

CORPORATIVO

Rogelio Varela

Salinas Pliego, por atender base de la pirámide

Incorporar a grupos amplios de nuevos consumidores se ve como una salida para hacer frente a la recesión.



Ricardo Salinas Pliego.



Gerardo Ruiz Mateos.



Héctor Rangel Domene.

Ya le había comentado que en últimos días se han multiplicado las voces del empresariado, que están planteando opciones muy concretas para dar respuesta a la crisis global.

Esta misma semana el Consejo Coordinador Empresarial, que preside **Armando Paredes Arroyo Loza**, propuso que el Congreso ya no le dé más vueltas al asunto y se ponga a legislar todas aquellas iniciativas que den competitividad a la economía.

Pues bien, otro líder que está planteando una solución para acotar la caída en la demanda es **Ricardo Benjamín Salinas Pliego**, el presidente de Grupo Salinas.

Usted sabe que la gran apuesta de Salinas Pliego por años ha sido hacer crecer el

mercado interno, con un enfoque especial a lo que los economistas llaman la base de la pirámide.

Estamos hablando de atraer a una economía de mercado a las familias de menores ingresos, una estrategia que le ha valido a las empresas de Grupo Salinas un crecimiento consistente, aun en tiempos de crisis.

Sólo como muestra vale la pena mencionar la rentabilidad lograda por Grupo Elektra en 2008, que vio elevar sus ganancias en más de 40 por ciento, cuando muchas corporativos perdieron dinero o, en el mejor de los casos, vieron bajar sus utilidades.

Pues bien, Salinas Pliego estuvo ayer con los alumnos del ITAM como parte de un foro



de emprendedores.

En medio de la gran incertidumbre que genera la crisis, el también dirigente de TV Azteca lanzó un abanico de propuestas para afrontar la recesión de la mejor manera, a partir de la experiencia exitosa de sus propias empresas.

Salinas Pliego es un empresario pragmático y llama la atención que sea una de las pocas voces que en estos momentos estén enviando un mensaje esperanzador.

De entrada puso énfasis en la necesidad de romper esquemas, siendo su planteamiento básico incorporar a la economía global a los cinco mil millones de personas en el

mundo que integran la base de la pirámide de distribución del ingreso, ofreciéndoles oportunidades para mejorar su nivel de vida. Para ello, dijo, es indispensable romper el actual modelo que sólo incorpora a mil millones de personas en dicha economía de mercado que tiene su sustento en el consumo.

La conferencia de Salinas Pliego se tituló "Mi visión: la base de la pirámide al rescate de la economía global".

Así, mientras en todo el mundo se debate —ante la crisis— cómo reincentivar las economías japonesa, europea y por supuesto la estadounidense y los grandes capitales, nadie está mirando que la solución tiene que venir de la base de la pirámide, pues "así no habrá crisis que dure".

Enfatizó que ése ha sido precisamente el modelo que le ha funcionado en sus empresas que, como le digo, han seguido muy rentables incluso en tiempos de crisis.

La explicación es clara: La población que compone la base de la pirámide representa un "enorme potencial de crecimiento económico" por su tamaño.

El empresario dijo que si se ofrece a esta gran base de la pirámide oportunidades de crecimiento y desarrollo, "no habrá crisis que dure".

Y es precisamente a esos

sectores de la población donde las empresas del Grupo Salinas han dirigido sus baterías en sus más de cien años de existencia con apoyos permanentes para que puedan acceder a satisfactorios vía

un manejo responsable del crédito.

Otro aspecto interesante es que en esa estrategia Banco Azteca en poco tiempo ha sido una de las entidades que ha podido incorporar a más clientes que no eran atendidos por los bancos comerciales tradicionales, en un modelo que ahora algunos quieren copiar.

En fin, resulta positivo que empresarios como Salinas Pliego aporten su experiencia y sus ideas, sobre todo en momentos de crisis y gran incertidumbre, como en el que nos encontramos desde el año pasado, y donde los políticos parece que no saben qué hacer.

Las ventas mismas
tiendas de Walmex
subieron en febrero

1.5
POR CIENTO

un dato que rebasó
los pronósticos
del mercado
Nacional Financiera
dará liquidez
hasta por

3
MIL MILLONES

de peros a las firmas
que otorguen créditos
para comprar
automóviles nuevos

Continúa en siguiente hoja

Página 2 de 3

Fecha 05.03.2009	Sección Negocios	Página 14
----------------------------	----------------------------	---------------------

La ruta del dinero...

