

Fecha 31.08.2010	Sección Opinión	Página 47
----------------------------	---------------------------	---------------------



BUNKER. Y salió corriendo por la puerta trasera el director de la paraestatal **Petróleos Mexicanos**, Juan José Suárez Coppel. Y a paso veloz resguardado por sus guaruras se fue, se fue y se fue. La verdad es que sigue dando largas a la salida de los nuevos esquemas contractuales para la exploración y explotación de hidrocarburos que tenían que haber salido en junio pasado y que ahora se dice que verán la luz en octubre próximo. El funcionario ya trae a los inversionistas como el burro tras la zanahoria.

BIRDIE. Bajo la consigna de que hasta el último peso de sus clientes vale, desde hace algún tiempo **Bodega Aurrerá** y su Mamá Lucha comenzaron a vender por pieza artículos que previamente las tiendas de autoservicio solían vender sólo en paquete, como cereales o papel higiénico. Pues resulta que viendo lo atractivo que resultaba el negocio, **Comercial Mexicana** no quiso quedarse atrás y en estos días ha estado entrándole fuerte a la venta por pieza en segmentos como los pañales y las toallas femeninas. Estamos, no cabe duda, ante otro capítulo más de la guerra de los súper.

ACE. Ahora resulta que cualquiera es bueno. Y es

que el **Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria** informó que permitirá nuevamente la importación a México de pollos, pavos y huevos fertilizados para incubación originarios de Canadá. La medida se da luego de un reciente brote de salmonelosis en Estados Unidos, causado por un lote de huevos contaminados. El riesgo para México es bajo, dado que importa cantidades muy pequeñas de ese producto.

ROUGH. “Cría cuervos y te sacarán los ojos”, dicen muchas empresas de publicidad exterior que en su momento apoyaron al entonces candidato a delegado por Miguel Hidalgo, Demetrio Sodi. Y es que en el 2009, prestaron más de 150 espacios para que Sodi colocara su propaganda. Lo malo es que ya instalado en el cargo e incluso antes de la publicación de la Ley

de Publicidad Exterior, el delegado se dedicó a eliminar y desarmar alrededor de 300 espacios publicitarios en Polanco, Periférico, Lomas de Chapultepec y Anzures. Pero el asunto no queda allí, y es que la delegación Miguel Hidalgo ya tiene un padrón para eliminar al menos 1,236 anuncios “ilegales” en sus calles; lo que el **Gobierno del Distrito Federal** de Marcelo Ebrard no verá con muy buenos ojos, y que ha instruido a la **Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda** a entablar pláticas con el sector para ordenar y disminuir los anuncios.

green@eleconomista.com.mx

