal (ALDF) pretende eliminar este tipo de industria con su Ley de Desarrollo Urbano y Ley de Publicidad Exterior, en la que se persigue y sanciona a los publicistas y a los intermediarios que utilizan la publicidad de muros.

El impacto en el sector sería la pérdida de más de 10 mil empleos directos y 20 mil indirectos, entre creativos, serigrafistas, rotulistas, mercadólogos, impresores, fotógrafos, ebanistas, soldadores, pintores, instaladores, proveedores de la materia prima, quienes suman más de 100 mil familias.

Esta industria que florece en los países más desarrollados, será condenada en la capital mexicana con penas de hasta seis años de prisión si no forma parte del Programa de Reordenamiento de Anuncios.

Sin embargo, la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda ha informado que el plazo para inscribirse en ese programa se acabó.

EXPECTATIVAS. Gran expectativa ha causado en Sinaloa la edición 2010 del análisis "La Competitividad de los Estados Mexicanos" que prepara el Instituto Mexicano de la Competitividad (IMCO) presidido por Valentín Díez Morodo. Los resultados que han generado los 13 grandes proyectos de infraestructura impulsados por el actual gobernador Jesús Aguilar Padilla ya están dando frutos como lo demuestran los cuatro Premios Nacionales de Exportación obtenidos.

Con ello se espera que el IMCO coloque a Sinaloa dentro de las 15 economías más poderosas de México, con la expectativa de que, si se realizan las medidas adecuadas en materia de desarrollo de infraestructura, para el 2011 se ubique dentro de la primera decena. El camino a seguir es a través de iniciativas como el Consejo de Desarrollo Económico de Sinaloa; en el que participan conjuntamente el gobierno y el sector privado, empresarios como Enrique Coppel, de Grupo Coppel, o Gerardo de Nicolás Gutiérrez, de Homex.

CONFLICTO. Informaciones recientes de la prensa hondureña señalan que la cuenta regresiva para solucionar, de una vez por todas, el conflicto entre ambientalistas en defensa de Omoa y la empresa mexicana Gas del Caribe, propiedad de los empresarios mexicanos Tomás y Enrique Zaragoza comenzó el pasado 12 de julio con la instalación del Comité Técnico que

elaborará un dictamen que servirá de base a la Secretaría de Recursos Naturales (Serna) para renovar o no la licencia ambiental.

Se han dictado resoluciones y más resoluciones por parte de diferentes instancias del gobierno, pero lo cierto es que las presiones y lisonjas que la empresa de los mexicanos Tomás y Enrique Zaragoza llevan a cabo, han impedido que se cumpla con la ley. Para los hondureños de Omoa esta empresa transnacional mexicana ha sido ya condenada por cohecho.

El ministro de la Secretaría de Recursos Naturales, Rigoberto Cuéllar conoce bien la historia de este problema pero se ha prestado a componendas y a dar largas a la solución y acatamiento de diversos ordenamientos para que Gas del Caribe salga de Omoa.

En noviembre de 2006 el Congreso Nacional de Honduras por unanimidad de sus cinco bancadas dictaminó que "la terminal de Gas del Caribe debe reubicarse o reubicarse". La PGR de ese país determinó en su informe 2006-2007 que "dadas las condiciones, es absolutamente improcedente que la Serna apruebe y renueve licencias ambientales a Gas del Caribe".

No han bastado seis años, cuatro ministros de tres diferentes gobiernos y docenas de deliberaciones, informes y dictámenes, de denuncias ambientales y de requerimientos fiscales para que la empresa Gas del Caribe deje de contaminar las playas y alrededores de la población de Omoa.

Por todo lo anterior, las fuerzas vivas de Omoa rechazan la idea del ministro Cuéllar sobre la creación de un Comité Técnico para resolver el problema.

cesar_castronita@yahoo.com.mx

Chiapas se ha colocado como el destino turístico y de inversión más propicio para los negocios y el desarrollo económico. Se ubica en el primer lugar a nivel mundial de la producción orgánica de café y miel; primer lugar en producción nacional del plátano y cuarto en maíz.

Fecha 24.07.2010	Sección Nacional	Página 10
----------------------------	----------------------------	---------------------



Nissan Mexicana, encabezada por el español José Muñoz, convocó a su red de distribuidores para darles a conocer los planes de expansión de la empresa en México.