El Financiero

Fecha	Sección	Página
29.01.2010	Negocios	20

CORPORATIVO

Rogelio Varela

Herradura proyecta crecimiento de 3%

Aunque las ventas de tequila no fueron inmunes a la recesión, se espera un año de recuperación vía la venta de bebidas 100 por ciento de agave.

Andrés Conesa L.

Alejandro Valenzuela.

Emilio Azcárraga Jean.

Si bien el año que acaba de terminar no fue malo para los productores de tequila, sí implicó ajustes como en casi todas las industrias.

Se estima que en 2009 México produjo 249 millones de litros de tequila y la nota es que la exportación de la bebida 100 por ciento agave creció un 3.9 por ciento al comercializarse 1.4 millones de litros más con respecto al año anterior.

Esto ha llevado a algunas destiladoras a dirigir sus baterías a ese nicho, tal es el caso de Casa Herradura, que tiene como estratega a **Randy McCann.**

Como sabe, esa firma tequilera es parte de Brown-Forman, lo que ha permitido dar gran visibilidad a sus marcas por el hecho de tener negocios en 135 países y donde además de la marca Herradura ahora la estrategia es impulsar la marca Jimador.

Además de ese cambio en su elaboración, se decidió lanzar el Jimador Añejo que cambió de imagen, tanto en su botella como en su empaque, para mantenerse como la marca más vendida dentro de un segmento que tiene un valor de ocho mil 500 millones de pesos en nuestro país.

El Jimador en 2008 regresó a 100 por ciento agave y aquella vez fue relanzado por el antecesor de McCann, **Mark Overdyk**, lo que representó una de las mejores estrategias de la compañía, ya que es el tequila más vendido de México al tener una participación de mercado del 12 por ciento y compite contra otras mil marcas, con lo que se ha mantenido durante nueve años como el líder absoluto de las bebidas elaboradas a base de agave.

La idea es que a partir de ese relanzamiento se pueda ampliar el mercado de Herradura que, como le digo, proyecta un año de crecimiento luego de que en 2009 las ventas de la industria del tequila en México cayeron cerca de 4 por ciento por la recesión, así como por el impacto negativo de la influenza, además del consumo de bebidas como vodka y whisky.

El tequila representa 45 por ciento del mercado de bebidas alcohólicas en México, sin incluir cervezas ni vinos, siendo el consumo per cápita de un litro por persona, mientras que en Estados Unidos alcanza ya medio litro, aunque el volumen de ventas es mayor.

Y es que de un total de 22 millones de cajas de tequila que se producen al año en el país, 11.5 millones se destinan al mercado de Estados Unidos, ocho millones para consumo local y el resto a países naciones como Alemania, Rusia, Canadá, Francia, Grecia y Chile.

Otra estrategia relevante de McCann ha sido que Casa Herradura ha mantenido sus precios, incluso en la marca Jimador que, como le

$ 78827.17
Tam: 469 cm2
AGUTIERREZ

Continúa en siguiente hoja

digo, cambió de tequila mixto a 100 por ciento agave, lo que implicó mayores costos de producción.

El negocio del tequila involucra a más de 300 empresas que sólo en Jalisco dan empleo a 30 mil trabajadores, además de otros cuatro mil relacionados con la parte agrícola y la destilación.

Humo blanco en Canaero

Como le adelanté, la Cámara Nacional de Aerotransportes (Canaero) celebró esta semana su asamblea general ordinaria y en dicha reunión se decidió que **Juan Rodríguez Castañeda** sustituya a **Javier Christlieb Morales** en la presidencia de esa agrupación. Rodríguez Castañeda lleva casi seis años al frente de Aeromexpress y previamente colaboró durante 15 años en diferentes dependencias del gobierno federal. Durante la asamblea se nombró también a los ejecutivos de las líneas aéreas que formarán parte de la mesa directiva, donde figuran **Edmundo Olivares Dufoo** (Aeroméxico), como primer vicepresidente; **Manuel Reyes Medina** (Aeromar), segundo vicepresidente; **Jorge Luis Moya Huerta** (TACA), secretario; y **Carmen Torreblanca Rivera** (Aerolíneas Argentinas), como tesorera.

La ruta del dinero...

Aeroméxico adelanta

Le decía que 2009 fue muy complicado para la aviación comercial. En ese contexto, Aeroméxico, que dirige **Andrés Conesa,** se consolidó una vez más como el grupo aéreo que más pasajeros transportó en el mercado nacional, según la Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC). Estamos hablando de que Aeroméxico Connect dio servicio a tres millones 988 mil 650 personas y Aeromexico a tres millones 898 mil 4 pasajeros, dando un total de más de 7.8 millones. Esto le dio una cuota de mercado local de 32 por ciento contra 27 por ciento de Mexicana de Aviación, que dirige **Manuel Borja Chico.** Como sabe, sigue en el aire fusionar a ambas aerolíneas, aunque los accionistas aún analizan esa posibilidad.

Suben ganancias de Banorte

Entre los grupos financieros que lograron elevar su rentabilidad el año pasado, anote a Banorte, que comanda **Alejandro Valenzuela del Río,** que pese a la crisis vio crecer su utilidad neta en 18 por ciento en el último trimestre de 2009, mientras que el Retorno de Capital (ROE) pasó de 13.6 a 14.8 por ciento. Ese desempeño se explica por una subida de 8 por ciento en la cartera de crédito, además de un incremento de 44 por ciento en el financiamiento a entidades del gobierno. Un aspecto sobresaliente es que el alza en los créditos se dio sin deterioro de su cartera, de forma tal que los préstamos de difícil cobro se mantuvieron en 2.5 por ciento, siendo uno de los niveles más bajos de la banca comercial.

Azcárraga Jean en Davos

Entre los empresarios que acompañan al presidente **Felipe Calderón Hinojosa** al World Economic Forum de Davos, anote a **Emilio Azcárraga Jean,** presidente de Grupo Televisa. Le puedo decir que participará en una mesa sobre el periodismo en la era digital, una mesa que tendrá como moderador a **Susan King**, vicepresidente de Carnegie Corporation of New York; y donde estarán **Shobhana Bhartia,** consejero de HT Media de la India; **Lee Bolinger,** presidente de la Universidad de Columbia; y **Aidam White,** secretario general de la Federación Internacional de Periodistas. Azcárraga es uno de los líderes mexicanos que han apostado por las nuevas tecnologías, y es usuario asiduo de *twitter* para difundir sus opiniones y estrategias.