

CAPITANES®

PÁSELE A LO DIRECTO

Una vez más confirmamos que las crisis dan vida a la venta directa. Desde hace un par de meses, Amway, que en México lleva **Jesús Álvarez**, hizo ruido con el cambio de cara de esta empresa que tradicionalmente vendió productos sólo de persona a persona.

Instaló cuatro "Centros de Experiencia" que, para ser francos, son muy parecidos a una tienda. Vamos, usted llega a un estante, toma el producto y paga en caja.

Están en Monterrey, Distrito Federal, Guadalajara y Tijuana.

Amway busca aprovecharse de que México ocupa el sexto lugar en el mundo de las ventas directas, para construir más tiendas, todo, a partir del comportamiento de las que ya están funcionando.

El año pasado, la empresa obtuvo 30 millones de dólares de ingresos en el País.

La inversión para su propósito de aumentar su presencia en México será de 60 millones de dólares entre este año y el próximo. Quiere aumentar la participación de México en la holding global, que es de apenas uno por ciento.

RELEVO EN CONMÉXICO

Seguramente usted recuerda un comercial muy transmitido en la televisión actualmente.

Se trata del coyote al que, en su eterno intento de cazar al correccaminos, le fallan todos los productos "marca ACME" que utiliza.

Bueno, pues el grupo de empresas que lo patrocina se agrupa en el poderoso Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo (ConMéxico), que viene a cuento porque cambia de capitán.

A partir de esta semana, **Mario Páez**, director de planeación y finanzas de Alfa, entrega la presidencia a **Javier González Franco**, director general de Bimbo en México.

Nada más para que las calibre. Se trata de 46 empresas de diversos bienes de consumo que tienen cerca de 200 plantas en el País, dan empleo a 450 mil personas y generan el 5 por ciento del PIB.

Por cierto, para que no se confunda, **Jaime Zabludovsky** continúa como presidente ejecutivo de este Consejo.

CAJAS SIN REGLA

Seguramente usted está al tanto de la existencia de las cajas de ahorro. **Ramón Imperial** es el líder de

esas redes de oficinas que regularmente tienen una pequeña infraestructura, mediante la cual invitan a ahorrar y recibir crédito, más o menos como los bancos.

El único problema es que, si bien no son ilegales, en su mayoría no están reguladas.

A últimas fechas, cuentan que Imperial está más feliz que otros días, precisamente porque quienes pretendían una regularización del sector han declinado en su intento, al menos temporalmente.

Este presidente del Consejo Mexicano de Ahorro y Crédito Popular (Comacrep) y conductor de Caja Popular Mexicana, incluso prepara una cena para mañana con la que pretende limar asperezas.

Están invitados **Guillermo Babatz**, presidente de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, y **Jorge Ocejo**, de la Comisión de Fomento del Senado... quienes justamente estaban entre los que hasta hace poco defendían la regulación del sector.

Así como están las cosas en la economía y sobre todo entre los grupos de menores recursos, el riesgo es que en cualquier momento brinque otro caso en el que montones de ahorradores golpearán las puertas de una caja de ahorro para que alguien les devuelva al menos parte de su patrimonio.

Así que a ver si algo sale, además de la buena cena.

LOS ESTRENAN

No tienen ni un mes en el Consejo de Administración de Pemex, pero en el Congreso ya van a pedirles cuentas.

Los nuevos integrantes independientes de ese grupo, máxima autoridad de la empresa, comparecerán en el Senado, debido a un punto de acuerdo entre legisladores de ambas cámaras que está en proceso.

Quieren que este póquer: **Rogelio Gasca Neri**, **José Fortunato Álvarez**, **Fluvio Ruiz** y **Héctor Moreira**, los pongan al día sobre el avance de la reforma petrolera.

Falta que ellos ya se hayan puesto al día. La cita, por si quiere caerles, es el martes.

En el primer acto explicarán en qué va el proceso de implementación de la reforma y los contratos sujetos a sospecha que ha adjudicado recientemente Pemex.

En el segundo, los legisladores quieren detalles acerca de las adjudicaciones directas del tipo de las otorgadas a SAP México en el área corporativa de **Raúl Livas**.

Los legisladores ya han ofrecido que no van a dejar que los consejeros se salgan por la tangente.

CIGARROS, NO

¿Por qué es tan difícil vender ciga-



rros en el País?

No es precisamente un producto que beneficie a la salud, pero se trata al fin y al cabo de un producto legal.

Le preguntamos porque hay una marca de nombre Rojo's, que quizás aún no tiene un verdadero impacto nacional precisamente por todas las trabas que **Marvin Feldman**, propietario de la marca, ha encontrado en el camino.

Ponga atención, por ejemplo, en los exhibidores de cigarrros que están detrás de cajas de un 7-Eleven.

Notará que ahí sólo figuran las marcas de Philip Morris y de British American Tobacco.

Para entrar a esos exhibidores hay que pagar 60 pesos por cada "hilo" en cada tienda.

Es decir, por cada hilera en la que quiera acomodar su producto. Eso sin contar comisiones que andan en alrededor de un 35 por ciento.

Ahora, ni piense en poner ahí su propio exhibidor. Aparentemente no lo dejarán.

El asunto ya está en la CFC, encargada a **Eduardo Pérez Motta**, y puede sacar chispas en breve.



Federico Terrazas...

El capitán de Grupo Cementos Chihuahua pone otro ladrillo en su barreira anticrisis. Amarró un crédito por 30 millones de dólares con Bancomext a 4 años, lo que le da liquidez y oxígeno a esta compañía en la que Cemex participa con el 49 por ciento de las acciones. Chihuahua mantiene aún poco más de 2 por ciento de participación en el mercado nacional.

capitanes@reforma.com