



MOMENTO CORPORATIVO

Roberto Aguilar

Nutrisa no tiene frío

La cadena que dirige **Jorge Ibarra Ripoll** redobló sus esfuerzos para mantener su liderazgo en el mercado de helados de yogur, donde tiene una participación de 52% con 315 puntos de venta entre propios y franquicias, y esto ante la aparición de nuevos competidores que están queriendo sacar provecho de las tendencias de alimentación más sana, sobre todo entre la población más joven, como el caso de **Moyo de Frederic Moussali** y **Delphine Sauvignon**, que ya cuenta con 28 sucursales; la estadounidense **Tutti Frutti** que fundaron **Justin Vuong** y **Jay Kim** con 35 tiendas, además de otros conceptos como **Nuny's**, **Yogurland**, **Yogen Fruz** y **Testi D'Elite**, principalmente. Y la defensa no es casual porque en las finanzas de Nutrisa el peso del helado de yogur es muy significativo con cerca de 53 por ciento de todas sus ventas, y el resto proviene de una cartera cercana a 900 productos naturistas, por eso desde 2010 lanzó Yozen una

marca dirigida al mercado joven y meses antes puso en operación una planta que se ubica en Chalco, Estado de México, dedicada exclusivamente a la producción de helado donde invirtió más de 3 mil millones de pesos para dotarla de la más moderna tecnología, además compró un terreno adyacente a la factoría por el que pagó más de 9 mil millones de pesos para una próxima expansión de la capacidad de producción. Los planes de Nutrisa, que en el corto plazo sumará otras 27 sucursales, han sido ordenados y le han permitido mantener una estructura financiera muy sana y hasta donde sabemos a un siguiente paso será llevar sus helados de yogur a Estados Unidos, país donde incluso ya tiene el registro de sus marcas.

Moderada cautela

Genomma Lab, que preside **Rodrigo Alonso Herrera Aspra**, anticipó su guía financiera para este año donde reconoce cierta cautela

ante el entorno de incertidumbre global y la expectativa de un 2012 menos dinámico en términos de consumo, pero aún bajo estas premisas la empresa espera un crecimiento anual de hasta 26 por ciento, tasa similar a la que reportaría en sus cifras del cierre de 2011. Genomma Lab apuesta a sus operaciones internacionales, nuevos lanzamientos de productos, una mayor presencia en el segmento de medicamentos de libre venta y de cuidado personal, así como por la reconfiguración de su negocio de medicamentos genéricos. Hasta septiembre los medicamentos de libre venta representaron 53.7 por ciento de las ventas en México, los productos de cuidado personal aportaron 41.3 por ciento, mientras que los genéricos contribuyeron con 5 por ciento, lo que justifica el reordenamiento interno de este rubro que hace meses trabaja. ■ M

momentocorporativo@yahoo.com.mx

Twitter: @robertoah