Suben ventas de Walmex 1.5%

Wal-Mart de México sorprendió al mercado al informar que en febrero su indicador ventas mismas tiendas creció 1.5 por ciento. Y es que varios analistas esperaban un repunte de 1 por ciento e incluso algunos pesimistas esperaban una reducción real. La realidad es que la firma que comanda **Eduardo Solórzano** ha reforzado su política de precios bajos como estrategia para hacer frente a una caída del consumo que es drástica, si pondera que en febrero de 2007 el indicador de ventas mismas tiendas mostró un alza de 6 por ciento. Otro parámetro para explicar el desánimo de los consumidores es que las ventas totales en términos nominales crecieron 8.4 por ciento cuando en febrero del año pasado crecían a un ritmo de 13 por ciento. Otro dato interesante es que al igual que otras emisoras en bolsa, Walmex en febrero canalizó 279 millones de pesos a la recompra de ocho millones 800 mil acciones propias porque están baratas.

Armadoras cuestionan a Economía

Que las armadoras de vehículos y las empresas que están en el negocio de autopartes están que trinan contra el secretario de Economía, **Gerardo Ruiz Mateos**, que sin consultar al sector decidió bajar el arancel para importar vehículos viejos de Estados Unidos a sólo 3 por ciento. Ya le he comentado que con la recesión no se espera un buen año para la venta de automóviles nuevos, con una caída en ventas que en estos momentos se calcula que llegará a 20 por ciento, pero que con las facilidades que está dando el gobierno federal para la internación de unidades chatarra, podría ser mayor. Lo que están cuestionando las empresas del sector automotor es que Economía ponga en primer plano la presión de organizaciones políticas cuando sigue la pérdida de empleos entre las firmas de manufacturas.

Nafin anuncia más créditos

Ya que hablamos del sector automotor, como parte del paquete de medidas de apoyo a esa industria por hasta nueve mil 500 millones de pesos, Nacional Financiera, que dirige **Héctor Rangel Domene**, abrirá líneas de crédito para dar liquidez temporal a los principales intermediarios financieros que ofrezcan créditos para la compra de automóviles. Por lo pronto, el Consejo Directivo de Nafin aprobó un nuevo esquema que consiste en poner a disposición de esas firmas liquidez en tanto estructuran y colocan títulos de deuda en el mercado. La idea es anticipar recursos frescos por tres mil millones de pesos para apoyar la venta de unidades nuevas que, dicho sea de paso, no obstante la devaluación de 50 por ciento de agosto pasado a la fecha han mantenido los precios al consumidor final. Los recursos que le comento complementarán una bolsa por mil 500 millones de pesos para los distribuidores de automóviles y automotores que se ofrecen a través de HSBC, Banamex, Bancomer y Banco del Bajío.

Convenio Aeroméxico-OMA

Una de las aerolíneas que están reforzando su posición en Monterrey es Aeroméxico, que dirige **Andrés Conesa Labastida**, que acaba de alcanzar un acuerdo con Grupo Aeroportuario Centro Norte (OMA) que tiene como dirigente a **Rubén López Barrera**. La idea es que la aerolínea del caballero águila pase sus operaciones a la Terminal B del aeropuerto regio para finales de septiembre. Las nuevas instalaciones que le comento permitirán a Aeroméxico operar de manera más eficiente y segura, así como ofrecer un producto superior y de mayor valor agregado al viajero. La Terminal B de Monterrey contará con 23 mostradores de documentación, diez espacios para mostradores automáticos, diez mostradores para ventas de boletos, 14 posiciones de abordaje, seis pasillos telescópicos, tres bandas de reclamo de equipaje, sistema de información al pasajero, control de acceso automatizado y circuito cerrado de televisión con capacidad para atender a dos millones de pasajeros al año.

CEO de Danone viene a México

Entre los empresarios franceses de alto nivel que acompañarán al presidente **Nicolas Sarkozy** en su visita oficial de la semana próxima, anote al CEO de Danone, **Frank Riboud**. En los últimos años Danone ha realizado inversiones importantes para ampliar su red de proveeduría local, además de ser uno de los corporativos que de manera consistente tiene un programa de responsabilidad social, y por lo que se sabe reiterará su compromiso de invertir en México. ☐

rvarela@elfinanciero.com.mx