

Lo que se traduciría en un bajo servicio, lamenta Coparmex

## Semana Santa, con déficit de trabajadores

Hay en diferentes plazas laborales, al menos 6 mil vacantes, revela Juan Pablo Martínez Torres, presidente de la Coparmex en la ciudad. El dirigente patronal reconoce que no les queda otra más que hacer lo que bien saben hacer, "ofrecer calidad y buen servicio"

MERIDIANO/Puerto Vallarta.- Puerto Vallarta llegará a la temporada alta de vacaciones de Semana Santa y Pascua con un déficit de personal superior a los 6 mil trabajadores.

"Todavía nos hace falta mucho personal, andamos todavía con más de 6 mil vacantes, solamente en el sector turístico. Estamos hablando del sector hotelero y restaurantero enfocados específicamente

en lo que es la prestación de servicios turísticos", así lo manifestó el presidente de la Coparmex en la ciudad, Juan Pablo Martínez Torres.

PÁGINA 3A



## Cumple 70 años Coca Cola, "la chispa nayarita"

En siete décadas se ha construido lo que hoy es Coca-Cola: "Ahora embotellamos 1500 botellas por minuto; tenemos 350 rutas y 2900 colaboradoras", puntualiza Antonio Echevarría Domínguez, presidente del Consejo de Administración de Grupo Alica y accionista mayoritario en esta empresa

MERIDIANO/Tepec, Nay.- En el año de 1953, exactamente al inicio de la historia, un par de modestas máquinas Dixie de pedal producían cada una apenas sesenta botellas de 6.5 onzas por minuto. Dos rutas de distribución llevaban el producto, Centro y Foránea, se cubrían con dos camiones: un Diamond 1941 y un Chevrolet 1946; ambos de piso, un triciclo y una bicicleta para surtir pedidos a hogares en la ciudad, complementaban el parque vehicular de la incipiente empresa que tenía entonces dieciséis colaboradores.

Los 70 años de Coca-Cola en Nayarit y Puerto Vallarta, se remontan al entonces apacible ambiente del centro de la ciudad de Tepec, que un 27 de febrero de 1953 lo invadió un ruido industrial: el sueño por fin cristalizado de embotellar aquí bebidas de la reconocida marca internacional de la cual, el empresario Joaquín Fernández Suárez había sido solamente distribuidor en por lo menos diez años atrás.

PÁGINAS 4y5A

En XI Medio Maratón y XII Carrera Atlética de SEAPAL Vallarta

## Histórica participación



Los hermanos Isabel e Israel Oropeza Vázquez, se llevaron el triunfo en el Medio Maratón

MERIDIANO/Puerto Vallarta.- Superando expectativas de participación, más de mil competidores tomaron parte del XI Medio Maratón y XII Carrera Atlética de SEAPAL Vallarta, la fiesta deportiva que cerró con broche de oro cinco días de actividades en conmemoración por el Día Mundial del Agua 2023.

Además de ser un éxito en el plano deportivo, se trató de una carrera con Causa, en la que se entregaron al albergue Vida Nueva del DIF Municipal, 236 mil 800 pesos, correspondientes a la bolsa recaudada por inscripciones, más 70 mil pesos donados por la empresa Prisa, para la atención de niños vulnerables.

PÁGINA 4A

Cientos se dieron cita para gozar de las actividades preparadas especialmente para la ocasión

## Vallartenses y turistas viven la fiesta del

### Agua

El teatro al aire libre de los Arcos del Malecón albergó la Gala del Agua de SEAPAL Vallarta

MERIDIANO/Puerto Vallarta.- Los Arcos del Malecón de Puerto Vallarta se llenaron de color, música y arte con la "Gala del Agua" de SEAPAL Vallarta, uno de los eventos estelares en el marco de las actividades conmemorativas por el Día Mundial del Agua 2023.

PÁGINA 3A

Trending Topic



## "Ícono de la moda"

A través de redes sociales se ha viralizado una fotografía en la cual se muestra al Papa Francisco caminando por las inmediaciones del Vaticano, pero lo que más llama la atención de los usuarios es el peculiar atuendo que el Sumo Pontífice utiliza. Esta fotografía que ha circulado en redes sociales, ha causado una fuerte confusión entre los usuarios de Internet, quienes se cuestionan sobre si esta foto es real o no, sin embargo, esta imagen es el resultado de un trabajo de Inteligencia Artificial. En la imagen, el Papa Francisco deja a un lado la clásica indumentaria papal para utilizar una prominente chamarra en color blanco, la cual tiene

un largo por debajo de las rodillas. El Papa también usa pantalones en color blanco y calza tenis de la marca Nike. Pese a que el atuendo del Papa es muy juvenil y moderno, el Papa Francisco porta el sólido, el cual es un casaca de seda, que cubre la coronilla de obispos y algunos otros eclesiásticos. De acuerdo a medios especializados, el sólido solo se lo pueden quitar "ante Dios". El detalle tan preciso y el realismo de la imagen también han originado que cientos de usuarios de redes sociales echen a andar su creatividad y buen humor, pues algunos usuarios ya han calificado al Papa Francisco como "ícono de la moda".

## Participa Centro Universitario de la Costa Analizan posible hundimiento en la calle Emiliano Zapata

También participaron en el análisis de intrusión salina en las fuentes de abastecimiento de agua potable

MERIDIANO/Puerto Vallarta.- Ante la inquietud de vecinos por el posible hundimiento en la calle Basilio Badillo en la colonia Emiliano Zapata, profesores y estudiantes de la Maestría en Ciencias en Geofísica en el Centro Universitario de la Costa, de la Universidad de Guadalajara, atendieron el llamado de Protección Civil y Bomberos de Puerto Vallarta.

El Dr. Héctor Javier Rendón Contreras, coordinador de la mencionada Maestría, informó que tras el llamado de colaboración, en base al convenio de colaboración que existe con el Cuerpo Académico 941, Ciencias de la Tierra - Peligros Naturales y a la Maestría en Ciencias en Geofísica, acudieron a analizar el posible hundimiento en la calle.

PÁGINA 8A

Expresa empresario hotelero

## Vallarta requiere de un plan estratégico en materia turística

El sector privado sigue trabajando en la promoción "y en todo lo que sea necesario, pero no puede ser aislado el trabajo, no puede ser nada más de parte nuestra.

MERIDIANO/Puerto Vallarta.- Es necesario contar con un plan estratégico en materia turística para Puerto Vallarta, a efecto de que no decaiga este destino turístico, así lo consideró el empresario hotelero y presidente de la Comisión de turismo de la Coparmex nacional, Gabriel Igarúa Sánchez.

"Tenemos que fijar un plan estratégico que incluya el cuidado del producto turístico Puerto Vallarta No solamente es una ciudad es un producto turístico y finalmente es desconcertante que siendo la primera actividad el turismo la comisión de turismo no tenga la importancia ni sesión con la periodicidad que debería.

PÁGINA 3A

NUESTRAS PLUMAS

Víboras

MOISÉS MADARIAGA

AVENTAJA MORENA AL MC EN JALISCO

PÁGINA 6A

Volantín

SALVADOR COSÍO GAONA

BYE PLAN B

PÁGINA 2A

# VOLANTÍN

En la opinión de...

Salvador Cosío Gaona



@salvadorcosio1

/SalvadorCosio

El ministro de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), Javier Laynez Potisek, concedió este viernes una suspensión al Instituto Nacional Electoral (INE) contra el Plan B de Reforma Electoral pero, ¿qué significa esto.

De entrada, la suspensión tiene como efecto que las cosas se mantengan en el estado en el que hoy se encuentran y rijan las disposiciones vigentes antes de la respectiva reforma.

La suspensión se otorgó porque el decreto no sólo contiene normas de carácter general sino también actos concretos de aplicación, sobre los cuales la suspensión generalmente se concede.

Asimismo, porque aun cuando se trata de leyes, estas pueden vulnerar de manera irreparable derechos humanos. En este caso se trata de la posible violación a los derechos político-electorales de la ciudadanía.

Cabe señalar que el ministro Laynez Potisek solicitó al Congreso de la Unión y Ejecutivo Federal que presenten su contestación dentro del plazo legal establecido.

Los partidos políticos de oposición celebraron este viernes 24 de marzo el revés y el rechazo de la Suprema Corte de Justicia de la Nación del Plan B de la Reforma Electoral del presidente Andrés Manuel López Obrador.

El presidente de la Cámara de Diputados, Santiago Creel, del PAN, festejó la "buena noticia para México" y que "aún hay división de Poderes en la República".

También expresó que la suspensión del Plan B que ha decidido la Suprema Corte es una buena noticia para mantener la democracia y el respeto a la Constitución y la ley.

Con legítima satisfacción conocemos la decisión del ministro Javier Laynez de admitir la Controversia Constitucional interpuesta por el Instituto Nacional Electoral contra un grupo de leyes, conocido genéricamente como el Plan B en materia electoral.

"Ante tal decisión, que comporta también la suspensión definitiva de la aplicación de tales ordenamientos, aplaudimos el hecho de que la ley es la ley y que tenemos fundados motivos para exaltar la división de Poderes", añadió.

