

CAPITANES

NESTLÉ LE GANA A STARBUCKS

Se dieron duro, pero al final, Nestlé, que lleva **Juan Carlos Marroquín**, le ganó a Café Sirena, más conocida por su nombre comercial: Starbucks.

Resulta que Starbucks, firma que por estos lares defiende **Alberto Torrado**, de Alsea, hizo una demanda al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI).

Pidió declarar la nulidad de la marca registrada Decaf.

Se trata de uno de los términos más reconocibles de la industria, y ¿sabe usted desde cuándo goza Nestlé del registro exclusivo en México? ¡Desde noviembre de 1963!

Dice la gente de Starbucks que la palabra Decaf no es susceptible de apropiación por un solo particular porque describe todo un género, el café sin cafeína.

El IMPI, que comanda **Jorge Amigo**, se negó a declarar la nulidad y vino el litigio, que Starbucks perdió en toda la línea.

El 27 de mayo, el Cuarto Tribunal Colegiado en Materia Administrativa rechazó el amparo de Café Sirena y cerró el caso.

Argumentó que cuando se registró la marca ésta no era descriptiva.

"(En) 1963, no era común que el consumidor promedio adquiriera bebidas libres de cafeína, pues ésta ha tenido auge en épocas actuales, lo que evidencia la legalidad de la marca en comento", afirmó el tribunal.

Ni modo, los de Alsea no recuperaron el sueño.

AMPAROS Y AMPAROS

Cemex estuvo metida de lleno recientemente en el mundo de los amparos.

El primero lo ganó la empresa que dirige **Lorenzo Zambrano** en contra de, apunte bien: un oficio de presunta responsabilidad emitido por la CFC, que comanda **Eduardo Pérez Motta**.

Este era resultado de la investigación del viejísimo caso del Mary Nour, aquel barco que no pudo bajar su cemento importado.

El amparo fue notificado el martes por el juez Tercero de Distrito en materia administrativa en Monterrey, **Ricardo Hiram Barbosa**, y la CFC todavía tiene dos semanas para interponer un recurso de revisión ante un tribunal colegiado, lo que está por verse.

Pero el proceso más interesante sigue caliente, es aquel del 26 de marzo en el que se le declaró probable responsable, junto con otras

grandes cementeras, de prácticas monopólicas "absolutas".

Es un asunto que va mucho más allá del incidente del barco.

Coincidentemente, nos enteramos de que Cemex tramitó otro amparo ante el mismo juzgado, que aún no se resuelve.

Si éste pretende protegerla del caso al que hacemos referencia, entonces sí habrá mucho de qué hablar.

I LOVE MEXICO

Aquí le avisamos que American Express, comandada en México por **Hélio Magalhaes**, arrancó este mes con nuevas campañas para promover sus productos.

La que empezará a operar el lunes es una de esas mezclas de mercadotecnia que sirven para aumentar ventas, pero también tienen un impacto social.

Se llamará "Enamórate de México", y tiene por objetivo promover el gasto de los mexicanos en destinos como Acapulco, Cancún, DF, Los Cabos y Puerto Vallarta.

La firma seleccionará ciertos puntos de venta, como hoteles y restaurantes, en los que sus tarjetahabientes podrán pagar en mensualidades sin intereses y recibir el séxtuple de puntos en su programa de recompensas.

Por cierto que resulta interesante que la empresa de plano haya in-

ventado su propio slogan en lugar de usar el que promovió el Gobierno mexicano.

¿Será que el de ViveMéxico ya está demasiado desacreditado?

TIEMPO DE REPORTES

Si usted tiene algún amigo que trabaje en el área de finanzas de alguna empresa inscrita en la Bolsa, mejor ni lo invite a sus reuniones.

Desde este jueves y hasta el fin del mes empezarán a fluir los re-



portes trimestrales de las empresas bursátiles, lo que es el dolor de cabeza trimestral para los directores financieros y sus equipos... sobre todo en esta ocasión.

Tenga paciencia, si le gustan los dramas, pues los que tradicionalmente reportan primero son los que tienen datos para presumir, o por lo menos para no esconder.

Se espera que hoy den a conocer sus datos Kimberly Clark, de **Claudio X González**; Arca, de **Manuel Barragán**, y Televisa, de **Emilio Azcárraga**.

Analistas esperan que Kimberly muestre un aumento del 11 por ciento en sus utilidades antes de impuestos, el famoso Ebitda.

Para Arca esperan un incremen-

to del 3 por ciento en este rubro. Y algunos piensan que a Televisa no le fue nada mal, pese a que no hubo spots pagados de los partidos en esta temporada.

La adrenalina vendrá al cierre de mes, cuando empresas como Comercial Mexicana y Vitro, podrían detallar cómo les pegó lo más feo de este terrible 2009.

RECIBIMIENTO DE ALTURA

Ya sabemos que **Juan Molinar Horcasitas**, de la SCT, es el blanco de las críticas de los trabajadores de Aviaca, la aerolínea saltarina de los

Morales Mega.

Bueno, pues seguramente más de un diputado ya fue a hablar con los trabajadores de la aerolínea porque el funcionario comparecerá en comisiones de la Cámara de Diputados el martes, en donde le preguntarán por la situación del sector aeronáutico.

Y, desde luego, como no tienen otra cosa que hacer, pues los aviones están en tierra, un buen número de empleados de la aerolínea va a hacerle a Molinar su comité de recepción en San Lázaro.

Veremos si finalmente hay una explicación convincente de por qué pareciera que se mide con un rasero a la aerolínea de Morales Mega y con otro diferente a algunas otras.

capitanes@reforma.com



Juan Barrio...

El presidente de la Asociación Mexicana de Engordadores de Gado Bovino representa a uno de los pocos gremios en expansión. Sus exportaciones anuales de 320 millones de dólares colocan a México, según Proméxico, como el quinto vendedor mundial en este giro. Sukarne y Viba son ejemplos de firmas que no se han conformado con EU y se han lanzado a abrir nuevos mercados.