

Fecha 01.02.2016	Sección Dinero	Página 1-2
----------------------------	--------------------------	----------------------

BURGUER BOY MÉXICO

PLANEAN SU APERTURA

Para 2017, Burger Boy abrirá sus primeros dos restaurantes, plan que requerirá una inversión de dos millones de dólares; después seguirá la expansión hacia Morelos, Guerrero, Guadalajara, Monterrey y Querétaro, declaró Zuhaila Caram, vicepresidenta de Burger Boy México. "Vamos a iniciar con dos restaurantes en Ciudad de México, uno en Interlomas y otro estará en el sur de la ciudad", dijo Caram. :

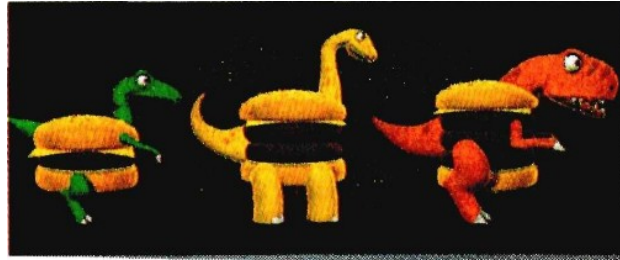


Foto: Especial

EXPANSIÓN EN CINCO ENTIDADES

Burger Boy quiere devorar a rivales

La empresa podría considerar el modelo de franquicias tras estudiar al mercado

POR ERÉNDIRA ESPINOSA
erendira.espinosa@gtmm.com.mx

La cadena de comida rápida Burger Boy abrirá sus primeros dos restaurantes en 2017, que requerirán una inversión de dos millones de dólares.

Posteriormente seguirá la expansión hacia Morelos, Guerrero, Guadalajara, Monterrey y Querétaro, declaró Zuhaila Caram, vicepresidenta de Burger Boy México.

"Los establecimientos requerirán una inversión de un millón de dólares cada uno. Vamos a iniciar con dos en la Ciudad de México, uno en Interlomas, para el que ya tenemos el predio; otro estará en el sur de la ciudad y estamos por cerrar la transacción, será inversión directa", precisó.

La directiva explicó que a partir de ese momento iniciará una expansión más agresiva: "Vamos a cinco estados, donde se pretende abrir una unidad en cada uno y en ese momento vamos a decidir, tomando en cuenta al consumidor y las variables económicas, la posibilidad de dar franquicias".

Para finales de este año, los productos como la carne molida para hamburguesas, pan y aderezos podrán comprarse en autoservicios.

AÑOS PRÓSPEROS

Burger Boy es una marca de restaurantes de comida rápida emblemática de los ochenta, cuando todavía no tenía presencia McDonald's, la cual vendía Brontodoubles y malteadas que se bebían con "locopopotes".

Según Caram, la marca es mexicana porque se lanzó en este mercado: sin embargo fue creada por un puertorriqueño y un cubano, quienes después la vendieron a Gru-



Fecha 01.02.2016	Sección Dinero	Página 1-2
----------------------------	--------------------------	----------------------

ma, el principal fabricante de tortillas en el mundo, que posteriormente decidió venderla a la empresa Whataburger.

“Esa empresa usa solamente la infraestructura, pero no dura más de dos años y dejan la marca perdida. La marca queda dormida y entonces otro grupo la adquiere”, dijo.

Ahora está en manos de otro grupo de inversionistas con experiencia en el sector educativo y en el restaurante, que se dieron a la tarea de buscarla y luego adquirirla para relanzarla en México.

SEGMENTO BOUTIQUE
Cuestionada sobre si Bur-

ger Boy está listo para competir, la ejecutiva afirmó que se está preparando para lanzar restaurantes *boutique*, los cuales contarán con una tienda en donde también se podrán adquirir los productos Burger Boy.

La estrategia no es competir con los negocios de comida rápida, sino abrirse paso en el mercado con productos tipo *gourmet*.

A finales del año pasado se hizo el anuncio del retorno de la empresa al mercado, lo que resultó benéfico, ya que se enfocará en reconquistar a los consumidores nostál-

gicos, para lo cual la compañía ha implementado varias estrategias.



“Vamos a cinco estados, donde se pretende abrir una unidad en cada uno. Vamos a decidir, tomando en cuenta al consumidor.”

ZUHAILA CARAM

**VICEPRESIDENTA DE
BURGER BOY MÉXICO**

BurgerBoy es una marca emblemática, que vendía Brontodobles y malteadas con “locopopotes”.



Fotos: Especial

Productos como carne y pan de Burger Boy, cuya vicepresidenta en México es Zuhaila Caram, podrán adquirirse en los autoservicios.