Además, expuso que "el comunicado de la Suprema Corte en



el INE no lo solicitó de esa forma, pues su controversia constitucional fue solo en contra de algunas de las normas.

En el otro frente, Consejeros del Instituto Nacional Electoral (INE), entre otros personajes políticos, celebraron la suspensión de la aplicación del plan B electoral propuesto por el presidente Andrés Manuel López Obrador; que resolvió la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), en tanto resuelve las controversias constitucionales contra dicha legislación.

A través de redes sociales, se generó la tendencia "ganó México" en el que internautas señalaron que valió la pena realizar manifestaciones en defensa del INE y celebraron que la Corte metiera freno a la legislación electoral impulsada por el presidente López Obrador.

El consejero del INE Giro Murayama se pronunció en redes sociales al exponer que "la defensa ciudadana de las elecciones auténticas valió la pena".

Agregó que están en pie la división de poderes y la democracia, por lo que es un "gran día para México y sus libertades".

Murayama también comentó a una fotografía con la leyenda "¡Si se pudo!", en la que se ve la concentración del pasado 26 de febrero en el zócalo en defensa del INE.

Por su parte, la consejera Dania Ravel expresó que la suspensión de la reforma electoral implica "que las cosas se mantengan como hoy se encuentran y rijan las disposiciones vigentes antes del Plan B".

José Ramón Cosío, ministro en retiro, compartió la resolución de la SCJN, sobre la cual escribió, fue una "muy importante decisión del Ministro Javier Laynez respecto de las reformas electorales", algo que particularmente muchas y muchos compartimos por el bien de nuestra democracia.

opinion.salcosga@hotmail.com

@salvadorcosio1



## BYE PLAN B

el que se da a conocer estas decisiones subraya que el máximo Tribunal de nuestro país está haciendo valer la salvaguarda de los derechos humanos, y las posibles afectaciones a los derechos político-electorales de la ciudadanía".

Por ello, "mi reconocimiento al Poder Judicial de nuestro país y particularmente a nuestro Tribunal Constitucional", expresó.

El presidente del PRI, Alejandro Moreno, opinó que la democracia se defiende. "Celebro la decisión de la Corte de otorgar la suspensión solicitada por el INE contra los intentos de desmantelar su estructura y debilitar sus procedimientos mediante el Plan B, Otra victoria para la democracia de México", dijo.

El dirigente nacional del PRD, Jesús Zambrano, afirmó que "la decisión de la Corte de suspender el llamado Plan B es un muy buen augurio de que prevalecerá la división de Poderes y el régimen democrático".

Por eso, "es un gran día para México

y malas noticias para el autócrata de Palacio Nacional".

El coordinador parlamentario del PRD en San Lázaro, Luis Espinoza Cházaro, expresó que festejó la decisión de la Corte. "La medida cautelar que suspende el Plan B es una victoria para la separación de Poderes y la legalidad", afirmó.

Mientras que el diputado de Morena, Hamlet García Almaguer, uno de los coordinadores en las mesas de trabajo para la reforma en San Lázaro consideró que la decisión del ministro Laynez "no es ninguna sorpresa".

"Javier Laynez Potisek, el ministro de la Suprema Corte que emitió una suspensión contra el Plan B fungió como Procurador Fiscal de Calderón y Peña Nieto. Por supuesto que pertenece al ala conservadora y responde a sus intereses", criticó.

El coordinador de MC en el Senado de la República, Clemente Castañeda, comentó que "la Suprema Corte suspendió el Plan B porque viola los

derechos político-electorales de la ciudadanía".

Por ello, "es de reconocerse la decisión del ministro Laynez para que esta reforma se revise a fondo".

En tanto, la Consejera Jurídica del Ejecutivo Federal (CJEF) cuestionó la suspensión que el ministro Javier Laynez Potisek otorgó al Instituto Nacional Electoral en contra del segundo paquete de reformas, y advirtió que promoverá una impugnación en contra de esta medida que calificó como una "arbitrariedad" para que la medida cautelar sea revertida.

Se trata del decreto por el que se reformaron la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, la Ley de Partidos Políticos, la Ley Orgánica del Poder Judicial y la expedición de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación.

En un comunicado, la Consejería Jurídica advirtió que el ministro suspendió la aplicación de la totalidad del decreto aun cuando



Recomiendan a personas con enfermedades crónicas degenerativas seguir medidas médicas y de vacunación

## Covid-19, la enfermedad emergente que no cesa

\* A seis días del inicio de las vacaciones de semana Santa y Pascua periodos, que de acuerdo con los últimos dos años de la pandemia coronavirus son críticos porque a la semana o quince días después de que concluyan estos días de descanso se ha observado una nueva ola de aumentos

MERIDIANO/Puerto Vallarta

A unos días de concluir el primer trimestre del año, cerca de 80 personas han perdido la vida por Covid-19, mientras que al día 122 jaliscienses más son confirmados con esa enfermedad, luego de realizar una prueba diagnóstica.

Aunque en enero esta consideró como el mes más crítico por la temporada y el retorno de vacaciones, registrándose cuatro mil 517 nuevos casos de coronavirus, en febrero y marzo se ha mantenido el virus del Sars-cov2 en activo con clasificación de moderado-alto.

De estos dos últimos meses, marzo ha sido más alto, acumulando dos mil 992 casos con 16 decesos comparado con febrero que fueron dos mil 887 casos con 18 decesos, lo que muestra que el virus sigue latente.

En la primera quincena de marzo, la Secretaría de Salud Jalisco (SSH) había reportado mil 838 personas con Covid-19 y once había perdido la vida, para esta segunda quincena ya van mil 154 casos con cinco decesos.

A seis días del inicio de las vacaciones de semana Santa y Pascua periodos, que de acuerdo con los últimos dos años de la pandemia coronavirus son críticos porque a la semana o quince días después de que concluyan estos días de descanso se ha observado una nueva ola de aumentos.

Las autoridades de salud recomiendan a las personas con enfermedades crónicas degenerativas: obesidad y sobrepeso, diabetes, hipertensión, enfermedad cardiovascular y cáncer seguir las medidas de médicas y de

vacunación.

La recomendación para quienes tienen síntomas o no de Covid-19, pero tiene alguna reacción y daño en las vías respiratorias es quedarse en casa, en lugares concentrados usar el cubrebocas y el lavado constante de manos con agua y jabón, al no menos durante 20 segundos y estornudar o toser en el ángulo interno del codo.

Así como mantener la casa ventilada y limpia, desinfectar los utensilios y superficies de uso común y seguir manteniendo la sana distancia. De marzo del 2020 a la fecha se han confirmado 708 mil 599 casos y 19 mil 985 personas han muerto por Covid-19, esta enfermedad siendo una emergencia de salud pública de importancia internacional.

**Meridiano**  
Meridiano de Puerto Vallarta

Director Fundador  
**DR. DAVID ALFARO**

Director  
**MOISÉS MADARIAGA**  
parameridiano@gmail.com

**MERIDIANO PUERTO VALLARTA**  
Av. Francisco Villa #549, esquina con Mérida, Col. Verónica, C.P. 45310 Puerto Vallarta, Jalisco.  
Tel. 322.223.2975

Publicación periódica autorizada. Registro del SEPOMEX Número 15881-12389-001. Certificado de Licitud de Contenido 2962. Título reservado por la SEP 1587-65. Sistema Internacional de Publicaciones Seriales ISSN 0035-1824-028-028. Registro CDPAN/REX 1151. Registro CANACINTRA 3240. Registro ANESIM 8009-63. Los colaboradores que firmen sus escritos son responsables del contenido de sus mismos. No ha intención de discriminación alguna por razones de raza, religión, sexo, idioma y pertenencia a este periódico deben ser dirigidos a la Dirección General en el domicilio que aparece al margen. MÉRIDIANO es una Marca Registrada. Tiene distribución en el estado de Nayarit y Puerto Vallarta. Edición: Representación comercial en la CDMX: Medicina Mexicana Mexicana S.A. de C.V. Lic. Sebastián No. 13-602 Col. del Valle, México, D.F. Distribución directa en la CDMX: La Torre de Papel, Club de periodistas de México, Francisco Horta, S.A. de C.V. Alvarado S. de R. L. Oficinas Generales, circulación y talleres Independencia 8233 C.P. 82102, Apdo. Postal 416, San Nicolás, México

Cientos se dieron cita para gozar de las actividades preparadas especialmente para la ocasión

## Vallartenses y turistas viven la fiesta del Agua

\* El teatro al aire libre de los Arcos del Malecón albergó la Gala del Agua de SEAPAL Vallarta

MERIDIANO/Puerto Vallarta

Los Arcos del Malecón de Puerto Vallarta se llenaron de color, música y arte con la "Gala del Agua" de SEAPAL Vallarta, uno de los eventos estelares en el marco de las actividades conmemorativas por el Día Mundial del Agua 2023.

Cientos de vallartenses y turistas, se dieron cita para gozar de las actividades preparadas especialmente para la ocasión, las cuales contaron con la presencia del alcalde, Profesor Luis Alberto Michel Rodríguez, quien en su participación invitó a todos los vallartenses a sumarse a estas tareas del cuidado

del agua.

