

Fecha 17.11.2015	Sección Cartera	Página 1-3
----------------------------	---------------------------	----------------------



Alberto Aguilar

**NOMBRES, NOMBRES Y...
NOMBRES /**

NOMBRES, NOMBRES Y... NOMBRES



Alberto Aguilar

Se mueve rubro de helados pese a entorno, MOYO aprovecha, llegará a 90 tiendas en 2015, crece a CA y por duplicarse al 2019

***Fallo definitivo de OMC en lío de atún el 20 de noviembre y listo el camino para represalias comerciales vs EU; PEMEX y CFE por nuevo MUNET en pro de energía, apoyos de IP y Banorte listo; vapulean expertos a Morena por NAICM**

MÁS ALLÁ DEL impacto que el limitado crecimiento de la economía ha tenido en los productos de consumo, un rubro que ha logrado mantener un aceptable desempeño es el de helados.

Se explica porque es un satisfactor que se mueve por impulso, amén de que los grandes actores han mantenido innovación y un permanente contacto mercadológico con los consumidores.

Por si fuera poco y en el contexto del problema que significa la obesidad, han aparecido categorías que se supone son más saludables. Ahí encajan los elaborados con yogurt que están de moda en el orbe.

El negocio de helados no se ha mostrado para nada estático. En 2013 Herdez que preside **Héctor Hernández-Pons Torres** se quedó con Nutrisa que data de 1979 y que fue fundada por **José Ibáñez Baz**. Hoy es encabezada por **Luis Zubieta** y llegó a 500 tiendas.

Además Herdez decidió ir más a fondo al quedarse a principios de este 2015 con la parte

de helados de Nestlé, operación por millones de pesos y que le significó 40 mil puntos de venta.

Para Herdez los helados ya son el 15% de sus ventas, pero se estima puedan llegar al 25% para 2020, según lo difundido por la emisora.

Una compañía que está justo en la categoría de helados de yogurt y que ha aprovechado a las mil maravillas el entorno que vive ese ámbito, es MOYO, la cual apareció en 2008 y que no ha dejado de crecer a ritmos de doble dígito. Este 2015 lo hará en más del 80%.

A la fecha MOYO que inició con apenas una tienda en el centro comercial Santa Fe, maneja 80 unidades y espera cerrar este 2015 con 90.

Fue fundada por dos jóvenes emprendedores: **Fredric Moussali** de 40 años y la francesa **Delphine Madraza** de 33. Ambos tenían proyectos de negocio por separado.

Uno de sus éxitos fue conjuntar sus habilidades en manufactura, mercadotecnia y lo operativo, especialidad de Moussali Salame quien por años colaboró para Sushi Itto a lado



Fecha 17.11.2015	Sección Cartera	Página 1-3
----------------------------	---------------------------	----------------------

del desaparecido **Alberto Romano**. Madrazo a su vez pudo consolidar un muy buen producto con una pequeña proveedora de origen búlgaro.

No todo el helado de yogurt que se ofrece en el mercado mexicano es auténtico. Esto se debe a la falta de una NOM. En el caso de MOYO se garantiza una bebida con 10 millones de lactobasilos por gramo.

MOYO que en inglés tiene una connotación de "traer onda", tiene 34 tiendas en el DF. Además 5 en Puebla, 4 en Veracruz y está en Guerrero, QR, Yucatán, Tabasco, NL, Sinaloa, SLP, Jalisco, Nayarit, Colima, Querétaro, Morelos, Pachuca.

El 50% de sus puntos de venta son propios y el resto se manejan en sociedad con inversionistas que deben ceñirse a los criterios de calidad que se buscan. Así se llegó a Costa Rica en donde ya tiene 8 sucursales y en 2016 incursionará en Guatemala.

Entre sus planes está abrir en El Salvador, Honduras, Nicaragua, Panamá e incluso Sudamérica, quizá Colombia o Perú con el apoyo de ProMéxico que comanda **Francisco González**.

