

CORPORATIVO

Rogelio Varela

Buscan ampliar mercado del mezcal

A partir del auge que se ha generado en los últimos años con el tequila, se buscará ampliar el mercado del mezcal.



José Reyes Baeza.



Humberto Moreira.



Daniel Hajj Aboumrad.

Ya le había comentado que uno de los sectores defensivos en la recesión económica son las agroindustrias, de ahí que la Sagarpa, que tiene como titular a **Alberto Cárdenas Jiménez**, estimó la semana pasada que el PIB del sector agropecuario podría crecer este año 3 por ciento, cuando el resto de los sectores encarará drásticas caídas, en especial las manufacturas.

La Sagarpa considera que existen oportunidades para ampliar las exportaciones, pero también para seguir profundizando la demanda interna de muchos productos.

Pues bien, entre los productos que estarían creciendo en su producción y demanda este año, anote al mezcal, una de las bebidas alcohólicas mexicanas más

reconocidas y codiciadas en el mundo.

La nota es que este año el mezcal tendrá una promoción importante a partir de la actividad de diversas marcas productoras de esa bebida "espiritosa" que han creado el concepto "Siente Mezcal, Nuestra Esencia".

Sólo como referencia vale la pena decir que el origen del mezcal, del náhuatl *mexcalli*, se remonta a más de diez mil años, cuando los pueblos recolectores-cazadores empezaron a preparar alimentos que les permitieron dejar de buscar comida para el plazo inmediato, de ahí la fermentación del *mexcalli*, que fue un paso casi natural para preparar mezcal.

La bebida en cuestión cuenta con Denominación de Origen (DO) se-



Fecha 31.03.2009	Sección Negocios	Página 26
----------------------------	----------------------------	---------------------

gún la NOM-070-SCFI-1994 en siete estados: Oaxaca, Durango, Guanajuato, Guerrero, San Luis Potosí, Tamaulipas y Zacatecas, que han ampliado la producción de agave mezcalero en estos años.

Actualmente en América existen 166 especies de agave y en México se encuentran 129 de ellas, de las cuales 26, por lo menos, son utilizadas para la elaboración del mezcal. A cada uno de estos ejemplares les toma entre seis y ocho años de maduración para poder ser transformados en mezcal; a algunas variedades hasta 15 años. Esta característica le da una ventaja sobre otras bebidas espirituo-

sas, debido a que lleva por lo menos siete años absorbiendo de la tierra y el sol todas sus cualidades, por lo que en cada sorbo de mezcal se puede apreciar una variedad infinita de sabores, aromas y texturas que ninguna otra bebida de esta categoría puede brindar.

Como resultado de un largo y detallado proceso de elaboración del mezcal, además de los miles de años de interacción de los lugareños de cada región con los magueyes, a través de los tiempos se han obtenido en México dos variedades de mezcal, la primera elaborada con 100 por ciento agave y la segunda conformándose por un 80 por ciento de mezcal, y el 20 por ciento restante con otros ingredientes, como azúcares de otro tipo.

La intención de las empresas destiladoras, básicamente Pymes, es que la producción de mezcal este año pueda crecer a tasa de doble dígito, a partir de variaciones en su elaboración, donde ahora destaca el mezcal joven o blanco, que contiene los azúcares naturales extraídos del agave, además del reposado o maduro, mismo que se almacena durante dos meses en barricas de roble blanco o encino, así como el añejo, que se deja madurar por lo menos un año en recipientes de madera de roble blanco o encino, susceptible de ser abocado.

Otro atractivo de esa industria es que la elaboración del mezcal se da bajo un marco de compromiso con el medio ambiente; de ahí que la explotación de los recursos naturales se lleva a cabo de manera racional, y las plantas de agave conservan y restauran los ecosistemas.

La estrategia es profundizar la demanda de mezcal dentro y fuera del país, toda vez que existe un reconocimiento de la calidad de esa bebida entre los consumidores extranjeros, básicamente europeos, pero no así entre los mexicanos, en un fenómeno similar al de hace años con el tequila.

En fin, lejos de pensarse en una contracción de la industria mezcalera, en 2009 se ubica entre las actividades del campo que podrán crecer.