En representación de Jorge Castillo Núñez, director general del organismo operador del agua, Janeth Lorena Palomera Gil, directora administrativa, agradeció a quienes formaron parte de las diversas actividades durante la semana conmemorativa, fortaleciendo este llamado ambiental entre los vallartenses.

La celebración dio inicio con la "Caravana de Gogo", una actividad en la que un contingente caminó desde la Unidad Deportiva "Agustín Flores Contreras", acompañados por una caravana de autos, teniendo como destino el tradicional recinto al aire

libre.

La noche fue aderezada con el "Musical del Agua" a cargo de un grupo de niñas y niños de la Academia del maestro Beto Samper; la Gala continuó con un Desfile de Modas con materiales reciclados de la reconocida diseñadora rusa Larisa Katz, como un ejemplo de sustentabilidad con el medio ambiente.

El evento cerró con la premiación de los ganadores del Concurso de Escultura para estudiantes de nivel secundaria, así como del muestrero de murales urbanos "TransformArte en Agua" para artistas y creadores.



Expresa empresario hotelero

## Vallarta requiere de un plan estratégico en materia turística

\* El sector privado sigue trabajando en la promoción "y en todo lo que sea necesario, pero no puede ser aislado el trabajo, no puede ser nada más de parte nuestra. Existe una disfuncionalidad y una discordancia y no solamente con este ayuntamiento, sino durante años, con el anterior alcalde sucedió lo mismo", expresó el presidente de la Comisión de Turismo de la Coparmex nacional, Gabriel Igartúa Sánchez

Agencia Quadratín  
MERIDIANO/Puerto Vallarta

Es necesario contar con un plan estratégico en materia turística para Puerto Vallarta, a efecto de que no decaiga este destino turístico, así lo consideró el empresario hotelero y presidente de la Comisión de Turismo de la Coparmex nacional, Gabriel Igartúa Sánchez.

"Tenemos que fijar un plan estratégico que incluya el cuidado del producto turístico Puerto Vallarta. No solamente es una ciudad es un producto turístico y finalmente es desconcertante que siendo la primera actividad el turismo la comisión de turismo no tenga la importancia ni sesione con la periodicidad que debería hacer para analizar no solamente los retos sino también los futuros", expresó el empresario.

Así mismo, ante el contexto nacional se inseguridad, Igartúa Sánchez dijo que se está luchando para que las advertencias que emite el gobierno de los Estados Unidos no afecte a este destino.

"Con todo lo que sucede en otros destinos, como que no afecte el flujo de turismo a Puerto Vallarta, pero no podemos esperar a que se haga esto de forma casual como ha sucedido, debemos tener un plan estratégico no existe una actividad ni una coordinación con las autoridades municipales", detalló.

El empresario dijo que el sector privado sigue trabajando en la promoción "y en todo lo

que sea necesario, pero no puede ser aislado el trabajo, no puede ser nada más de parte nuestra. Existe una disfuncionalidad y una discordancia y no solamente con este ayuntamiento, sino durante años, con el anterior alcalde sucedió lo mismo", expresó.

Pero para poder hacer frente a todos los retos que este destino turístico enfrenta es necesario la coordinación reiteró el empresario hotelero. "No podemos, si no hay participación ni apertura en las mesas de trabajo, ni mucho menos en las autoridades que no entienden todavía".

Igartúa Sánchez dijo que en 45 años ha visto pasar triunfos y la falta de coordinación persiste. "He visto pasar buenos, malos, pésimos, corruptos, otros menos, que hoy en día únicamente son rezagos y no le corresponde solamente como sociedad nada más demandar, sino que sea la autoridad la que solucionen los problemas, pero no se puede si no hay un diálogo.

Si no hay una coordinación, si no hay un plan estratégico, que hoy en día no existe, y por lo tanto existe una incertidumbre a pesar de la recuperación económica que tenemos en este destino turístico, el resto del país sigue teniendo una recuperación económica negativa desde el 2019, y eso tiene un efecto también en este destino turístico y esto es una falta de visión y una falta de planeación", puntualizó.



Lo que se traduciría en un bajo servicio, lamenta Coparmex

## Puerto Vallarta llegará a Semana Santa con déficit de trabajadores

\* Hay en diferentes plazas laborales, al menos 6 mil vacantes, revela Juan Pablo Martínez Torres, presidente de la Coparmex en la ciudad  
\* El dirigente patronal reconoce que no les queda otra más que hacer lo que bien saben hacer, "ofrecer calidad y buen servicio"

Agencia Quadratín  
MERIDIANO/Puerto Vallarta

Puerto Vallarta llegará a la temporada alta de vacaciones de Semana Santa y Pascua con un déficit de personal superior a los 6 mil trabajadores.

"Todavía nos hace falta mucho personal, andamos todavía con más de 6 mil vacantes, solamente

en el sector turístico. Estamos hablando del sector hotelero y restaurantero enfocados específicamente en lo que es la prestación de servicios turísticos", así lo manifestó el presidente de la Coparmex en la ciudad, Juan Pablo Martínez Torres.

Ante esta situación dijo el líder patronal y también empresario restaurantero destacó no les

queda otra más que hacer lo que bien saben hacer, "ofrecer calidad y buen servicio".

Con el poco personal que tengamos en nuestras empresas - agregó- lo que tenemos que hacer es ofrecer la calidad en cuanto a los servicios y sobre todo, tratar de que nuestros clientes sean empáticos ante esta situación que estamos viviendo.

De acuerdo a pronósticos de las autoridades turísticas Puerto Vallarta registrará una ocupación oscilante al 100% durante este periodo vacacional que se acerca de tal manera que la mano de obra en el sector turístico es de suma importancia y aún se sigue careciendo de la misma desde que disminuyeron los efectos de la pandemia.



Una charreada entre amigos se celebró en el Rancho El Quevedo, para conmemorar el 70 aniversario de Coca-Cola en Nayarit y Puerto Vallarta, con la participación del equipo local, así como Rancho El Soyate y El Soyate Sin Fronteras. En el evento, estuvieron presentes don Antonio Echevarría Domínguez, Antonio Echevarría García, y como invitado de lujo Pepe Aguilar, uno de los grandes exponentes de la música mexicana.



La empresa Embotelladora del Nayar, franquiciataria de la marca Coca-Cola en Nayarit y Puerto Vallarta, celebró su 70 aniversario (1953-2023) y lo festejó en grande con un baile para los nayaritas con la internacional Banda El Recodo, un evento que abarrotó este sábado la Monumental Plaza de Toros de Don Antonio.

**Por: Jorge Guerrero y Arturo Guerrero, autores del libro Legado Álica**

En el año de 1953, exactamente al inicio de la historia, un par de modestas máquinas Dixie de pedal producían cada una apenas sesenta botellas de 6.5 onzas por minuto. Dos rutas de distribución llevaban el producto Centro y Foránea, se cubrían con dos camiones: un Diamond 1941 y un Chevrolet 1946; ambos de piso, un triciclo y una bicicleta para surtir pedidos a hogares en la ciudad, complementaban el parque vehicular de la incipiente empresa que tenía entonces dieciséis colaboradores.

Los 70 años de Coca-Cola en Nayarit y Puerto Vallarta, se remontan al entonces apacible ambiente del centro de la ciudad de Tepic, que un 27 de febrero de 1953 lo invadió un ruido industrial; el sueño por fin cristalizado de embotellar aquí bebidas de la reconocida marca internacional de la cual, el empresario Joaquín Fernández Suárez había sido solamente distribuidor en por lo menos diez años atrás.

En siete décadas se ha construido lo que hoy es Coca-Cola: "Ahora embotellamos 1500 botellas por minuto; tenemos 350 rutas y 2900 colaboradores", puntualiza Antonio Echevarría Domínguez, presidente del Consejo de Administración de Grupo Álica y accionista mayoritario del Grupo Embotellador Nayar, que lo integran Embotelladora del Nayar S.A. de C.V. y Distribuidora de la Costa de Nayarit S.A. de C.V.

"En la empresa teníamos distribuidores en todo el estado y se suscita una huelga en Tuxpan de un distribuidor de nosotros allá. Era el que tenía la tienda del pueblo; aparte vendía plenas, frijol, maíz, cuadernos, todo lo que vendía una tienda del pueblo, y al refresco le dedicaban dos horas de venta. En Tuxpan no les pagaban ni el salario mínimo a los muchachos en aquel tiempo; en Nayarit eran 12.50 pesos diarios, ahora que es de casi 180 pesos diarios y no alcanza, fijate nada más el desastre económico que nos han dado los políticos".

La huelga en Tuxpan motivó que Echevarría Domínguez buscara al ya huérfano poderoso del sector obrero en Nayarit, Emilio M. González: "Agarro el teléfono y hablo a donde hoy es el Obisado Lerdo y Zacatecas, ahí se encontraba el domicilio de la CTM. Pregunte si estaba don Emilio. Si, sí está, me dice la señorita Yolanda, me acuerdo muy bien, y ahí voy yo; en 1972 tenía yo veintiocho años. Don Emilio, quien era diputado, sale y me dice:

— Yo pensé que era mi cuñado. ¿Qué es tuyo Toño Echevarría? — Es mi papá, señor.

