

CAPITANES

LAS CARTAS DE 'EL DIABLO'

El divorcio con Interbrew en 2004 generó en FEMSA el síndrome de las parejas que no quieren oír hablar de bodas. Como en un mal matrimonio, la mexicana llevó a la compañía belga a los tribunales estadounidenses en dos ocasiones acusándola de maltrato porque no promovía la venta de sus marcas.

Por eso, cuando se le cuestionaba a **José Antonio Fernández**, capitán de FEMSA, sobre la posibilidad de una fusión o venta de la división cerveza, respondía como novio herido: "Con Labatt (Interbrew) le pensamos mucho y nos equivocamos".

Pero la confirmación de que "El Diablo" Fernández le está mostrando sus cartas a "diversas empresas" hace público algo que el mundo cervecero sabe de sobra: la regia es la novia a la que todos le andan coqueteando.

Tanto los chicos de Heineken como los de SabMiller desde el año pasado se han acercado con su caja de bombones y flores bajo el brazo con la esperanza de por lo menos iniciar un noviazgo.

En estos coqueteos, Heineken lleva la ventaja, ya que ha probado su fidelidad convirtiendo las marcas de FEMSA en las únicas que registran crecimiento en mercado estadounidense.

Además, la alianza entre ambas empresas se extiende a Brasil, donde FEMSA fabrica las marcas de Heineken y las distribuye como propias.



Alejandro Rivero...

Al director de Genworth Financial acaban de reducirle el negocio. La holding de esta multinacional vendió Genworth Seguros a HDI-Gerling International, que llegará con la marca HDI Seguros al País. Rivero se queda aún con los negocios de Protección de crédito a la vivienda y Seguro de estilo de vida.



MI MAÍZ

Pasó una década para que legisladores y el Gobierno en general aprobaran los experimentos para sembrar maíz genéticamente modificado.

Ahora, **Juan Rafael Elvira Quesada**, jefe en la Semarnat, sale con que quiere que revisen el asunto de nuevo.

Usted puede o no estar de acuerdo con la producción de esta polémica materia prima, lo que no es tolerable es que un Gobierno diga hoy sí, mañana quién sabe.

Imagine que en la luna de miel, el novio o la novia deciden que tienen que platicar con sus papás para ver si disuelven o continúan con el matrimonio.

Pues ayer Elvira, inspirado en la presentación de un libro denominado Origen y Diversificación del Maíz, se lanzó a pedir que el Congreso revise de nuevo la legislación respectiva.

Lo anterior sucede justo cuando los inversionistas del sector esperan (para este mes) los primeros permisos para experimentar en la materia.

El libro en cuestión, que por cierto fue en parte patrocinado por la Semarnat, tiene entre sus autores a **José Antonio Serratos**, un asesor de Greenpeace, crítico reconocido de los frutos y semillas genéticamente modificados.

Aquí seguimos en pleitos de lo que ya estaba resuelto. Mientras, Brasil y Argentina enriquecen campesinos desde la década pasada, con la siembra y cosecha de transgénicos.

DISECCIÓN PETROLERA

Suena fuerte la gran idea de la Comisión Nacional de Hidrocarburos, que encabeza **Juan Carlos Zepeda**.

Este grupo que salió de la reformita petrolera quiere reestructurar operativamente a Pemex Exploración y Producción, que hoy encabeza **Carlos Morales**.

Los cambios derivan de la nueva realidad que enfrenta esta subsidiaria de Pemex, con la declinación de Cantarell, luego de explotar durante 30 años el súper yacimiento agonizante.

En una reciente reunión con proveedores, de plano soltaron el plan para dividir a la subsidiaria en dos unidades de negocio.

Uno, el de Exploración, debido al gran potencial que hay principalmente en el Golfo de México, en donde 80 por ciento permanece inexplorado.

Dos, el de Producción, con subclasificaciones que pueden variar en función del tamaño de los activos o los retos tecnológicos que impliquen, sea que estén en el mar o en tierra seca.

El principal argumento es que urge impulsar la actividad exploratoria.

Recuerde que mientras México se dedicó a administrar la riqueza petrolera de Cantarell, se olvidó de la exploración en el Golfo de México.

Como consecuencia, hoy, del lado estadounidense hay 220 mil pozos exploratorios; en México, apenas mil 500.

BICENTENARIO

¿Usted qué dijo? ¿Que sólo los relojeros franceses de Audemars Piget aprovecharían el gran negocio del Bicentenario de la lucha de Independencia?

Pues no, la empresa conducida por **Philippe Merck** hasta ahora sólo es la que más ruido hizo.

Ahora vaya haciendo su lista de las compañías que se subieron a este tren que promete buenas ventas.

Anote a la distribuidora de licores Diageo; a la cadena capitalina de restaurantes Potzollcalli y a la Casa de Subastas Louis C. Morton.

Diageo, por ejemplo, comercializará 50 mil ejemplares de su whisky Buchanan's, con un empaque conmemorativo elaborado por el artista **Emilio Chape-la** con el tema en cuestión.

La Casa de Subastas Louis C. Morton usa el motivo para promover el negocio.

Recientemente logró vender un reloj de bolsillo que perteneció a **Agustín de Iturbide**, en 270 mil 250 pesos y, de paso, fotos autografiadas de **Francisco I. Madero**, protagonista de la Revolución de 1910.

Potzollcalli también lanzó su platillo Bicentenario México 2010 conformado por un platón de tostadas y jarras de limonada.

¿No habría valido la pena que para no andar gastando el erario en costosas fiestas, el Gobierno hubiera vendido a patrocinadores un logotipo conmemorativo? Es sólo una idea.

capitanes@reforma.com

GANANCIAS DEL