

# CAPITANES

## INFLUENZA E INFLUENCIA

¿Es diferente la influenza californiana de la mexicana?

Preguntamos porque resulta que los operadores de cruceros que regularmente tocan algunos destinos turísticos del Pacífico mexicano, ya no paran en nuestras costas, pero sí en San Diego, California.

La molestia nacional es tal, que **Rodolfo Elizondo**, Secretario de Turismo, ya protestó por este trato desigual.

Hoy, los cruceros que deberían parar, por ejemplo, en Los Cabos, Baja California Sur, ahora hacen como que se les chorrearon los frenos y se siguen de largo los muy ingratos.

Mire qué curioso. Los últimos reportes indican que en el Estado gobernado por **Narciso Agúndez** no han detectado un solo caso de influenza A H1N1.

Aun así sus hoteles reportan una pobre ocupación de apenas 28 por ciento.

Pero en California, tierra del "Governator" **Arnold Schwarzenegger**, ya declararon emergencia estatal por los casos detectados del padecimiento, dos de ellos muy cerca de San Diego, y ahí los cruceros siguen llegando.

Claro, las líneas de cruceros son estadounidenses, quizás eso tenga algo de influencia.

## CARNITAS A LA BAJA

Al menos por un rato, porque con todo y la intención de la Organización Mundial de la Salud de llamar a H1N1 a lo que en un principio se denominó influenza porcina, los pobres productores de carne de cerdo no ven la salida.

El gremio encabezado por **Mario Quintanilla** y **Enrique Ávila** enfrentó hasta el viernes una caída del 18 por ciento en los precios de futuros en la Bolsa de Chicago, en menos de un mes.

De un momento a otro, cada tonelada que completan con unos 12 puerquitos ya vale 241 dólares menos.

Eso es sólo para quien los produce, pero imagine cómo están los que venden productos preparados tan comunes como las carnitas, que hoy no tienen consumo...

## Óscar Fitch...

A ver qué inventa el responsable del Consejo de Promoción Turística de México para que los turistas regresen al País. Turquía tuvo una crisis similar en 2006 por la gripe aviar, pero el año pasado recibió unos 22 mil millones de dólares por turismo. Puede servirnos de ejemplo.



## AUNQUE USTED NO LO CREA

Ya estaba atrasada, pero ahora con una crisis de dimensión imprevista, la sociedad entre la chilena Ripley y El Palacio de Hierro pasará a mejores tiempos...

La familia **Calderón**, de Chile, y los mexicanos **Bailleres**, postergaron esta unión que tiene cocinándose desde hace meses, si no es que años.

En la reciente junta extraordinaria de accionistas de Ripley salió a la luz el cambio de planes que fue de común acuerdo. La expresión de uno de los involucrados fue "ponerle un poco de freno".

Inicialmente esta apuesta conjunta contempló inversiones por 400 millones de dólares para los primeros cuatro años de operación.

La idea era abrir al menos 50 tiendas en México.

El dinero sería aportado por cada una de las partes, de acuerdo con sus porcentajes accionarios.

Los de Ripley tendrían el 47.5 por ciento de la propiedad y el bando de El Palacio de Hierro, el 52.5



por ciento.

Pero el proyecto no está cancelado. Cuestión de que pasen la influenza y la crisis. Como quien dice, nadie sabe cuándo.

## LA EPIDEMIA DE WAL-MART

En medio de la crisis de la influenza los supermercados tuvieron un auge repentino por las compras masivas de consumidores que se atrincheraron en sus casas por la epidemia.

Pero de las tres grandes cadenas de autoservicios, parece que el ganador será de nuevo Wal-Mart, que lleva **Eduardo Solórzano**.

Una parte del éxito del trabajo del director de finanzas, **Rafael Matute**.

Soriana, que lleva **Ricardo Martín Bringas**, arrastra una pesada deuda por la compra de Gigante y La Comer, comandada por **Carlos González Zabalegui**, se concentra en sobrevivir.

En contraste, los analistas coinciden en que Wal-Mart está sentada en una montaña de efectivo que le permite negociar los mejores precios con sus proveedores.

La expectativa actual es que el gigante coma aun más mercado a

sus competidores durante esta atípica temporada.

## DANONE Y LOS INTOLERANTES

Si usted es médico, a ver si nos puede dar una buena explicación.

El hecho es que los fabricantes de lácteos están volcados a atender a todos los mercados que no toleran la lactosa, como si ese nicho jamás hubiera existido antes.

Considere a Danone, que está analizando la apertura de la división Nutrición Médica en México.

Esta división hace fórmulas especializadas precisamente en bebés con intolerancia a la lactosa o que no toleran ciertas proteínas.

La firma que dirige **Didier Lamblin** en México y Centroamérica

tiene ya un equipo armado que está evaluando los productos que podrían entrar al País.

El asunto requiere de estudios porque los niños mexicanos no tienen el mismo índice de intolerancia a la proteína de leche que los europeos, en cuyo continente esta división es poderosa.

Ahora que estuvo en México

**Franck Riboud**, presidente mundial del Grupo Danone, puso especial énfasis en el asunto, como para aprovechar este mercado durante el mismo 2009.

## FRANQUICIAS AL TANTEO

En pequeños detalles es más fácil ver el efecto que la crisis puede tener en la competitividad de un sector.

La Asociación Mexicana de Franquicias que preside **Carlos Roberts Avalos** le pidió a PricewaterhouseCoopers un estudio sobre las franquicias en México.

La idea era saber cuántas cerraron en los últimos años, el total de las que abrieron, los sectores más activos en este sector y destacar a los más exitosos individualmente.

¿Suenan bien, no?, el problema es que a la AMF no le alcanzó el dinero para terminar de pagar a PWC por el estudio, así que éste se quedará en la congeladora y los aspirantes a un negocio de franquicia, sin información crucial.

capitanes@reforma.com