— Te voy a decir por qué nos decimos cuñados; yo cortejaba a la Nena, que era muy chula, pero nunca me hizo caso, y él cortejaba a una de mis hermanas, y nunca le hicieron caso, desde entonces nos decimos cuñados.

"Estaba él con Daniel Pérez, creo que era el Presidente de la Junta de Conciliación y Arbitraje; también don Ricardo Figueroa, don Leonardo Ramos, Rigoberto Ochoa (que ya lo estaban formando); Juan el Cucaracha, el de los cargadores, Marcos Pérez y tuyo su estructura.

— ¿Qué se te ofrece, muchacho?, me dijo y le respondí:

— Oiga, el hombre más poderoso del estado no puede parar una huelga que tenemos en Tuxpan los de la Coca-Cola? Entonces dijo:

— ¿Están oyendo?

"Daniel era el Presidente de la Junta, quien tenía una hermana, doña Victoria, que se dedicaba a recoger todos los desperdicios de las casas para arrojarlos puercos; estaba cargada la doña, traía un carrito con una ollita...

— ¿Estás oyendo, Daniel?

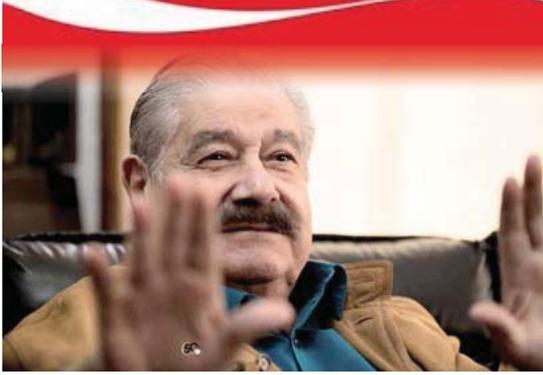
— Suspenda la huelga y yo me quedo con ellos, le dije.

— ¿Te vas a quedar con ellos?, me preguntó. — Sí, le dije, nada más que lleguen a un arreglo con Nacho Regalado y yo los agarro.

"Y la pudimos sacar: fue la primera distribución directa que tuvimos después de Tepic. Cuando era un distribuidor externo en Tuxpan se vendían 3000 cajas, pero con nuestra distribución, al mes siguiente vendimos 12 000, a mí me brinco. Yo con ganas de éxito empezé a recorrer todo el territorio. Coca-Cola no se vendía porque no había producto, como te lo digo: el distribuidor era dueño de la tienda del pueblo, y vende y vendía lo que más le dejaba; creo que de comisión se le daban 2.40 pesos por caja, a lo mejor se le hacía poco. El precio estaba congelado y empezamos con ese sistema de distribución. Luego le pidió a Álvaro Navarro que se haga cargo de lo foráneo, y empezamos a diseñar la estructura administrativa".

Con la experiencia de Tuxpan de haber cuadruplicado las ventas mensuales, el camino

# Cumple 70 años Coca-Cola, "La chispa nayarita"



\* En 1953, dos modestas máquinas Dixie de pedal producían cada una apenas sesenta botellas de 6.5 onzas por minuto. Dos rutas de distribución llevaban el producto, Centro y Foránea, se cubrían con dos camiones: un Diamond 1941 y un Chevrolet 1946; ambos de piso, un triciclo y una bicicleta para surtir pedidos a hogares en la ciudad, complementaban el parque vehicular de la incipiente empresa que tenía entonces dieciséis colaboradores

\* En siete décadas se ha construido lo que hoy es Coca-Cola: "Ahora embotellamos 1500 botellas por minuto; tenemos 350 rutas y 2900 colaboradores", puntualiza Antonio Echevarría Domínguez, presidente del Consejo de Administración de Grupo Álica y accionista mayoritario en esta empresa

\* Actualmente Embotelladora del Nayar, la franquiciataria de la marca Coca-Cola en Nayarit y Puerto Vallarta, vende alrededor de sesenta millones de cajas al año, una cantidad que le ha valido reconocimiento y premios por su liderazgo absoluto en el mercado. Hoy tiene una participación del 96 % en el mercado del refresco de cola y 86 % del total del mercado de las bebidas gaseosas

sería tomar el control de la distribución del producto de forma directa; no hubo alguien más interesado en ganar mercado que él y su equipo:

— Le dije a Álvaro: "Arráncate".

"Mi primo hermano Maurício Guicho Porras, en paz descansa, tenía la distribución en Santiago y Villa Hidalgo; entre los dos centros vendían creo que 14 000 o 15 000 cajas por mes; el primer mes con la distribución a nuestro cargo vendimos 40 000 cajas; lo interesante e irónico, claro, es que al distribuir le prestabas el envase pero te daba cheques botados y nunca disponía del producto necesario para surtir. Entonces ya teníamos Tuxpan, Santiago y Villa Hidalgo y así nos fuimos.

El último distribuidor al que le rescindimos la concesión fue a don Martiniano Trejo; él tenía Compostela, Las Varas y Puerto Vallarta. Álvaro fue con él, me acuerdo bien; doña Chayo Trejo era hija de él. Me dice Álvaro: Oye, Toño, estoy con don Martí, dice que nos da un millón de dólares si no le quitamos la distribución. Fíjate, dile que no. Don Martiniano vendía en Compostela, Las Varas y Vallarta 32 000 cajas; nosotros el primer mes vendimos 90 000".

Esa última batalla librada les significó convertirse en distribuidores directos en una de las zonas con mayores ventas, de mayor desarrollo ya visualizado desde aquella lejana década de los setenta.

Con la distribución directa había un reto mayor: consolidarse en Puerto Vallarta. Entonces, Vicente Fox era Presidente nacional de Coca-Cola Export Corporation; Antonio le dijo:

— Oye, Vicente, fijate que acabamos de rescindirle el contrato al distribuidor de Vallarta y quiero entrar. Vallarta es de las mejores zonas que tenemos, casi es mejor que Tepic.

"Coca-Cola en aquel tiempo, como no tenía mercado nacional, de cada peso que invertías, lo gastabas y te daba la mitad.

"Querío entrar con quince camiones nuevecitos de Coca-Cola y cada camión valía 120 000 pesos, cuando ahora valen un millón y 300 000 pesos, y pues le dije sí jalaba. Sí, como no, me dijo y mandó a la semana siguiente un cheque por 900 000 pesos. Fíjate lo que es el imperialismo yankee: para no hacértela larga, empezamos a crecer, pero en 1974. En esos años la rival Pepsi Cola era líder en el mercado con el setenta por ciento de las ventas, mientras que Coca-Cola tenía difícilmente el treinta por ciento restante".

En ese mismo 1972, su familia — que era propietaria solamente del cuarenta por ciento

de Coca-Cola en Nayarit— compra el restante sesenta por ciento de las acciones: "La familia era dueña del cuarenta por ciento; los socios eran Joaquín Fernández Suárez, Rafaela Echevarría de Fernández, Antonio Echevarría Pérez y Nicolás Echevarría Pérez, y el sesenta por ciento restante, de los García Castellanos, que eran los dueños de La Favorita de Guadalajara, y mi tío Joaquín era el distribuidor de Coca-Cola en el estado de Nayarit. Viendo el mercado que ya era estable de poner una fábrica, pusieron en 1953 la fábrica en Veracruz y Zapata, donde está actualmente Teléfonos de México. Toda esa manzana era de mi abuela, y la casa era una casa vieja; la acondicionaron con un patio, una bodega, y se tenía una máquina Dixie que hacía sesenta botellas por minuto; se punteaba la botella chiquita que era el emblema, dos limonadas, una de limón y otra de mandarina, que era La Favorita, lo que se vendía. Tepic tenía dos rutas: Centro y Foránea, y un triciclo para los pedidos de las casas. Ahí eran como dieciséis colaboradores, ahorita embotellamos 1500 botellas por minuto; tenemos 350 rutas y 2900 colaboradores. Pero en aquel entonces, se vienen del Centro para acá, a la avenida Insurgentes en 1959.

"En 1972 me nombran Gerente de Embotelladora del Nayar, aquí donde actualmente están; ya contábamos con ciento diez colaboradores. Entonces Hacienda no estaba tan agresiva, era como en Estados Unidos: te daba chance de hacer negocio; como no ocupaban como ahorita para el pago de la deuda, te daban chance de hacer negocios y podías hacer muchas combinaciones, y aun cuando era precio congelado, te daba utilidad pero no te daba liquidez, la liquidez es cuando tienes dinero en la caja; ganas pero no tienes dinero, pero hacíamos créditos a nombre de Coca-Cola y se lo metíamos al fraccionamiento.

"Me salgo yo y se queda mi hermano Enrique, Álvaro operando. Enrique trabajaba en Tabaco en Rama, S.A. de C.V. (Tersa) antes de que la nacionalizaran. Se enseñó en producción, fue Gerente de Producción. Me voy en el '76, y mi tío me dijo:

— No te vayas, acuérdate de lo que debemos.

"El negocio ya estaba encarrilado, yo creí que ya estábamos empatando con Pepsi Cola el gerente (de Pepsi Cola) era don Mariano Alonso Macías. Me decía:

— Toñito, no te da miedo el sindicato, estás abriendo un sindicato.

