

México aprueba marcas de Trump para hoteles y turismo

Por PETER ORSI y BERNARD CONDON

Associated Press, 12 de marzo de 2017



CIUDAD DE MÉXICO (AP) — Durante un acto de campaña en Carolina del Sur el 19 de febrero de 2016, el entonces candidato Donald Trump pronunció un discurso en el que censuró la fuga de empleos estadounidenses hacia México.

"Perdemos nuestros empleos, cerramos nuestras fábricas, México se lleva todo el trabajo", afirmó en la ciudad de North Charleston. "Nosotros no obtenemos nada".

El mismo día, un despacho jurídico en la Ciudad de México tramitó silenciosamente el registro de varias marcas a nombre de la compañía de Trump por si alguna vez decidiera hacer negocios en un país con el que el hoy mandatario estadounidense tiene fuertes diferencias en torno al comercio, la inmigración y un muro fronterizo.

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) autorizó el registro de las marcas de Trump. Según documentos oficiales, las últimas tres fueron aprobadas el 21 de febrero, poco más de un mes después de que Trump asumió la presidencia, y una cuarta fue autorizada el 6 de octubre, casi un mes antes de las elecciones en Estados Unidos.

La compañía de Trump ha conseguido recientemente varias victorias relacionadas con marcas. The Associated Press informó el miércoles que el gobierno chino le

concedió hace poco la aprobación preliminar de 38 marcas registradas y de una compañía relacionada.

Eso hizo enojar a algunos senadores demócratas y detractores que le exigen al mandatario que rompa todo vínculo financiero con sus negocios globales para que evite una posible violación a la llamada cláusula de los emolumentos prevista en la Constitución de Estados Unidos. Esa disposición prohíbe a funcionarios federales estadounidenses aceptar cosas de valor de gobiernos extranjeros a menos de que el Congreso lo haya autorizado.

Los registros de las marcas concedidos a Trump en México abarcan una amplia gama de actividades que a grandes rasgos se agrupan en la construcción, los materiales de construcción, los hoteles, el sector de la hostelería y el turismo, así como los bienes raíces, los servicios financieros y los seguros. Todas esas marcas tienen vigencia hasta 2026.

Las mismas cuatro marcas estuvieron antes a nombre de Donald J. Trump y expiraron en 2015, un año antes de que se les volviera a tramitar. Las más recientes aprobaciones señalan como dueña de ellas a la compañía DTTM Operations LLC, con domicilio en la Trump Tower, en la Quinta Avenida de la ciudad de Nueva York.

Como mandatario Trump ha legado la administración de sus negocios a sus dos hijos adultos y se comprometió a no concertar nuevos acuerdos en el exterior durante el tiempo que ocupe la presidencia de Estados Unidos. Sin embargo, sus detractores aseguran que persisten dudas sobre posibles conflictos de interés y subrayan que las autoridades extranjeras podrían buscar cómo influir en Trump, ayudándole en sus negocios actuales en el exterior o allanándole el camino para otros en el futuro cuando deje la Casa Blanca.

El abogado general de la Organización Trump, Alan Garten, descartó que la decisión del gobierno mexicano haya sido un favor especial para el presidente.

"No se nos ha otorgado nada que no tuviéramos antes", apuntó. Las marcas registradas originales fueron autorizadas "años antes incluso de que (Trump) anunciara su candidatura".

Garten señaló que las marcas registradas en México tuvieron en un principio dos propósitos: preparar el terreno para posibles nuevas empresas e impedir que otras personas aprovecharan en sus negocios el nombre de Trump. El registro de las marcas tiene en este momento un carácter totalmente defensivo, agregó.

"Las circunstancias han cambiado", apuntó. "Él fue elegido y aceptamos no concertar acuerdos de negocios en el extranjero".

Richard Painter, el principal abogado de ética de la Casa Blanca durante el gobierno del presidente George W. Bush, dijo que las aprobaciones en México se ubican en una zona ética "ambigua": de naturaleza defensiva en este momento, tal vez, pero

preparan el terreno para que el presidente haga futuros negocios cuando deje el cargo.

