

ESFERA HUMANA
ENRIQUE CASTILLO- PESADO

- ***PINAULT saca la FNAC a Bolsa
¡para basarse en el lujo y competir
con Vuitton—Moet Hennessy!***

- **Walmart, *Erasmus* y a un año
de la partida de Steve Jobs**

LA FABULOSA FORTUNA DE PINAULT se ubica muy rezagada de los números de **Carlos Slim** (más o menos, entre 65 y 68.000 millones de dólares), **Francois Pinault**, 6.000 millones de euros, es el fundador del grupo y figura entre las 100 personas más ricas del globo terráqueo y posee una de las mejores colecciones de arte que se exhibe en el **Palacio Grissi** de Venecia, que había pertenecido a otra familia adinerada de Italia, los **Agnelli**.

Escrito por Enrique Castillo-Pesado
Sábado, 03 de Noviembre de 2012 20:02

Francois—Henry Pinault

decidió desprenderse de la renombrada FNAC, que emplea a más de 14.000 personas y posee 154 tiendas repartidas por todo el mundo. La venta de la cadena indica que, en opinión de la familia

Pinault

, los tiempos que vienen no son propicios ¡para los productos cinematográficos, musicales o literarios!

Ahora dicen que “al lujo le va mejor a la cultura”. ¿Usted qué piensa de esta frase? La familia **P**

inault (donde sobresale la belleza y visión de la actriz mexicana S

alma Hayek

y su hija

Valentina Pinault)

, propietaria de un imperio económico en Francia, ya puso a la venta la cadena de distribución de productos culturales y de electrónica FNAC, entre otras firmas del grupo,”para centrarse en el negocio de los productos de lujo que

Salma Hayek

luce en todos los eventos, siempre apoyando el nombre de México en sus declaraciones (“¡olé y olé!””).



Sé que la cifra de negocio de la FNAC cayó en 2011 un 3.2% hasta 4.100 millones de euros, pero el beneficio neto se desplomó un 50%. Los 103 millones obtenidos con una cifra

modestísima comparada con los 1.100 millones a que ascendió el beneficio del grupo. Por otro lado, la división relacionada con el lujo es la que mejor evolución ha tenido en los últimos años. Por ende, los **Pinault** anunciaron que potenciarán sus firmas de moda y alta cosmética (**Gucci** —en México realiza gran labor

Susana Kunkel

, al frente de la tienda de Masaryk--,

Balenciaga

e

Yves Saint Laurent

). Pese a que ya Europa lleva cuatro años de crisis, los productos de alta gama no aparecen resentirse, entre otras cosas, porque los ingresos de las

élites

no han caído y porque países

emergentes

como Rusia proporcionan una respetable cantidad de

nuevos ricos

(¡el mundo y México están inundados de ellos; hablo principalmente de políticos y de empresarios que tienen negocios con gobiernos!) dispuestos a demostrar que lo son.

La venta de automóviles en Europa así lo demuestra: mientras que las matriculaciones cayeron en 2011 un 18%, hasta alcanzar la peor cifra desde 1993, la venta de autos de lujo (¡de más de 65.000 euros; unos, ¡1.099.000 pesos mexicanos!) subió un ¡83%! Todo ello es consecuente con algo que las estadísticas corroboran: con la crisis están aumentando las desigualdades sociales, de modo que los que tienen más son más ricos (¡raro!, ¿verdad?), mientras que las capas medias y bajas no dejan de empobrecerse.

Sede en la Ciudad Luz

El grupo **Pinault—Printemps—Redoute** (PPR) con sede en París, posee también la empresa deportiva *Puma*, la revista *Le Point* y acciones de la cadena de televisión TF—1, sumando también el equipo de fútbol Rennes, de la primera división gala. Por otro lado,

Francois Pinault

, fundador del grupo, confesó que “en 2011 tuvimos una facturación de 12.200 millones de euros, y un beneficio neto 1.100 millones de euros”. Su presidente, que percibió una remuneración total de 3 millones de euros brutos, fustigó la política fiscal del gobierno de

Francois Hollande

, aunque no se ha lamentado por la medida que grava con el 75% los ingresos superiores al millón de euros anuales.

¿Las familias mexicanas podrán ahorrar 1.500 millones de pesos?

Nuestras familias lograrán –bueno, esto es lo que anuncia Walmart para ayudar a sus consumidores-- hacer rendir sus ingresos frente al incremento de precios que ha sufrido la canasta básica. Sí, Walmart de México y Centroamérica lanzó una campaña de descuentos en productos de primera necesidad, que busca generar entre los consumidores un ahorro de más de 1.500 millones de pesos. Estadísticas de la minoría más grande de México, revelan que en seis de cada diez hogares se destina el 40% de los ingresos a la compra de alimentos y consumibles.



Leo Casado, director de servicios de mercadotecnia de la firma, apunta que el aumento de precios ha obligado a familias a *cambiar sus hábitos* de consumo o incrementar el presupuesto a este rubro, debido a que el dinero nos les rinde. Tan solo en el periodo 2009—2012 los cereales registraron un incremento de 40%, el jamón subió 38%, las galletas 32%, el aceite 20% y la leche 10%. Con la campaña

El ahorro más grande de México

, se pretende facilitar el acceso a productos de las marcas más conocidas por los consumidores en las categorías de belleza, abarrotes, higiene y consumibles. Por su parte,

Gian Carlo Nucci

indicó que este esfuerzo histórico de ahorro ha sido posible con el apoyo de socios comerciales en todos los rubros. “Esta es una iniciativa conjunta con la que buscamos que el dinero de las

familias mexicanas sea
rendidor
”.

También se nos informó que será a través de los formatos Walmart, Sam's Club y Aurrera en 355 ciudades; 132 Sam's Club en 77 ciudades y 219 tiendas Walmart en 74 localidades de la República. *El ahorro más grande de México* arrancará antes de que se lleve a cabo el periodo de descuentos previo a la Navidad. El Buen Fin, como una campaña complementaria. Con los ahorros que las familias obtengan en este periodo seguramente podrán acceder a bienes durables durante la última parte del presente año.

Una Europa sin dinero

¡De la Europa sin fronteras a una Europa sin dinero! El recorte sufrido por los presupuestos comunitarios para 2012 amenaza la viabilidad de varios programas europeos. **Erasmus** (nombre propio masculino que en griego significa

amable

o

deseable

)

entre ellos, y las perspectivas son aún más difíciles para 2013 porque varios Estados (Alemania, Reino Unido, Francia, Finlandia, Suecia, Holanda y Austria, entre otros) se resisten y no, dan

vía libre

al incremento del presupuesto intentado por la Comisión. La crisis de

Erasmus

puede parecer una minucia a los que temen el estallido del euro, pero dejaría huella en una juventud azotada por el paro: el 22.5% como media de la Unión Europea, con un pico del 52% en España.