— No, mire, yo traigo esta norma de ganar: si el negocio da, hay que pagarles, y ganan ellos y gano yo.

"Yo me eché siete gerentes de Pepsi Cola porque no podían conmigo, pero teníamos el dique de la ACASPEN, que era un monopolio.

"Para que llevaran

una carga a un municipio, ellos traían camiones rabones, que agarran cuatrocientas cajas, pero un tráiler te agarra 1300 cajas de refresco. Para hallarlos y para que quisieran ir... Por eso tampoco había Coca-Cola en los municipios. Empezamos también con rabones, para lo cual Fonseca, de la Chrysler, empresa que todavía no era de nosotros, nos fío un camión que costó 195 000 pesos; el chofer era el Charra; dizque buen precio, mentiras; le dábamos 15 000 pesos al mes y todavía nos quedaba una lanita por cobrar. Fletes (la empresa) estaba exenta de impuestos, nada más pagabas al año cincuenta pesos por camión rabón y doscientos cincuenta pesos por tráiler... Dentro del Impuesto Sobre la Renta había un capítulo que se llama Bases Especiales de Tributación y ahí estaban fletes, gasolina, campo, agricultura y ganadería. Nosotros sacamos por conclusión que éramos beneficiados porque los dueños del transporte a nivel nacional eran Carlos Hank González, Margarita López Portillo y Rubén Figueroa, eran los dueños del transporte. Margarita tenía 1500 pipas".

¿Esta empresa, Fletes, tenía como único propósito llevar el producto?

"Nada más el producto nuestro, sólo Coca-Cola. Viene Vicente Fox, Alejandro Rodríguez Reyna, que era el Vicepresidente y Cristóbal Jaime, me dicen:

— Oye, pinche Toño, ¿qué está haciendo? De venderte tantos litros de concentrado ahora te estamos vendiendo el doble.

— Mira, no se vendía Coca-Cola porque no había, y descubrimos esto.

"Ese fue mi error porque a partir de ese momento empezaron a modificar la Ley de Hacienda; todos los de Coca-Cola pues metieron fletes, y aquí la SCT para que fuera deducible te daban una guía y nosotros íbamos con la secretaria, le dábamos mil pesos, y nos daba un cartón de guías. Lo que es México y a llenar guías".

¿Pensó algún día en tener este éxito con Coca-Cola? ¿CÓMO pensaban?

"Coca-Cola Export Corporation pensaba en tener mayoría, a nivel mundial tiene el setenta por ciento y a nivel nacional tiene el ochenta y cinco, es una barbaridad. Ahora ya no te ayudan; ya estás ganando, ya te damos tu apoyo, ya te subsidiamos, ahora muévete con tus propios recursos; te ayuda con los refrigeradores, con el treinta por ciento. Tenemos colocados 40 000 refrigeradores prestados, con que nos vendan una caja dentro nos damos: 40 000 cajas diarias".

Hay alguien que conoce también completa esta historia es Francisco Arias Castellanos, quien tenía apenas 16 años de edad llegó como colaborador en 1955 y escaló todos los puestos hasta ser gerente de Embotelladora del Nayar de 1980 a 2003. Actualmente es accionista de la empresa.

El recuerdo es puntual cuando habla de los hombres que encabezaron el esfuerzo de la Coca-Cola en Nayarit desde sus inicios: "El primer Gerente fue Ernesto Arrache, esposo de Mireya Mercado, de la familia Mercado que vive por la San Luis; él era representante de Coca-Cola Export cuando se abrió la planta y se quedó como Gerente. Posteriormente llegó Enrique Salcido de Guadalajara, quien estuvo también una temporada, y cuando nos cambiamos para (la avenida) Insurgentes llegó otro Gerente, compadre de Joaquín Fernández Suárez, don Manuel Ibarra Trujillo que fue precisamente en la época en que yo me retiré. Él estuvo de 1959 a 1961; posteriormente llegó don Manuel Medina, un hombre de Campeche, gran conocedor del negocio, quien falleció, y ya en 1972 asumió Antonio Echevarría Domínguez".

¿Y en ese entonces que era Coca-Cola? se le pregunta a Francisco Arias: "Era una planta muy pequeña en ese tiempo, una sociedad de los embotelladores de Guadalajara, los García Castellanos, dueño de La Favorita y que en ese tiempo tenían la franquicia en los estados de Jalisco, Nayarit, Colima y Guanajuato; ellos eran los embotelladores y Joaquín Fernández Suárez, que precisamente inició como distribuidor de la planta de Guadalajara. Posteriormente, en 1953 cuando se inició la embotelladora, se hizo en sociedad, entre los García Castellanos y la familia Echevarría: don Joaquín, doña Rafaela, don Toño, la familia Echevarría Pérez. Don Carlos García Castellanos era el Gerente de La Favorita y junto con sus hermanos Juan y Vicente, se asociaron aquí con don Joaquín, como lo hicieron con otras plantas, como en Colima".

## La competencia en aquellos años

¿Qué marcas de bebidas gaseosas había en ese tiempo en Nayarit? Las recuerda una a una: "Estaban el Crush de Serafín Muñoz por la avenida Juárez, donde ahorita está la Universidad Nueva

# ¡QUE NO SE TE PASE!

Acude a las oficinas de Padrón y Licencias, ubicadas en el Edificio de la UMA, Av. Mezquitilla #1604, 1er. Piso, Col. Portales.

## REALIZA EL REFRENDO de tu licencia municipal

Lunes a viernes de 8:00 a 15:00 hrs.

Tienes hasta 31 de marzo

Puerto Vallarta

UNIDOS POR LA TRANSFORMACIÓN



Joaquín Pardo de Sahar y otros accionistas de Cervecerías Pardo Desbobladoras del Nayar, S.A. de C.V. en 1951.

Galicia; estaba el Kiss de don Rafael Ibarra, una embotelladora que estaba en Veracruz y Miñón; otra del señor González, que estaba por la calle Ures y Zaragoza, y había otros en Santiago, otra fábrica en Aconopeta, de los Espinosa. La verdad es que había varias embotelladoras en esos años y desgraciadamente con el tiempo fueron desapareciendo la mayoría y también Pepsi-Cola desapareció como planta y se quedó solamente como distribuidora”.

Se comercializaban muchas bebidas en aquellos años, de nombre internacional o de modesta manufactura local: Delaware Punch, Crush, Zimba Kola, Mission y claro, el entonces dueño mayoritario del mercado, el rival Pepsi-Cola.

de aquí hasta Nogales en todos los ríos.

Entonces —agrega— nos autorizaron e hicimos un plan maestro: con Gregorio Moreno y tu servidor, retiramos todo el envase de Coca-Cola chico, lo cambiamos por Coca-Cola de doce onzas y únicamente de ese surtimos en el mercado. El plan eran seis meses al mismo precio; por ningún motivo, pasara por lo que pasara, nosotros íbamos a surtir otro producto que no fuera el de doce onzas en ese lugar, esa fue una cosa impuesta y expuesta a lo que pasara”.

El resultado se logró y motivó un cambio mundial: “A los seis meses volvimos a llevar Coca-Cola chica para que el consumidor decidiera cuál quería; obviamente fue un éxito la de doce onzas y se quedó; vale decir que fue el primer lugar en el mundo que hubo Coca-Cola de doce onzas y fue empujando por el grupo embotellador de Tepic en Aconopeta, para el mundo... era única, eso fue un parteaguas y a nivel mundial. A partir de ahí empezamos a ganar mercado y a competir al tú por tú, y ya en 1959 metimos el sabor de Fanta naranja, porque tampoco teníamos sabores y también fue un éxito”, recuerda con especial orgullo y se le desborda en cada expresión.

La estrategia “nos volvió más competitivos, ya con más productos y más competitivos también se empezó a necesitar más producción y más camiones”. Reconoce que cuando llegó a

responsable junto con su equipo de muchas variantes, entre ellas, conservar el liderazgo en el mercado para lo cual es necesario que esta empresa con casi tres mil colaboradores funcione de forma óptima en cada una de sus áreas.

Uno puede pensar desde fuera, y además lo verbaliza: “La Coca-Cola no necesita hacer publicidad”, y recuerdo que alguien dijo “no, necesitamos hacer mucha publicidad, de muchas formas”. ¿Cómo funciona esta parte? ¿Si es necesario hacer mucha publicidad para vender muchas coca-colas?”

“Sí, no es cierto que Coca-Cola se venda sola. Yo creo que si ocupamos meterle mucha publicidad, ¿qué necesitamos meter a cada una de las tiendas, a cada uno de los changarros? Nosotros les llamamos su protocolo prioritario, necesitamos llevarlo a cada punto de venta; necesitamos que el vendedor, el preveedor, en cada una de las tiendas acomode el producto como se les dice en sus capacitaciones y otra muy importante: siempre debe haber un refrigerador, ¿para qué? para que la Coca-Cola, la Fresca, la Fanta siempre estén frías, y eso llame a tomar, a consumir. Todo eso lo platicamos día a día, todo eso siempre está muy bien presentado y con una excelente publicidad, no porque yo esté acá, yo digo: los mejores para hacer

Georgia, por su excelente desempeño comercial, social y de productividad, James Quincey, CEO de Coca-Cola Company, entregó de primera mano el galardón a don Antonio Echevarría Domínguez”.