En el DF MOYO arrancará pronto en los centros comerciales Oasis en Coyoacán, Pabellón Cuauhtémoc, Parque Tereo, Tezontle y otro más en el de Santa Fe de Caabsa de **Luis y Mauricio Amodío**.

La meta de Madrazo y Moussali es crecer 30 tiendas más en 2016 y hasta 100 en los próximos 4 años para llegar a 200.

MOYO da empleo a 500 trabajadores, tiene 35 proveedores, número que ahora mismo revisa y vende al mes unos 500 mil helados.

Ese segmento tiene todo por crecer si se considera que en México la ingesta de helados apenas es de 1.5 litros per cápita, cuando en EU se está en 22.5 litros.

Se calcula que el mercado de helados tiene un significado de casi 12 mil millones de pesos y el líder es Unilever que dirige **Fabio Prado**, la cual compró Holanda en 1997. Hoy le sigue Herdez y también está Coca Cola de **Francis-**

co Crespo con Santa Clara, amén de cantidad de marcas artesanales.

S E ESPERA QUE el 20 de noviembre la OMC de a conocer el fallo definitivo para lo que hace al vergonzante lío del atún con EU. Desde 2012 ese organismo resolvió que el etiquetado impuesto a la industria mexicana para lo que hace a ese producto viola las reglas de comercio. Ya con la resolución por venir, se espera que el gobierno del presidente **Enrique Peña Nieto** pueda establecer represalias comerciales contra nuestro principal socio como ya sucedió para lo que hace al transporte de carga terrestre. El tema estará a cargo de ECONOMÍA que lleva **Ildefonso Guajardo**. La disputa del atún es quizá el expediente más ominoso, puesto que su vigencia data de 1980 y ha frenado la expansión de la industria mexicana en ese mercado con cuestionamientos que han resultado el engaño más grande para los compradores de ese producto en EU.

A UNQUE SE ASEGURA por ahí que el Museo Tecnológico de la CFE que lleva **Enrique Ochoa Reza** se va a privatizar, lo cierto es que se inmueble forma parte de un proyecto muy interesante para fortalecerlo. También participa PEMEX que dirige **Emilio Lozoya** y la intención es crear el Museo Nacional de Energía y Tecnología (MUNET). En el contexto de la reforma energética el punto es el empujar un centro de educación, divulgación y entretenimiento para fomentar la cultura y el conocimiento vinculado a ese ámbito. Hay una inversión millonaria comprometida que aparentemente se busca subsanar con patrocinios de la IP. Banorte que dirige **Marcos Ramírez** estaría listo. En 2013 se integró una asociación civil para el MUNET y hay un fideicomiso ex profeso. La CFE mantendrá la propiedad de esas instalaciones en el Bosque de Chapultepec.

TANTO MIGUEL ÁNGEL Mancera del GDF como Morena de **Andrés Manuel López Obrador** buscan capitalizar el tema del Nuevo Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (NAICM) para sacar provecho político. La semana pasada la SCT de **Gerardo Ruiz Esparza** le dio entrada a la propuesta de este último partido. La presentó el agrónomo **Sergio Samaniego** sin ningún soporte adicional de especialistas. El planteamiento de construir en los terrenos de Santa Lucía otro aeropuerto para la aviación internacional fue auténticamente vapuleado por los expertos de las agencias aeronáuticas más importantes que SCT invitó: MITRE representada por **Bernardo Lisker-Melman**, OACI por **Carlos González** y la IATA por **Andrés Conesa**, a la sazón director de Aeroméxico. También estuvieron **José Luis Garza** de Interje y **Fernando Flores** de CANAERO. Hubo coincidencia en que la operación simultánea de dos aeropuertos es incompatible al generar interferencias en el espacio aéreo y problemas de seguridad. Además habría una duplicación de costos en perjuicio de los usuarios. IATA hizo ver que no hay ningún caso de una ciudad en el mundo con más de un aeropuerto que tenga separadas las operaciones. O sea que la puntada de López Obrador y Morena, sólo pérdida de tiempo. ●

agullaralberto@prodigy.net.mx