Comerci

Semana clave

Comercial Mexicana ya recibió respuesta de sus acreedores para reestructurar su deuda, y esta semana podría hacer algún pronunciamiento. Claro captó hasta febrero más del

37

POR CIENTO

de los nuevos

suscriptores de

celulares en Brasil

Viñetas: Ezquerro

Fecha 31.03.2009	Sección Negocios	Página 26
----------------------------	----------------------------	---------------------

La ruta del dinero...

Gobernadores piden soltar gasto

La 36 reunión de la Conferencia Nacional de Gobernadores (Conago), que se realizó en Nuevo León, estuvo marcada por los reclamos de varios gobernadores, en el sentido que la Secretaría de Hacienda, de **Agustín Carstens**, está reteniendo partidas presupuestales destinadas a las entidades federativas. Concretamente los gobernadores de Coahuila, **Humberto Moreira Valdés**, y de Chihuahua, **José Reyes Baeza Terrazas**, se pronunciaron porque se agilice el gasto público, dadas las presiones sociales que se están dando por el menor dinamismo de la economía. Y bueno, en la encerrona estuvo el director general de Pemex, **Jesús Reyes Heróles González Garza**, quien tuvo que hacer frente a los reclamos de los mandatarios estatales para que se anuncie la sede de la nueva refinería de esa paraestatal.

Comerci crea partida por derivados

Esta semana podría ser clave para Controladora Comercial Mexicana (CCM) en su intención para llevar a buen puerto la renegociación de su deuda. Como es público, la empresa que comanda **Carlos González Zabalegui** ha conseguido varias prórrogas en la tregua judicial con sus acreedores, y por lo pronto ayer presentó sus resultados a la BMV al cierre del año pasado, con enormes pérdidas, pero a fin de cuentas contables. Por lo pronto, la Comer dijo que ha constituido una provisión prudencial por 11 mil 845 millones de pesos con el objeto de hacer frente a las Operaciones Financieras Derivadas (OFD). En ese tenor, el rubro de gastos financieros pasó de una ganancia en 2007 por 360 millones de pesos a una pérdida en 2008 por mil 254 millones de pesos. Para los analistas el reporte de la Comer no es muy distante a los estimados manejados en las últimas semanas, cuando dio un adelanto de su reporte al cuarto trimestre.

AMX gana mercado en Brasil

Aunque se dice que las empresas de **Carlos Slim Helú** no están acostumbradas a competir, le recomiendo que le eche un vistazo a las cifras más recientes que acaba de difundir la Anatel, el organismo regulador del sector telecomunicaciones en Brasil. Anatel dijo que los suscriptores de telefonía celular hasta febrero pasado llegaron a 152.3 millones de abonados con un crecimiento anual del 22.8 por ciento. El caso es que en los primeros dos meses se registraron 1.72 millones de adiciones netas, y Claro, la subsidiaria de América Móvil, que comanda **Daniel Hajj Aboumrada**, captó el 37.2 por ciento de esas adiciones netas. Claro, se mantiene como el segundo jugador en Brasil, con una cuota de mercado de 25.84 por ciento ampliando la brecha con Telecom Italia, que ocupa el tercer lugar con 23.45 por ciento. Si Claro logra mantener la dinámica con que abrió 2009, en poco tiempo podría alcanzar a Vivo, que tiene una participación de mercado del 29.8 por ciento y ocupa el primer lugar, ya que la diferencia actual apenas es de seis millones de suscriptores.

Nace Hi-Power Gym

Un grupo de deportistas de diferentes disciplinas (pesas, natación y ciclismo) tuvo la idea de aprovechar la ausencia en México de gimnasios de calidad a precios accesibles. Para ello se asociaron con BH Fitness como proveedor de equipos y aparatos de ejercicio, además de otros socios para crear la firma Hi-Power Gym, cuyo primer gimnasio abrió la semana pasada en San Luis Potosí. La idea es que esa firma se expanda bajo el modelo de franquicias en toda la región latinoamericana. De entrada, este año tienen confirmada la apertura de dos franquicias (México y Guadalajara) y esperan en cinco años tener, por lo menos, 15 unidades en todo el país. Lo interesante es que a pesar de la crisis económica no quisieron frenar su plan de negocios ni de crecimiento, pues están convencidos de la existencia de esta necesidad entre la clase media y en la tendencia mundial de hacer cada vez más ejercicio para mantenerse en forma y cuidar la salud. ☑

rvarela@elfinanciero.com.mx