— «En este momento qué es lo que sigue como líder de este equipo?»

“Seguir teniendo el liderazgo, pues contamos con el 94% de participación en el estado. Noventa y cuatro de cien refrescos los produce Coca-Cola, son nuestros, y el resto Pepsi, Aga, Peñaflor”.

Berechoea comenta que una tarea constante es “seguir creando paladares”. Le preguntamos a qué se refería con esto:

“Las generaciones van creciendo y un chavo que le pega duro al ejercicio, estudia, camina, se come unos tacos y se toma una Coca, no hay problema, pero este joven va creciendo y piensa ‘me cuidó’; entonces surge un segmento que abandona la Coca-Cola regular, por lo cual tenemos un segmento de Coca-Cola sin azúcar, que efectivamente tiene diferentes endulzantes no calóricos, no que te hagan daño, que eviten el sobrepeso [...]. Luego abrimos el portafolio, ya nos metimos a los desayunos: anteriormente desayunabas y te tomabas una Coca-Cola, ahora podemos desayunar con un jugo Del Valle, de manzana, de naranja... Hay productos cuya materia prima son las naranjas compradas en nuestros campos, las manzanas son compradas en campos de México”.

— Yo creo que lo obligado aquí es también hablar de la sustentabilidad; yo sé que ustedes hacen lo necesario para tratar el agua, riegan parques, jardines; sé que Coca-Cola está haciendo un esfuerzo a nivel mundial por reducir su impacto ambiental, para que todo sea reciclable.

“Decíamos que en el año 20 íbamos a hacer una empresa sustentable, ya lo somos, pues tenemos efectivamente una planta tratadora de agua; esta planta de tratamiento nos da el agua que utilizamos aquí, la cual lleva varios procesos, y tenemos una planta de aguas residuales que la tratamos para que no salga tan sucia, en palabras coloquiales, y esa agua está al servicio de la sociedad para sembrar.

“Para 2030 [...] si yo vendo cien botellas, tengo que reciclar el mismo número. ¿Qué vamos a hacer? Que todo lo que vendamos prácticamente sea producto reciclado. Hoy día, en las botellas de Ciel natural, si le ven un poquito de azul es porque todas esas botellas son 100% recicladas. ¿Cuál es el éxito? Es porque embotelladora del Nayar se asoció con PETSTAR, y tenemos la recicladora más grande del mundo en Toluca; hacemos el acopio de PETSTAR. La empresa que les digo que se dedica a reciclar este material, el que sale de las botellas que en algún momento usamos, cuando antes las tirábamos en la basura, donde había papel, fruta...”

“Ahora no lo que queremos es separar basura; tenemos espacios para que todas estas botellas caigan ahí, y este año en Embotelladora del Nayar hicimos una ruta en donde están todos los centros de distribución y están recogiendo todas estas botellas, ¿para qué? para mandárselas a PETSTAR así tengamos producto para reciclar”.

En 70 años el esfuerzo ha sido enorme, de aquella modesta empresa del centro de la ciudad a la planta embotelladora de la avenida Insurgentes, además del Centro Productor y de Distribución de San Vicente, municipio de Bahía de Banderas. La empresa cuenta con 12 Centros de Distribución (CEDIS) en la entidad y Puerto Vallarta, Jalisco.

Coca-Cola en Nayarit y Puerto Vallarta ha sido desde su origen una empresa familiar. Lo sigue siendo; forma parte vital del Grupo Alica, el consorcio de empresas que más empleos directos genera en Nayarit.

El sábado pasado, entre las muchas celebraciones que el Grupo Embotellador Nayar preparó por sus 70 años regaló a los nayaritas la presentación de Banda El Recodo que ofreció un gran concierto en la totalmente abarrotada Monumental Plaza de Toros de Don Antonio.

La política de ganar-ganar para accionistas y colaboradores, le ha permitido que nunca en su historia de 70 años esta empresa haya tenido una huelga, no obstante a tener relación contractual con dos sindicatos, uno local y otro nacional.

La historia de Coca-Cola Nayarit es la de su gente, la de cada uno de sus 2 mil 900 colaboradores, de sus familias que cada día cincelan el destino de esta empresa que les permite salir adelante y generar desarrollo para Nayarit.

Las 61/2 onzas y el tránsito a las 12 onzas

No siempre Coca-Cola fue el refresco que más se vendía en Nayarit. Otra marca dominante del mercado en proporciones que fácilmente rondaban el 80 %. El tema lo aborda Arias Castellanos con bastante puntualidad: “La embotelladora Coca-Cola tenía dos problemas para no desarrollarse: uno, estrecheces económicas, por lo cual no teníamos una distribución bien desarrollada en todo el estado, únicamente se atendían las cabeceras municipales, a todas las rancherías no llegábamos, no teníamos camiones para distribución; otro grave problema es que no podíamos competir debidamente porque nosotros nada más teníamos Coca-Cola de seis y media onzas y Pepsi Cola desde que inició lo hizo con doce onzas, casi el doble del producto al mismo precio, y con una distribución mucho más agresiva, completa”, reconoce.

El grupo Pepsi que operaba como líder en Nayarit era propiedad de don Salvador Padilla Aldrete que era, además, el franquiciatario de la marca en Jalisco, Colima, Guanajuato y parte de Morelia, Michoacán; era muy grande y muy exitoso: tenía distribución, tenía todo, una mejor fábrica, más moderna.

¿Cómo competir verdaderamente y lograr ser líder del mercado? se convirtieron en dos tareas prioritarias hacia finales de los años cincuenta: “Empezamos a luchar para que Coca-Cola Export, que era quien daba la franquicia, nos autorizara introducir la botella de doce onzas, ya que en todo el mundo solamente había la Coca-Cola chica, que era de seis y media onzas”, narra sobre el inicio de lo que sería una gran lucha.

“Un representante y un servidor estuvimos insistiendo casi un año duro y duro, en que eso era lo que deberíamos hacer si realmente queríamos competir con Pepsi Cola: el tamaño de botella con doce onzas. A base de mucho insistir y un poco de todo: ambición, empuje y coraje, logramos que nos autorizaran hacer una prueba piloto con la presentación de doce onzas pero solamente en Aconopeta, porque en aquel tiempo no había puentes, eran chalanes para pasar el río; el destino de Aconopeta era un lugar muy retirado de la capital y en tiempo de lluvias no podías cruzar, nada más por el chalán, no había ningún puente



la Gerencia de la Coca-Cola Antonio Echevarría Domínguez, con su empuje y el de Alvaro Navarro Hernández, las distribuciones en los municipios comenzaron a ser directas; ese fue otro enfoque fuerte para empezar ya la competitividad muy agresiva hacia la competencia que eran Pepsi Cola y grupo AGA, que se había instalado en 1964, y era también una competencia real. Al hacer la distribución directa se logró llegar hasta el último pueblito y nos fuimos para arriba; ya el problema no era la venta, ahora era tener capacidad de producción, capacidad de distribución y ese fue el reto de empezar a desarrollar la planta, distribución, camiones, edificios”, apunta muy claramente.

A c t u a l m e n t e Embotelladora del Nayarit, la franquiciataria de la marca Coca-Cola en Nayarit y Puerto Vallarta, vende alrededor de sesenta millones de cajas al año, una cantidad que le ha valido reconocimiento y premios por su liderazgo absoluto en el mercado. Francisco Arias recuerda con nostalgia aquel tiempo que obtuvieron cuando lograron en un año vender un millón de cajas. Hoy la empresa tiene una participación del 96 % en el mercado del refresco de doce onzas y 86 % del total del mercado de las bebidas gaseosas.

Jorge Berechoea Echevarría es el gerente general de Embotelladora del Nayar, S.A. de C.V., el

— «Este es el canal tradicional, el de las tiendas».

El canal tradicional es la tienda de la esquina, los hogares con venta es el canal tradicional y este es una palanca muy fuerte para el negocio. Porcentualmente somos el número uno a nivel nacional en este aspecto”.

Se muestra agradecido con las personas del canal tradicional, pues reconoce que durante los inicios de la pandemia, ellas compensaron las pérdidas de ventas en grandes cadenas: “Bueno, la pandemia nos dijo que debíamos atender el canal tradicional y el canal tradicional nos dio para sacar los números que tuvimos en la pandemia; si no lo hubiéramos tenido bien estructurado, estuviéramos hablando de números muy tristes, pero a Dios gracias el canal tradicional soportó las caídas en los centros comerciales, ¿por qué? porque no había movimiento”.

— Escuché que tenían más de 30 000 puntos de venta en el canal tradicional.

“Sí, es que el éxito de Coca-Cola es la distribución; a nivel México es la distribución, es cierto, y de los lugares más lejos a donde hemos llegado en el mundo es allá en la sierra, a Santa Teresa, Jesús María, donde a veces no hay ni luz, pero efectivamente encontramos una Coca-Cola.”

— Volviendo al tema de Coca, dices que, en proporción, esta planta es la que vende más en el canal tradicional y ¿en términos absolutos cuál nivel tiene en estructura en comparación de otras plantas a nivel nacional?

