

2025-08-07

Visión Financiera

Autor: Georgina Howard

Género: Nota Informativa

<https://jalisco.quadratin.com.mx/opinion/vision-financiera-150/>

Aldo Micheletti con Millfoods dejó deuda, impunidad y trabajadores sin pago en Salamanca

Cuando Aldo Micheletti, director de AMMI, aterrizó en Salamanca, lo hizo con discursos de progreso: prometía una "revolución productiva" para el Bajío. Habló de empleo, inversión extranjera y una planta agroindustrial de primer nivel. Hoy, tras la euforia mediática, queda un rastro de deudas, evasiones y una demanda colectiva en tribunales laborales.

Millfoods, la empresa emblema del proyecto, opera ya, se está allegando de ganancias en la producción de maíz transgénico insumo que requiere Grupo Modelo, cuya buena reputación arrastra porque mantienen una alianza estratégica comercial.

Todo le va bien a Millfoods, pero más de 5 millones de pesos siguen pendientes de pago a trabajadores, hay otros adeudos con técnicos proveedores y laboratorios. Algunos llevan más de un año esperando lo que legalmente les corresponde, mientras la planta sigue generando utilidades sin responder por su origen.

Ante la negativa de la empresa a conciliar, los afectados iniciaron un proceso legal ante el Cuarto Tribunal Laboral Federal de Asuntos Individuales en Guanajuato, marcando un punto de inflexión en un conflicto que desnuda no solo a una empresa, sino a un modelo económico que permite el despojo disfrazado de inversión.

Lo más grave no es solo la deuda. Es la estrategia de engaño: Millfoods utilizó el nombre y la reputación de Grupo Modelo para posicionarse como una apuesta confiable. Comunicados conjuntos, actos públicos y fotografías institucionales presentaron a Modelo como aval moral del proyecto. Hoy, esta empresa aparece como corresponsable en las demandas laborales, y su prestigio corre el riesgo de ser arrastrado junto con el de su socio.

Alejandro Lara, director financiero de Estructuras Metálicas de Puebla, una de las empresas proveedoras afectadas, confirma que los incumplimientos de Millfoods generaron un daño patrimonial directo: "El conflicto nos ha dejado sin flujo. Llevamos más de un año esperando un pago por una obra ya entregada y funcional", denuncia.

El Sindicato 5 de Febrero de Industria de Transportistas Materialistas y Conexos del Estado de Guanajuato también es otro afectado, unos 600 de sus trabajadores afiliados también esperan sus pagos desde hace más de un año.

El caso de Millfoods no solo debería preocupar a jueces y abogados, sino a las instituciones que, con entusiasmo y sin filtros, impulsaron públicamente el proyecto. ¿Dónde están hoy los funcionarios que aparecieron en las inauguraciones? ¿Quién responde por el uso político de una inversión que hoy opera como maquinaria de impunidad?

Aldo Micheletti se ha presentado como visionario del agroexportador. Pero sus acciones revelan otra cara: la de un capital transnacional que exige beneficios públicos y esquiva las obligaciones más básicas, como el pago de salarios. Bajo su mando, Millfoods se convirtió en símbolo de una peligrosa lógica empresarial: la que considera que en México se puede operar sin pagar, prometer sin cumplir y marcharse sin consecuencias.

Este juicio es mucho más que una disputa legal, es una demanda moral y política contra un sistema que normaliza el abuso laboral en nombre de la inversión extranjera. La justicia laboral no puede seguir siendo postergada o selectiva. Porque cuando un trabajador mexicano no cobra y las instituciones callan, no solo fracasa un proyecto: fracasa el Estado de derecho.

Coca-Cola FEMSA, más que puntajes

En la contabilidad pública de la sostenibilidad, los números importan. Pero más importa quién los obtiene, en qué contexto y con qué implicaciones. Coca-Cola FEMSA, el mayor embotellador del sistema Coca-Cola por volumen, obtuvo este año su calificación más alta en el Corporate Sustainability Assessment (CSA) de S&P Global: 79 puntos sobre 100. La cifra no es anecdótica.

Representa una mejora de nueve puntos respecto al año anterior y coloca a la empresa entre el 5 por ciento más sólido del mundo en prácticas ambientales, sociales y de gobierno corporativo. FEMSA, su empresa matriz, alcanzó también un desempeño notable con 77 puntos. Ambas cifras consolidan al grupo en un terreno que, hasta hace pocos años, no figuraba como prioridad estratégica.

El reconocimiento no se da en abstracto. El CSA es una de las herramientas de evaluación más rigurosas en su tipo. Analiza más de mil indicadores por empresa y centra su atención en criterios ambientales, sociales y de gobernanza. Sus resultados definen la integración a los Índices de Sostenibilidad Dow Jones, referencia obligada para inversionistas institucionales que vinculan rendimientos con responsabilidad. Es decir, más que un galardón reputacional, se trata de un filtro de mercado. Quien no califica pierde atractivo financiero en el largo plazo.

