



Nombres, nombres y...
nombres

POR ALBERTO AGUILAR
aguilaralberto@prodigy.net.mx

Proyecta P&G avanzar 6% aquí en 2009, desestima cambio de hábitos y novedades la opción para estimular consumo

*IXE asigna Prestaciones Universales a Monex; notifican embargo de Bancomer a Comerci y sólo bienes raíces en oferta; Viagra pierde terreno y Cialis 50% del mercado; Olivé en NFL México; Burger King 400 unidades

HACE 12 O 13 años por la terrible crisis económica que enfrentó el país, la demanda de productos de consumo registró una fuerte caída. Entonces el impacto fue tal que incluso se modificaron patrones de consumo en artículos tan elementales como jabón, shampoo, pasta de dientes.

En esta ocasión por la recesión mundial también se resiente una baja de la actividad. Se cree que al final del año la caída en el comercio organizado andará sobre el 1 por ciento, según la última estimación de ANTAD de **Vicente Yáñez**.

Una de las compañías más representativas en ese segmento, es la firma con sede en Cincinnati Procter & Gamble (P&G) que lleva **Carlos Paz Soldán** y que tiene el liderazgo en varios segmentos.

En detergentes son el número uno con Ariel, su producto estrella tras 39 años en el mercado. También son fuertes en jabones de tocador con Zest, shampoos con Pantene y Head & Shoulders y tintes con Clairol y Wella.

No es gratuito, puesto que la multinacional que encabeza a A. G. Lafley acaba de celebrar sus 60 años en México. En el contexto anunció algunas inversiones.

La más importante fue la nueva factoría en Guanajuato, con una erogación de 150 millones de dólares y que comenzará a construir el año que viene para que arranque en 2010.

Ahí se unificará su producción de rastrillos, sistemas y navajas de afeitar, buena parte para exportar básicamente a EU. Será la más grande de su subsidiaria Gillette en el mundo.

También ampliará sus instalaciones para tintes de Clairol y Wella para atraer la producción de Connecticut, la de detergentes en Vallejo con énfasis en líquidos, amén de concluir por estos días su planta de cogeneración de energía en Tlaxcala.

P&G opera en 80 países con ventas por 85 mil millones de dólares y 138 mil empleados. Maneja 50 marcas y México es su cuarto mercado en ventas y quinto en volumen.

Otros de sus productos de batalla son Tide, Crest, Olay, Herbal Essence, Pert Plus, Cover Girl, Always, Naturella, Pampers, Charmin, sus medicamentos OTC como Pepto Bismol y Vick, y Duracell.

En México una de sus áreas de mayor potencial es la de rasurado y por supuesto belleza que representa el 50 por ciento de sus ventas, seguida de detergentes con 30 por ciento.

En este último rubro lo que se ha comenzado a empujar son los detergentes líquidos que son apenas 10 por ciento del consumo del mercado, frente al 90 por ciento del producto en polvo, por un tema cultural.

Dada la coyuntura incluso P&G ha comenzado a resentir una desaceleración en sus ventas. Nada importante, sobre todo frente a lo que se vivió en 1995-1996.

Para este año P&G que compite con compañías como Unilever de **Guilherme Loureiro**, Grisi de **Héctor Blas Grisi**, Kimberly Clark de **Claudio X. González**,

Colgate de **Guillermo Fernández**, La Corona de **María Estela González**, espera que sus ventas aumenten entre 8 y 10 por ciento, pese a la baja en el consumo del último trimestre.

Para el 2009 se habla de un avance del 6 por ciento, pero obviamente no se bajará la guardia en reforzar las líneas estratégicas que ya se tienen.

Además se van a empujar novedades para el consumidor, puesto que éstas, especialmente en épocas complicadas, ayudan a amortiguar la baja que afortunadamente en esta ocasión no parece que vaya a modificar los hábitos de consumo de las familias mexicanas radicalmente.

Como quiera, dada la magnitud de la recesión, digamos que la situación está por verse.

