



Revienta FEMSA diálogo con Salud y SEP

■ Montaron en cólera cuando se dio a entender que “la consigna” que tenía el gobierno era sacar a los refrescos de las escuelas.

FEMSA reventó el martes pasado una de las mesas de diálogo para avanzar en las características que deben tener los alimentos que se expedirán en las cooperativas escolares a partir del próximo ciclo que arranca a finales de agosto.

La reunión fue convocada por la Comisión de Salud, que preside **Éctor Jaime Ramírez**, y asistieron representantes de las secretarías de Salud, Educación y de la Comisión Federal de Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris).

Tras casi dos horas de presentaciones una imprudencia del asesor de la Cofepris, **Otillo Vega**, dio al traste con el encuentro porque los pupilos de **José Antonio Fernández Carvajal**, se molestaron y abandonaron la sesión.

Las huestes de FEMSA, el principal embotellador de Coca-Cola, montaron en cólera cuando el representante de **Miguel Ángel Toscano** dio a entender que “la consigna” que tenía el gobierno era sacar a los refrescos de las escuelas.

El ex senador **Genaro Borrego** era uno de los envia-

dos de los regiomontanos que estuvo ahí y que se retiraron, pues se argumentó que si “la consigna” era sacarlos de las cooperativas no tenía caso participar en reuniones de ese tipo.

Los de FEMSA fueron secundados por los de Pepsi Bottling Group, que dirige **Brent Franks**; Cadbury, que capitanea **Erik Selersen**; Nestlé, que encabeza **Juan Carlos Marroquín**; Danone que maneja **Didier Lamblin**; Sabritas de **Pedro Padlema** y Ajegroup de **Carlos Añños**.

Infructuosos fueron los intentos del diputado **Barba** por retenerlos, al igual que la incompetencia de las autoridades para llevar el tema, básicamente los emisarios de **José Ángel Córdova** y **Alonso Lujambio**. No se diga los de la Cofepris.

Las compañías habían realizado una pormenorizada presentación, misma que no es nada diferente a todas las que han tenido que llevar a cabo en las recientes semanas para defender su postura.

En ellas se argumenta que la obesidad no es atribuible a sus productos sino a un estilo de vida más lúdico, dispen-

dioso y confortable que vuelve a los niños más sedentarios y poco practicantes de los deportes por causas ajenas a las empresas.

Mencionaban con todo y estadísticas los casos de la inseguridad, las crecientes familias disfuncionales y el nuevo rol de la madre trabajadora para contribuir en la economía del hogar que vuelven al niño más sedentario.

Las empresas estaban en eso y en reiterar el compromiso y disposición de contribuir para atacar el fenómeno de la obesidad infantil, cuando el representante de la Cofepris les dijo que quizás tenían razón, pero que “la consigna” era sacar a los refrescos.

Obviamente el señalamiento cayó como bomba en FEMSA y en otros embotelladores de Coca-Cola, que preside **Brian Smith**, presentes. Eran los casos de Continental de **Cynthia Grossman** y Arca que comanda **Francisco Garza**.

Sin embargo no hay que perder de vista que la relación entre la Cofepris y FEMSA es muy mala por las restricciones que la primera le impuso a la segunda en el manejo de



Continúa en siguiente hoja

Fecha 05.07.2010	Sección Dinero	Página 3
----------------------------	--------------------------	--------------------

las campañas publicitarias de sus cervezas.

Estos desaguisados reflejan la complicada ruta que se tendrá que transitar para llegar a un arreglo, el cual se ve difícil porque ciertamente parece que el gobierno de **Felipe Calderón** la idea de retirar los refrescos de las escuelas es innegociable.

Ya se verá.

CPTM: el caos

La semana pasada empezó a circular un *mail* en el medio turístico que da cuenta de las anomalías y el desaseo con el que se viene manejando el Consejo de Promoción Turística de México, que preside la secretaria de Turismo, **Gloria Guevara**, y que tiene de número dos al ex director de Hyatt, **Rodolfo López Negrete**. En este espacio hemos seguido con detenimiento lo que ha pasado en los últimos meses alrededor de este organismo, que desde su creación en 1999 simplemente no ha terminado de cuajar. Le platicábamos apenas de la próxima salida de **Carlos Behnsen** de una de las direcciones ejecutivas más importantes. Ya se menciona como su relevo a **Hannan Zanzuri**, un israelí que es crítica-

do por el gusto de la buena vida y de renegar lo mexicano. Tendrá la delicada labor de promover al país. El *mail* es una denuncia de empleados del propio consejo que están hartos de la política del amiguismo para quitar personal de servicio civil de carrera y ubicar y escalar a recomendadas, como el caso de **Ángela Ruiz**, promovida por **Mi-**

guel Ángel Yunes, el candidato panista perdedor de la gubernatura de Veracruz. Lo dicho: **Guevara** llegó a Turismo a resolver asuntos de cosmética, no la problemática del sector.

Pemex asediada

Nada, que el director de **Pemex** Refinación detuvo la designación de **Jorge Alberto Aguilar** como nuevo subdirector de Proyectos. **Miguel Tame** la echó abajo argumentando que este funcionario no cumplía el perfil técnico, pues su fuerte es lo administrativo. Quedó como encargado del despacho **Enrique Delgado**, quien goza de buen reconocimiento, sobre todo porque fue pieza clave en la terminación de la reconfiguración de la refinería de Madero. **Tame**

incluso ya envió al consejo de administración de **Pemex** Refinación la propuesta para que **Delgado** sea ratificado. Sobre el futuro de **Francisco Gabriel Toscano**, cuya nominación a ese puesto fue vetada por la misma Función Pública que lleva **Salvador Vega Casillas**, es un hecho que será jubilado, pésele a quien le pese.

Boehringer releva

La semana pasada hubo relevo en **Boehringer Ingelheim**. No fue un cambio que pasara inadvertido, pues se trató del arribo del primer mexicano a la posición máxima de esa farmacéutica en sus 39 años de operar como tal aquí. Se trata de **Miguel Salazar**, quien tras 17 años de laborar en la corporación regresa al país. Sustituyó a **Thorsten Pöhl**, quien vuelve a Europa a ocupar otras posiciones. El nombramiento coincide con la celebración de 125 años que **Albert Bohringer** fundó esa firma que hoy todavía se maneja como una empresa privada. El año pasado la filial mexicana reportó ventas por 4 mil 925 millones de pesos.

Argumentan que la obesidad no es atribuible a productos sino al estilo de vida.