



Bitso: extraña venta; Sheinbaum-FIFA y T-MEC; Caravana Coca-Cola: medio millón

Bitso es famosa por operar con criptomonedas. Pero en México ha entrado a vender acciones de Estados Unidos y ETF, brincándose las casas de bolsa nacionales.

En el sector bursátil lo ven con recelo y hasta mencionan que a poco a ellos les darían permiso de ir a Estados Unidos y, desde allá, con una aplicación, vender otro tipo de acciones como las mexicanas.

Todo comenzó con los anuncios atractivos de Bitso en espectaculares. Invita a utilizar su app y desde la aplicación poder comprar hasta 500 acciones estadounidenses, las que se quiera, sean de Pfizer, Microsoft o Apple.

Sin embargo, Bitso lo hace a través de un asesor de inversiones llamado Badger Management House, lo cual es curioso porque Bitso está regulada bajo la Ley Fintech para otro tipo de operaciones.

Y sí, en dado caso, Bitso quiere vender acciones estadounidenses, lo debería hacer mediante una casa de Bolsa mexicana. Y ahí tampoco cumple.

Bitso utiliza una casa de bolsa estadounidense llamada Alpaca.

Y, por si fuera poco, Bitso está domiciliada en Gibraltar, por ello de no pagar impuestos.

Todo mal.

En la Asociación Mexicana de Intermediarios Bursátiles, la AMIB, presidida por **Álvaro García Pimentel**, ya están viendo el tema con la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, presidida por **Ángel Cabrera Mendoza**.

El tema es clave. La misma CNBV acaba de dar a conocer su postura sobre las nuevas colocaciones en la Bolsa Mexicana de Valores, y habla de un entorno más activo para emisoras e inversionistas. Señala que las colocaciones de Aeroméxico, Esentia y Fibra Next muestran un mercado de valores que va recuperando el dinamismo y registra mayor actividad. Tiene razón la CNBV. Y por eso mismo habrá que dejar las reglas

claras para las casas de bolsa y el caso de Bitso.

SHEINBAUM-TRUMP-CARNEY EN FIFA Y MENSAJE T-MEC

Hoy, la presidenta **Sheinbaum** se encuentra en Washington, en el sorteo de la FIFA para los partidos del Mundial. Allí se verá con **Donald Trump**, presidente de EU, y **Mark Carney**, primer ministro canadiense. El mensaje es fuerte: verse como una región, la del T-MEC. Y esto facilitará las cosas para la revisión del mismo del año que entra.

El viaje de la Presidenta, por donde se le vea, es un acierto.

Se verá una región norteamericana, como socios comerciales y de inversión, dentro del T-MEC. **Sheinbaum** hizo bien en ir al sorteo y verse junto a **Carney** y, sobre todo, **Trump**, como un bloque regional.

Y es que hay temas por sacar adelante. La US Chamber, representando a los empresarios estadounidenses, ayer dijo a la Representación Comercial de EU que urge trabajar con Canadá y México para renovar el cumplimiento del T-MEC, sobre todo en agricultura, comercio digital, energía, servicios financieros, adquisiciones gubernamentales propiedad intelectual, espectro, competencia y facilitación del comercio.

CARAVANA COCA-COLA EN ACAPULCO, MEDIO MILLÓN

A Coca-Cola le han prohibido utilizar el Santa Claus por considerarlo un personaje atractivo vinculado a los refrescos. En décadas pasadas, la compañía de bebidas ha utilizado a Santa Claus porque fue la diseñadora, en 1931, del personaje bonachón con barba y vestimenta roja.

De ahí que Coca-Cola lanzara otros personajes navideños, no sólo Santa. Fue el caso de los osos polares o del camión lleno de luces

Por la nueva legislación mexicana, de prohibición de imágenes ligadas a bebidas o alimentos, la compañía de bebidas ya no puede lanzar ni su villa navideña ni Santa Claus ni osos polares. Únicamente puede hacer sus caravanas navideñas.



E, incluso ahí, el ala dura gubernamental también la ha querido frenar, pero basta ver lo sucedido en Acapulco.

La Caravana Navideña Coca-Cola reunió a 500 mil personas. Las principales avenidas del puerto vieron pasar a 130 bailarines, música, luces y, desde luego, decoraciones navideñas. En total, más de medio millón de personas se reunieron para el evento. La Caravana regresó después de 15 años a Acapulco y hasta a las personas de Coca-Cola y Coca-Cola-FEMSA los tomó por sorpresa la recepción.

Y, se quiera o no, la Caravana Navideña de esta empresa es esperada por la población, que la ve como una celebración emblemática, eso sí, sin ofrecer un solo refresco de la marca.