“Del 100 % nosotros representamos el 1.5 %”.

— ¿De ventas?

“Sí, sí”.

— ¿Sabes cuántas plantas hay?

“Somos nueve grupos en México. [...] (Respecto a su magnitud) nosotros somos de abajo para arriba, el tercero: es Nogales, Colima y Nayarit.”

— A pesar de no ser una de las plantas con mayor capacidad, en 2018, Embotelladora del Nayar recibió el premio Coca Legacy en la sede mundial de Coca-Cola Company en Atlanta,



La Carrera con Causa entregó más de 300 mil pesos al Albergue Vida Nueva

# Histórica participación en XI Medio Maratón y XII Carrera Atlética de SEAPAL Vallarta

\* Los hermanos Isabel e Israel Oropeza Vázquez, se llevaron el triunfo en el Medio Maratón

MERIDIANO/Puerto Vallarta

Superando expectativas de participación, más de mil competidores tomaron parte del XI Medio Maratón y XII Carrera Atlética de SEAPAL Vallarta, la fiesta deportiva que cerró con broche de oro cinco días de actividades en conmemoración por el Día Mundial del Agua 2023.

Además de ser un éxito en el plano deportivo, se trató de una carrera con Causa, en la que se entregaron al albergue Vida Nueva del DIF Municipal, 236 mil 800 pesos, correspondientes a la bolsa recaudada por inscripciones, más 70 mil pesos donados por la empresa Prisa, para la atención de niños vulnerables.

Correspondió al director general de la institución, Jorge Castillo Núñez, a nombre del alcalde, Profesor Luis Alberto Michel Rodríguez, hacer sonar la chicharra que dio la salida a los primeros competidores en las inmediaciones de la Unidad Deportiva Agustín Flores Contreras, que albergó el color, música y alegría de esta fiesta con temática ambiental.

Acompañado por el director del Sistema DIF Puerto Vallarta, José Roberto Ramos Vázquez, en representación de la presidenta de la institución, María de Jesús López Delgado, Jorge Castillo resaltó la gran participación e inédita recaudación en la edición 2023 de la competencia.

"Agradecemos a todos quienes hicieron posible llegar a esta cifra histórica, eso habla de la confianza que se tiene en la carrera, la gran tradición que estamos creando y el ejemplo para las generaciones que están empezando", expresó.

En el medio maratón, rama varonil, el primer lugar se lo llevó el tonalteca Israel Oropeza Vázquez con un tiempo de 1 hora 05 minutos 59 segundos, el keniano Ndege Stephen cruzó la meta en segundo lugar con un tiempo de 1 hora 06 minutos 53 segundos, mientras el tercer lugar quedó en manos de Rubén Chávez Hernández con 1 hora 07 minutos 21 segundos.

Isabel Guadalupe Oropeza Vázquez, se convirtió en la primera mujer en cruzar la meta de los 21 kilómetros con un tiempo de 1 hora 15 minutos 01 segundos, Guadalupe Jazmín Aguilar lo hizo de segunda con un tiempo de 1 hora 15 minutos 36 segundos, cerrando el podio Mochamalydiah Bosibori con 1 hora 23 minutos y 43 segundos.

En los 5 kilómetros, categoría libre para varones, el primer lugar fue para Jonatan Germán Ortega con 15 minutos 38 segundos, Iván Ulises García Quintero con 15 minutos 47 segundos llegó en segundo sitio, y el tercer lugar fue para Humberto Meza con un tiempo de 17 minutos 08 segundos.

Por su parte, en la misma distancia rama femenil, Fanny Jaquelin Oropeza Vázquez, se adueñó de la victoria con un tiempo de 15 minutos 39 segundos, superando a Martha Nallely Navarro y Dulce Guadalupe Sánchez quienes registraron 18 minutos 54 segundos y 20 minutos 39 segundos respectivamente.

Los resultados completos se encuentran disponibles en el sitio [www.trotime.com](http://www.trotime.com).



## AVENTAJA MORENA AL MC EN JALISCO



Pablo Lemus Navarro.

De acuerdo al reciente estudio demoscópico realizado por "Massive Caller", Morena tomaría ventaja en la sucesión para gobernador en el estado de Jalisco. Con el 30.2 por ciento de los sufragios emitidos el Partido Morena se alzará con una victoria holgadamente, si en este momento fuesen las elecciones.

SE INVIERTEN...

En segundo lugar quedaría el Movimiento Ciudadano (MC) con un total de votos de 24.4 por ciento de los votos emitidos.

PERO

En cambio la Coalición de partidos que propone el PRI, PAN y el PRD se quedarían con 21.2 por ciento de los votos.

JALISCO SE DECIDE AQUÍ

Lo cual quiere decir que si unen fuerzas el MC, PRI, PAN y PRD,—en ese hipotético caso— podrían vencer a MORENA, pero solo en caso de que se alien, pero que eventualmente se ve muy lejana una alianza entre partidos, ya que Movimiento Ciudadano quiere jugar solo, no solamente por lo dicho por Dante Delgado Ranauro, líder moral de ese instituto político, sino porque Enrique Alfaro Ramírez —el actual gobernador— así lo quiere, con su frase matona: "jalisco se decide en jalisco".

Y APARECE ADELANTE

Pero ese solamente es en el caso de los partidos políticos. Hay tres personajes muy conocidos: Pablo Lemus Navarro, de MC, Carlos Lomeli de Morena y Arturo Zamora del PRI, que encabezaría la Coalición de partidos, pero con el anuncio que acaba de hacer el también notario público de abandonar las filas del Revolucionario Institucional, que ya fue alcalde por Zapopan, Jalisco.

ZAMORA YA NO

Lo más seguro es que la coalición la encabece otro personaje altamente rentable para el PAN el doctor Alfonso Petersen Farah que en el 2015 fue presidente municipal de Guadalajara y que casualmente aparece como el más calificado para ocupar el cargo para gobernador; con el 25.8 por ciento del conocimiento, apenas y dos décimas por encima de Arturo Zamora Jiménez.

PERO EN PRIMER LUGAR

Pero si hablamos de personajes y candidatos, cuando se les hizo la siguiente pregunta "¿Quién le gustaría que fuera el candidato a gobernador?", la respuesta no deja lugar a dudas: casi por un cuerpo les pasa a su más cercano perseguidor: Pablo Lemus Navarro con 38.2% que es Carlos Lomeli con el 28.4%.

ETERNO PERDEDOR

Lo cual habla de un rechazo a Carlos Lomeli, pues a pesar de que ya tuvo la oportunidad de haber sido candidato por Morena, perdió ante Enrique Alfaro. Su nivel tendría que ser inalcanzable, pero lo ha rebasado por la derecha Pablo Lemus, un personaje que ha sido dos veces presidente municipal de Zapopan y una de Guadalajara, lo que es peor, perdió la posibilidad de ser alcalde de la capital del estado y pasó a ser un regidor más en la lista de Morena.

ARANA, EL EJEMPLO

Lo cual habla de que en Jalisco no quieren a los perdedores: ahí tienen el caso de Jorge Arana Arana que fue alcalde por Tonalá, y perdió la gubernatura en un par de ocasiones por el PRI.

CARAS FRESCAS

En este caso tendría que innovar MORENA con el profe Luis Alberto Michel Rodríguez, con María Antonia Cárdenas Mariscal o con el actual diputado Chema Martínez Martínez, en la que el alcalde por Puerto Vallarta, llevaría mano, pues es el más aventajado de los tres, en el estudio demoscópico de "Massive Caller".



Jorge Arana Arana.



Carlos Lomeli.



Luis Alberto Michel.



Alfonso Petersen Farah.



Chema Martínez Martínez.



Arturo Zamora Jiménez.



María Antonia Cárdenas Mariscal.

En la agencia municipal de San Pancho

# Trabaja Tránsito Municipal en la señalización vehicular

*\* Conductores que transiten por la zona sin respetar las señales podrían ser multados.*

**MERIDIANO/Bahía de Banderas**

La dirección de Seguridad Ciudadana y Tránsito Municipal ha estado trabajando arduamente en la colocación de señalización en distintos puntos de la localidad de San Francisco, esto con la intención de evitar conflictos con la circulación vehicular y que en las próxima temporada vacacional ésta no se convierta en un caos.

En estos momentos la mencionada dependencia se encuentra vigilando la zona, y por consiguiente levantando folios de multa a los conductores de vehículos automotores que no respeten las señales de tránsito; ya sea que se estacionen en lugares prohibidos, transiten con vehículos no autorizados o bien en sentido contrario.

Cabe destacar que este es un

trabajo en conjunto, ya que además de Tránsito Municipal, también participan el comité de Acción Ciudadana y la Delegación de San Francisco, por lo que juntos hacen un llamado a los conductores de automóviles, motocicletas y a toda la población en general, a que respeten las señales establecidas, ya que esto permite un tránsito adecuado y beneficia tanto a los habitantes como a los que visitan la comunidad.



Con introducción de productos a tiendas de conveniencia

## Impulsan el comercio local en Puerto Vallarta

**Agencia Quadratin  
MERIDIANO/Puerto Vallarta**

Puerto Vallarta, habló de qué manera se puede los interesados acceder a estos beneficios.