"¿Hasta qué punto es esto correcto? No lo sé", declaró Painter. "Jamás vimos a Obama que anduviera por el mundo protegiendo su nombre, ni a Bush".

El abogado especialista en propiedad intelectual Enrique Alberto Díaz Mucharraz aparece en los documentos del registro de las marcas. Díaz, socio propietario en el despacho jurídico Goodrich, Riquelme y Asociados, en la Ciudad de México, declinó hacer declaraciones bajo el argumento de que debía respetar las normas de privacidad relacionadas con el cliente.

La oficina de relaciones públicas del IMPI no contestó las llamadas telefónicas ni un correo electrónico en el que se le solicitó que hiciera declaraciones sobre una lista de varias preguntas.

Las marcas registradas pueden ser muy valiosas para las compañías, en especial en los países donde los consumidores de clase media aumentan y reconocen la marca, dijo Ashwinpaul C. Sondhi, de A.C. Sondhi & Associates, una compañía asesora en inversiones con sede en Safety Harbor, Florida.

El analista político mexicano Alejandro Hope afirmó que el IMPI es considerado en general un organismo apolítico y lo más probable es que la concesión del registro de marca se debió a una decisión técnica. Lo más notable es que la solicitud para el registro de marcas fue presentada durante una campaña muy reñida, cuando "él ya había empezado a utilizar a México como piñata" para sus fines políticos, dijo Hope.

"Lo que me impresiona es que estos tipos pensaban hacer negocios en México al tiempo que apaleaban al país durante la campaña", según Hope.

Trump tiene un pasado empresarial irregular en México.

La década pasada, el magnate y sus hijos promocionaron con gran dinamismo el proyecto de un hotel de lujo y una zona de condominios con el nombre de Trump en la costa norte del estado mexicano de Baja California, cerca de Tijuana. En diciembre de 2006 se vendieron 188 unidades en 122 millones de dólares durante un evento en un hotel en San Diego.

Sin embargo, el proyecto Trump Ocean Resort Baja Mexico se desmoronó y decenas de compradores que habían perdido sus depósitos del 30% del costo total demandaron en marzo de 2009. Trump concertó arreglos extrajudiciales en noviembre de 2013 por una suma desconocida.

En un arreglo separado el año anterior, la constructora Irongate, que tenía permiso para utilizar el nombre de Trump, acordó pagar a los compradores 7,25 millones de dólares.

En la isla caribeña de Cozumel, cerca de Cancún, en México, Trump intentó en 2007 comprar terrenos para un centro turístico de lujo que contaría con una pista aérea y un campo de golf, según la prensa mexicana. El proyecto se topó con la oposición local y de ambientalistas, y nunca prosperó.

En total, Trump tiene al menos 20 marcas registradas en México, entre ellas el Trump Ocean Resort y Trump Isla Cozumel. Otras abarcan actividades como servicios de conserjería y de spa, un club de golf y mobiliario para el hogar. En el ámbito de la ropa está la Donald J. Trump Signature Collection.

Si hay planes de llevar la marca Trump a México, ello podría afrontar dificultades debido a la ira popular generalizada en el país hacia el presidente por denigrar a los inmigrantes mexicanos que viven sin permiso en Estados Unidos, sus amenazas de cancelar el Tratado de Libre Comercio de América del Norte y sus promesas de hacer que México pague el muro fronterizo.

Hope dijo que si un hotel de Trump estuviera entre esos planes, las perspectivas del proyecto dependerían mucho de la ubicación.

"Me parece que en la Ciudad de México enfrentaría fuertes críticas políticas en este momento", señaló Hope.

Quizá tendría viabilidad en zonas políticamente más aisladas, como las localidades turísticas playeras de Cancún o Los Cabos, "pero incluso eso sería muy difícil de promocionar", agregó.

La periodista Erika Kinetz de The Associated Press en Shanghai contribuyó a este despacho.

Peter Orsi está en Twitter como: www.twitter.com/Peter_Orsi