➡ **A**L FINAL DE cuentas y a pesar del ruido que generó la subasta de Prestaciones Universales por parte de IXE que encabeza **Enrique Castillo**, parece que ya se eligió a Monex de **Héctor Lagos** como el ganador de esa compañía dueña de los cupones "Si Vale". Como le platiqué en el proceso se habrían presentado algunas irregularidades, entre ellas la admisión de Grupo Chapa de **Luis**



Fecha 03.12.2008	Sección Finanzas	Página 3
----------------------------	----------------------------	--------------------

Chapa, que es propietaria del 7 por ciento del capital de la comercializadora de vales de despensa, y que formaron 14 firmas de autoservicio. Fue en función de ello y tras prolongados litigios que la CFC de **Eduardo Pérez Motta** logró la desinversión y hasta prohibió que participara cualquiera de los inversionistas incluso de manera indirecta.

⇒ **COMERCIAL MEXICANA QUE** preside **Guillermo González Nova** recibió las notificaciones relacionadas con los embargos que promovió BBVA Bancomer de **Ignacio Deschamps**. Se está a la espera de recursos similares por los otros bancos con quienes hay créditos comprometidos, caso Santander de **Marcos Martínez**, HSBC de **Luis Peña**, Banorte de **Alejandro Valenzuela**, Scotiabank de **Nicole Reich**, IXE de **Enrique Castillo** y JP Morgan de **Eduardo Cepeda**. Hoy se reunirán con el Credit Suisse de **Héctor Grisi**, quien les presentará su plan de reestructura. Ayer sí hubo una reunión, pero fue con las instituciones vinculadas a los derivados. Se sabe que en la propuesta no se contempla ninguna desinversión en las empresas que descuelgan de CCM y sólo de los bienes raíces que posee la firma y que se valúan en unos 12 mil millones de pesos.

⇒ **LA CRISIS TAMBIÉN** ha afectado a los medicamentos para la disfunción eréctil. Las ventas reportadas por las farmacéuticas en noviembre decrecieron 6 por ciento, básicamente por una estrepitosa caída del 23 por ciento del Viagra de Pfizer que encabeza **Jorge Bracero**. En el caso de Cialis de Lilly Icos que lleva **Carlos Baños** sus ventas subieron 7 por ciento y las de Levitra de Bayer de **Kurt Soland** 3 por ciento. Viagra ha perdido terreno desde el 2003 y sólo tiene ya un 30 por ciento de ese mercado frente al 50 por ciento de Cialis y 20 por ciento de Levitra de Bayer. El mercado aquí anda en unos 190 millones de dólares anuales.

⇒ **NFL MÉXICO ESTRENÓ** ayer nuevo director general en la persona de **Arturo Olivé Hawley**. Trae la encomienda de empujar la presencia de la franquicia del futbol americano profesional aquí, incluyendo lo que tiene que ver con patrocinios y licencias. Es todo un experto en mercadotecnia. La presencia de NFL ha crecido fuerte. Se calculan 18 millones de aficionados. También ha avanzado el número de licenciatarios que en 2007 sumaron ventas por 18 millones de dólares. Por cierto que va a venir en breve al DF, **Joe Montana**.

⇒ **BURGER KING ABRIRÁ** mañana su restaurante 400 en el país. Se ubicará en Mérida, para lo cual estará aquí el presidente global de la firma **John Chidsey**, así como **Armando Jacobino** responsable de México, AL y Caribe. Burger King llegó hace 17 años y es operado por 8 franquiciatarios.

LA CRISIS TAMBIÉN HA AFECTADO A LOS MEDICAMENTOS PARA LA DISFUNCION ERÉCTIL. LAS VENTAS REPORTADAS POR LAS FARMACÉUTICAS EN NOVIEMBRE DECRECIERON 6%, BÁSICAMENTE POR UNA ESTREPITOSA CAÍDA DEL 23% DEL VIAGRA DE PFIZER. EN EL CASO DE CIALIS DE LILLY ICOS, SUS VENTAS SUBIERON 7% Y LAS DE LEVITRA DE BAYER 3%