Los pequeños emprendedores de Puerto Vallarta y la región podrán comercializar sus productos a través de una cadena de tiendas de conveniencia la cual está impulsando, junto con el gobierno municipal y estatal un programa denominado «Emprendiendo Contigo».

Se trata de la empresa Kiosco que, junto al gobierno municipal de Puerto Vallarta y el gobierno estatal de Jalisco, están apoyando a los productores con capacitaciones, asesorías y la comercialización de sus productos. «Buscamos generar las condiciones para los productores locales de la región que puedan crecer a mediano y a largo plazo y que puedan consolidar su marca», detalló Esteban Verdín Aguilar, coordinador de asuntos públicos de la cadena Kiosco.

«El programa tiene el objetivo de generar las condiciones desde el tema de capacitaciones diversas, el tema financiero, el producto, desarrollo de marca, para que estas puedan estar primero, tienen que pasar por un proceso revisión, para que el producto sea de calidad y para que también sea rentable para el productor», añadió Verdín Aguilar.

En ese sentido, Martha Ibarra, subdirectora de desarrollo Empresarial del gobierno de

«Pueden contactarnos directamente en la subdirección de desarrollo empresarial para poderlos vincular con la Secretaría de Desarrollo del Estado de Jalisco para futuras capacitaciones de hecho traemos ya un programa próximamente para capacitar a empresarios emprendedores que los podamos ayudar a que desde un inicio integren o ingresen a la formalidad y puedan tener este tipo de exposición en tiendas de conveniencia», detalló.

El desconocimiento de este tipo de beneficios o el temor a emprender son algunos de los obstáculos a los que se enfrentan los productores, añadió Marta Ibarra. «Hoy tenemos un grupo de más de 10 o 12 productores que están aquí que muy orgullosos de representar lo que ellos mismos han elaborado con las recetas de sus madres, de sus abuelas y que hoy están buscando justamente comercializar y llegar a muchas personas más».

La funcionaria del gobierno municipal llamó a que, si los productores y emprendedores creen en su producto, que se atrevan y que busquen los apoyos y las oportunidades que los gobiernos, tanto municipal como del estado de Jalisco, están ofreciendo para este tipo de situaciones», expresó.

Que se ajustarán según la hora del día

## Tendrá el Boulevard Riviera Nayarit semáforos sincronizados

*\* Cuentan con tres tipos de activación. Modo Valle, cerca del mediodía cuando el tráfico está relajado; Modo Hora Pico, por la mañana y por las tardes; y Modo Nocturno*

**MERIDIANO/  
Bahía de Banderas**

Desde hace tres días, personal de la Subdirección de Tránsito y Vialidad del XI Ayuntamiento de Bahía de Banderas en conjunto con SEMEX (Semáforos Mexicanos) han trabajado en la instalación de dispositivos de circulación vehicular.

Estos semáforos cuentan con un Sistema de Posicionamiento Global (GPS) para su mejor función.

Además de ello los semáforos

tienen tres tipos de activación. Modo Valle, cerca del mediodía cuando el tráfico está relajado; Modo Hora Pico, por la mañana y por las tardes; y Modo Nocturno, cuyos ciclos duran menos tiempo y estará activo a partir de las 1000 horas.

Será el miércoles cuando se analicen los primeros resultados del funcionamiento de estos semáforos para así aplicar los ajustes necesarios, así lo señaló el subdirector operativo de Tránsito y Vialidad, Juan Diego Aguirre Rivas.



El evento turístico más importante de México

## Participa el Profe Michel en el Tianguis Turístico 2023

*\* El alcalde encabeza a la comitiva vallartense, buscando generar los mejores resultados para nuestra ciudad*

**MERIDIANO/Puerto Vallarta**

El alcalde de Puerto Vallarta, Profesor Luis Alberto Michel Rodríguez, participa en la edición número 47 del Tianguis Turístico el evento más importante del sector turístico del país que este año se celebra en la Ciudad de México con la participación más de 600 expositores y más de 700 empresas compradoras nacionales e

internacionales.

Durante el encuentro, el Profe Michel tuvo la oportunidad de saludar y platicar con gobernadores del todo el país, así como legisladores y autoridades del ámbito turístico con quienes compartió temas de interés para nuestro municipio, además de buscar alianzas que fortalezcan a la ciudad y le permitan seguirse consolidando turística y

económicamente como el mejor destino de nuestro país.

El Tianguis Turístico se realiza del 26 al 29 de marzo donde confluyen tour operadores, mayoristas, agentes de viajes, organizadores de eventos y congresos de diferentes países, que a través de 40 mil citas de negocios, concretarán importantes acuerdos para los diferentes destinos de México, entre ellos, Puerto Vallarta.





Participa Centro Universitario de la Costa

# Analizan posible hundimiento en la calle Emiliano Zapata

\* También participaron en el análisis de intrusión salina en las fuentes de abastecimiento de agua potable

MERIDIANO/Puerto Vallarta

coordinador de la mencionada Maestría, informó que tras el llamado de colaboración, en base al convenio de colaboración que existe con el Cuerpo Académico 941. Ciencias de la Tierra - Peligros Naturales y a la Maestría en Ciencias en Geofísica, acudieron a analizar el posible hundimiento en la calle.

De acuerdo a la información recibida por parte de la dependencia

municipal, esta situación ya afecta a las construcciones aledañas. Por ello, con el apoyo de profesores del Departamento de Ciencias Exactas, estudiantes de la Maestría y de la carrera en Ingeniería Geofísica del Centro Universitario del Sur y del Centro Universitario de Valles, que se encuentran en la ciudad, se dieron a la tarea de realizar un estudio específico para estos casos denominado ESV.

Dicha revisión se realizó a lo largo de la calle Basilio Badillo, con el fin de determinar que ocasiona tal afectación y poder proporcionar información específica a las autoridades correspondientes.

También realizaron el análisis de intrusión salina en las fuentes de abastecimiento

Por otro lado, este fin de semana, la comunidad universitaria también participó en otra actividad. Alumnos de la Maestría en Ciudad, Cambio Climático y Resiliencia en CUCosta participaron en un problema de índole social, realizando análisis de intrusión salina en las fuentes de abastecimiento de agua potable de Puerto Vallarta.

Lo anterior se realiza en apoyo y colaboración de profesores y estudiantes de la Maestría en Ciencias en Geofísica, así como estudiantes de CUValles y CUSur.

PLANES TELCEL PLUS ¡Llévate cupones para canjear!

## Gran venta de primavera

Contrata o renueva un Plan Telcel Plus a 24 o 30 meses con renta desde \$399 o superior o compra un Amigo Kit desde \$1,199 y llévate 2 cupones\*

Canjea tus cupones en lo que más te guste

EL CANJE DE LOS CUPONES ES MUY FACIL solo ingresas a [www.qrewards.mx/ventaspecialtelcel](http://www.qrewards.mx/ventaspecialtelcel)

Del 17 al 31 de marzo de 2023 o hasta agotar existencias

La mayor Cobertura y Velocidad

Los cupones en renovación o contratación de Planes Telcel Plus aplan fírmese de 24 o 30 meses con renta mínima de \$399 o superior o en Amigo Kit desde \$1,199. \*Promoción válida a nivel nacional, excepto en COMEX, Edos. de México, Morelos y Hidalgo por 45,000 cupones disponibles con vigencia del 17 de marzo al 31 de abril 2023. Términos y condiciones de Starbucks. Se utiliza como Café Premium. Los cupones se abonan a la Tarjeta digital. Una vez asignado el número de tarjeta y su pin de Starbucks, el usuario deberá dar clic de alta como tarjeta nueva en su cuenta de Starbucks Rewards en la App, en su sesión con su nueva cuenta. El pago en las cafeterías es directo con el tipo de Starbucks. El código puede ser utilizado para adquirir cualquier producto en las cafeterías participantes. El código solo es válido por una compra. Términos y condiciones de Starbucks en sala tradicional Cinépolis. A LUPOIN LINES A DOMINGO HERRERA ABERTO SALA TRADICIONAL. El usuario recibe un cupón válido de lunes a domingo en horario abierto para ver cualquier película, el cupón deberá de presentarse en taquilla para hacerse válido en cualquier sala 2D dentro de las salas de Cinépolis y cualquier participante. Términos y Condiciones Elementos. Esta tarjeta se puede utilizar a través de la aplicación móvil Uber y puede ser utilizada en las ciudades de México donde Uber está disponible y en donde no existan restricciones legales o regulatorias para su uso. Deben tener una cuenta de Uber activa y válida para poder utilizar la Tarjeta de Regalo. La Tarjeta de Regalo no puede ser encajada y es válida en la medida que la línea de crédito, no se puede canjear por dinero en efectivo, no es reembolsable ni se aceptan devoluciones. Es posible que se requiera agregar un método de pago secundario para usar la Tarjeta de Regalo de la aplicación Uber. La Tarjeta de Regalo Uber no es canjeable y no puede ser usada fuera de México. Esta tarjeta de Regalo es emitida por Uber, S. de RL y el emisor no es responsable por tarjetas de Regalo extraviadas, robadas o destruidas, si de su uso no es autorizado. Así que trata esta Tarjeta de Regalo como dinero en efectivo.

