



SPLIT FINANCIERO

SIN EXCEPCIONES LA NUEVA LEY DE PUBLICIDAD

POR JULIOPILOTZI

juliopilotzi@hotmail.com Twitter: @juliopilotzi



Todos los anunciantes, marcas y propietarios de inmuebles con medios publicitarios en azoteas capitalinas tienen el tiempo contado para alinearse con la Ley de Publicidad Exterior. Tal como se estableció, el 6 de junio culmina el tiempo para que se regularicen, por lo que, en caso contrario, serán acreedores a las multas o castigos penales ya asentados en el nuevo marco normativo. La titular del Ejecutivo local, Claudia Sheinbaum, ha sido clara al precisar que no se realizará ninguna excepción, pues el riesgo es para la población, declaraciones ante las que empresas como Lagunas, RAKSA, Anuncios Técnicos Moctezuma y CYNESA habrán de prestar atención, pues son las menos efectivas en cumplir, pero acumulan unos 250 anuncios.

Las cifras más recientes del equipo de Carlos Ulloa en la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (Seduvi) revelan que, de los mil 200 medios en azoteas, se han retirado 710, con ahorros estimados en 106.5 millones de pesos para las arcas públicas. Así, ante los avances conseguidos, es imposible no traer a la memoria a personajes como José Manuel Sánchez Carranco, quien se mostró en contra del impulso y aplicación de la Ley. El problema es que detrás de la bandera con la que supuestamente buscaba proteger a la economía y la generación de empleos,

el antes aspirante a presidir Canacintra tenía intereses propios, pues para nadie es un secreto que dirige Casa Publicidad y Asociados, S.A. de C.V., dedicada a los anuncios de gran formato.

¿Estrategia sin recurso? Ahora que el Sistema Nacional de Movilidad y Seguridad Vial concluyó los trabajos para integrar la Estrategia Nacional de Movilidad y Seguridad Vial (Enamov), en el sector dedicado al autotransporte persiste como interrogante ¿de dónde saldrán los recursos para su instrumentación? Y es que desde su óptica, hasta el momen-



to no se ha trazado una ruta clara que considere los costos y, por tanto, cuáles serán las fuentes de financiamiento para alcanzar objetivos tan importantes como lo son la infraestructura vial segura y la renovación de flota a nivel nacional. De acuerdo con los tiempos marcados, será el próximo mes cuando el equipo de Román Meyer en la Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano (Sedatu) revele el documento final, por lo que preocupa que haya quedado fuera un tema de este calibre, pero no es el único aspecto que genera incertidumbre pues, a la fecha, los miembros del nicho no tienen firme si la Enamov quedó blindada ante un posible cambio de Gobierno el año que se avecina.

Se sube a la contienda. El nombre de Santiago Creel ha comenzado a sonar cada vez con más fuerza en la contienda por la candidatura presidencial de la alianza 'Va por México', conformada por el PRI-PAN-PRD. Le digo esto porque en las últimas fechas ha logrado posicionarse como un fuerte contendiente para darle batalla al partido guinda, luego de que el Presidente Andrés Manuel López Obrador lo mencionara repetidamente en las mañaneras. Cabe señalar que con la finalidad de convertirse en un polo opositor fuerte rumbo a un proyecto de nación, el titular de la Cámara

de Diputados recorrerá varios estados de la República con la intención de dar a conocer sus propuestas para llegar a la presidencia, entre ellas destacan la reconciliación nacional, el combate a la delincuencia, la creación de una agencia anticrimen organizado con inteligencia y especialización, así como la recuperación del Estado de Derecho.

Profeco contra exclusividad. A ver cómo se pone el asunto entre la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), que encabeza Ricardo Sheffield, y la Asociación de Bancos de México, quién tiene al frente a Julio Carranza, porque a sus socios los está señalando de trato discriminatorio por condicionar a los consumidores de tener un plástico en específico de un banco para acceder a la compra de boletos de algún artista. Así que esto apenas empieza, pero sí ya lo echó para delante la Profeco deberá dar buenos resultados.

Voz en off. Nescafé presentó su nueva innovación. Se trata de Nescafé Ice, el primer, dicen, creado para prepararse y disfrutar en frío. Ya veremos cómo le va a este producto que pone a sus competidores a entrarle a un negocio donde necesidades, y preferencias de consumo de los amantes de esta bebida cada día se vuelven más exigentes....