El avance de Coca-Cola FEMSA no parte de cero. En 2017 ya había alcanzado los 79 puntos, pero en los años siguientes su calificación osciló. Volver a ese nivel, en un entorno con criterios más exigentes y una industria bajo mayor escrutinio por su huella ambiental, refleja una decisión estructural. La empresa no solo hizo ajustes operativos. Incorporó políticas de transparencia y gobernanza que hoy la ubican en otra conversación.

La compañía, que opera en sectores como comercio, bebidas y servicios financieros digitales, articula su estrategia de sostenibilidad bajo la dirección de Jessica Ponce de León. Tras una reestructura que incluyó la venta de activos y ajustes en su consejo, el grupo ancló sus prioridades en criterios ambientales, sociales y de gobernanza.

El puntaje de 77 de FEMSA, confirma una alineación corporativa con visión de largo plazo. En un entorno de mayor fiscalización pública y privada, la firma busca posicionarse no solo como un grupo rentable, sino como un actor que entiende que, hoy, la confianza es tan valiosa como el producto.

Buscan elevar competitividad

Los que trabajan para reforzar la competitividad de las empresas, además de promover prácticas responsables con el medio ambiente son la Entidad Mexicana de Acreditación (ema), que preside Raúl Tornel; en conjunto con la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (Profepa), de Mariana Boy; la Cámara Nacional de la Industria de Transformación (Canacintra), de María de Lourdes Medina; la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC), al frente de Luis Méndez; y la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CANACO SERVYTUR), representada por David López, en Cuernavaca, Morelos.

Y es que, la reciente jornada se celebró en dicho estado, para resaltar entre otros, la importancia de llevar a cabo procesos de normalización, estandarización, acreditación, evaluación de la conformidad y metrología englobados en el Sistema de Infraestructura de la Calidad, para asegurar que los productos y servicios en el mercado cumplan con estándares que protegen la salud, la seguridad de los consumidores y el medio ambiente.

Revolución digital para mipymes

El reciente movimiento de Finsus, al integrar la tecnología Anticipa representa una de las apuestas más relevantes para la inclusión financiera en México. Con esta incorporación, la empresa que lidera Carlos Marmolejo, mejora sus procesos internos y ofrece a las 4.7 millones de mipymes del país una oportunidad real de crecimiento, eliminando las barreras burocráticas que tradicionalmente han dificultado el acceso al financiamiento.

Esta es una propuesta audaz en un sector que históricamente ha tenido que enfrentar retos significativos para acceder a los recursos necesarios para expandir sus operaciones, pese a ser el motor económico de México. La tecnología de Anticipa, que basa sus préstamos en flujos reales de ventas, ofrece una flexibilidad que cambia el paradigma del financiamiento tradicional.

Al hacer uso de datos transaccionales en lugar de papeleo tradicional, Finsus creó una solución mucho más ágil y accesible para las pequeñas empresas. Este avance en la democratización del crédito es un beneficio para las empresas y la economía mexicana en su conjunto.

Margules una empresa mexicana equiparable a Sony

En 2024, Margules, la marca mexicana reconocida por su excelencia en equipos de audio de alta fidelidad, ha consolidado su posición como uno de los referentes más importantes en la industria del sonido de alta gama.

A lo largo del año, la marca ha experimentado un crecimiento sostenido, fortalecido su presencia en mercados internacionales y lanzando productos innovadores que han redefinido la experiencia de los audiófilos. Este año ha sido clave para abrir nuevas puertas hacia un futuro prometedor, tanto en términos de expansión geográfica como en la evolución de su oferta de productos.

Uno de los logros más significativos de Margules en 2024 ha sido su expansión internacional. Si bien la marca ya tenía una sólida presencia en países de América y Europa, este año ha logrado abrir nuevos mercados, especialmente en regiones de Asia y América Latina.

En Estados Unidos, Margules ha logrado establecerse como una marca de referencia entre los audiófilos, con distribuidores clave en ciudades como Nueva York, Los Ángeles y Miami, donde la demanda de equipos de audio de alta gama ha crecido exponencialmente.

En Europa, países como Alemania, Francia y el Reino Unido han comenzado a reconocer la calidad y sofisticación de los productos Margules, posicionándose en el radar de los expertos del sector. A nivel global, la marca ha sido reconocida por su capacidad para ofrecer productos que combinan lo mejor de la tecnología moderna con la precisión artesanal, lo que ha sido clave para su aceptación y éxito internacional.

Con vistas a 2025, Margules planea continuar su expansión, con la apertura de nuevas oficinas y puntos de venta en mercados emergentes. Se espera que países como México, Brasil, India y China sean los próximos en experimentar la alta fidelidad de los equipos Margules.