

LA LEY DEL MOLE

Es oaxaqueño, posee dos restaurantes, un periódico y una empresa de remesas.

El oaxaqueño Fernando López Mateos se declara a sí mismo el Rey del Mole y por ahora nadie lo desmiente. Dueño de los restaurantes Guelaguetza, en el centro de Los Ángeles, especializados en tlaxuyadas, quesillo y ocho tipos de mole (que también envasa y vende), López factura \$2 MDD al año y es un miembro connotado de su comunidad.

En 1993, cuando dejó su natal Matatlán, no soñaba con el éxito. Ganó sus primeros \$30 dólares al vender seis botellas de mezcal que trajo de Oaxaca. Dedicó sus primeros años al pequeño contrabando de productos oaxaqueños -vendía de noche en el lado oeste de Los Ángeles-, tras comprobar la demanda por los productos de su tierra. Así ahorró \$9,000 dólares, alquiló un local con un largo historial de fracasos y abrió su primer restaurante con cuatro mesas y un empleado. Hoy 120 personas trabajan para él.

Aunque sus restaurantes figuran en las mejores guías gastronómicas de Nueva York, López basa su éxito en su

propia comunidad. Separados de otros mexicanos por sus dificultades con el idioma, pasan sus días ayudándose entre sí y jugando al basketbol. Para ellos edita *El Oaxaqueño*, periódico bimestral que se diseña en Oaxaca, imprime 30,000 ejemplares en California y reenvía 10,000 a su entidad natal, con noticias de la comunidad de origen (como la apertura del McDonald's en el centro de Oaxaca), y de los emigrados (cómo obtener una licencia de conducir, pese a las restricciones en California).

También tiene una empresa de envíos de remesas con 16 oficinas en Oaxaca.

Es la única de su tipo pues, según él, permite recibir el dinero en dólares.

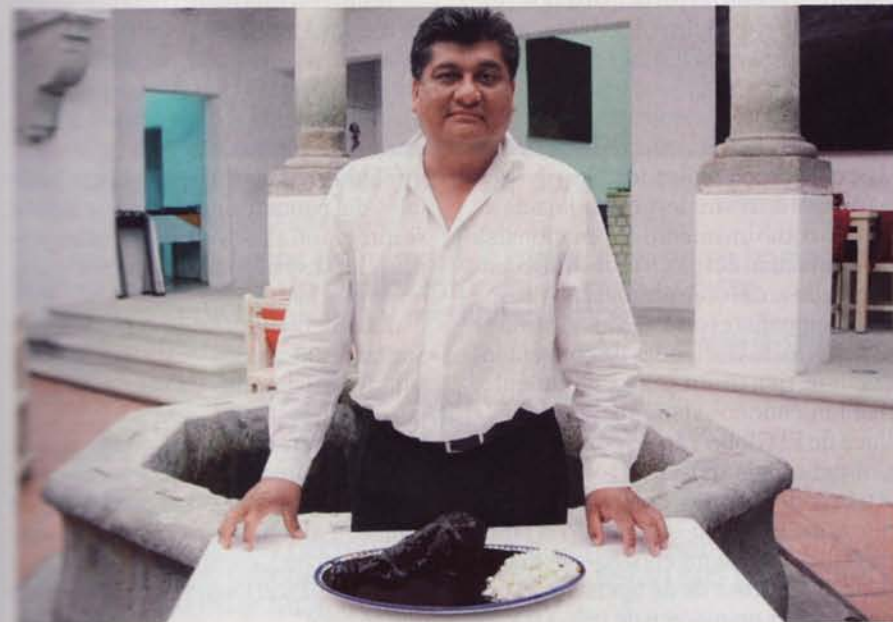
Su próximo objetivo: organizar un debate en California entre Santiago Creel, Andrés Manuel y Roberto Madrazo. "Los del exterior somos más mexicanos que los de allá." Aquí ya estamos listos para traer a los candidatos para que debatan y nos platiquen sus propuestas".

HERNÁN IGLESIAS

1.2
millones de oaxaqueños
hay en Estados Unidos.

500,000
están en California.

250,000
específicamente en
Los Ángeles



MÁS QUE UN NOPAL. Los del exterior son más mexicanos que los de allá, afirma López.

LA CIFRA

\$65,000
MDD anuales (10.5% del PIB) es el equivalente de la pérdida de recursos naturales en México.

FUENTE: INEGI

TODO EN UNO

Computabo apuesta por la convergencia.

Hace 17 años el auge de la venta de equipos de cómputo dio origen a Computabo. Hoy esta división de papelera Dabo se reinventa.

La apuesta de la compañía es captar al público de mayor poder adquisitivo, mediante servicios y asesorías que lleven a sus clientes hacia una convergencia tecnológica entre la electrónica de consumo y las computadoras, para crecer entre 9 y 12% en la próxima década, señala Adolfo Olguín, director general de Computabo.

Para competir con las multinacionales Office Depot y Office Max, Computabo basará su estrategia en ofrecer a sus clientes -hogares, pymes y profesionistas- más que una tienda, un centro de "soluciones" (si el cliente está interesado en video, tendrá la computadora, videocámara, software y accesorios en un mismo espacio), además ofrecerá cursos y asesorías sobre el uso de software, explica.

Olguín afirma que en el futuro "los mexicanos querrán tener una computadora central y pantallas de plasma que funcionen como televisión, computadora, acceso a internet y aparato de música".

La primera tienda que ya opera bajo este concepto está ubicada en Altavista, al sur de la Ciudad de México, pero Computabo ya trabaja en el aterrizaje de este modelo en Monterrey, Guadalajara y otras ciudades.

REGINA REYES-HEROLES C.