

Y todavía tienen la cara dura de decirse demócratas.



**ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT**

**PRONOSTICO MUNDIAL: FESTEJE AHORA, PAGUE DESPUES**

■ 28 y 29

## Pactan PRI y PAN marginar al PRD en órganos de mando en San Lázaro

■ El panista Jorge Zermeño encabezaría la mesa directiva y respondería el Informe de Fox

CIRO PEREZ SILVA

■ 17

## Bush, al rescate de su imagen en Nueva Orleans a un año de Katrina

■ Siguen en el aire las grandes promesas oficiales de ayuda

DAVID BROOKS, CORRESPONSAL

■ 33

### columnas

<b>ASTILLERO</b> • JULIO HERNÁNDEZ LÓPEZ	<b>4</b>
<b>DINERO</b> • ENRIQUE GALVÁN OCHOA	<b>6</b>
<b>MEXICO SA</b> • CARLOS FERNÁNDEZ-VEGA	<b>30</b>
<b>ITACATE</b> • C. BARROS Y M. BUENROSTRO	<b>6a</b>

### opinión

JOSÉ BLANCO	<b>24</b>
MARCO RASCÓN	<b>24</b>
MAGDALENA GÓMEZ	<b>25</b>
LUIS HERNÁNDEZ NAVARRO	<b>25</b>
PEDRO MIGUEL	<b>34</b>
TERESA DEL CONDE	<b>6a</b>

# Casa Herradura, a manos de trasnacional

■ JUAN ANTONIO ZUÑIGA

## Brown-Forman, fabricante de Jack Daniel's, paga 876 mdd por la tequilera mexicana

En una transacción de 876 millones de dólares, Casa Herradura, fundada en 1870 y productora de las marcas de tequila Herradura y El Jimador, que figuran entre las más consumidas en el país, será absorbida por la trasnacional estadounidense Brown-Forman Corp., fabricante del whisky Jack Daniel's y del vodka Finlandia, entre otras bebidas.

La operación, que incluye también la compra del preparado de soda con tequila New Mix, la concretó Brown-Forman después que el grupo francés Pernod Ricard, propietario de la marca de tequila Viuda de Romero, mostró interés en sumar Herradura al grupo de empresas bajo su

control. Trascendió a fines de julio pasado que Pernod, el segundo grupo mundial de vinos y licores, estuvo dispuesto a pagar 800 millones de dólares por la compañía tequilera.

La absorción de Casa Herradura, que culminará en diciembre próximo, tiene el propósito de ampliar la participación de Brown-Forman en el mercado estadounidense de habla hispana.

El presidente de la junta directiva de la trasnacional, Paul C. Varga, comentó: "con Herradura y El Jimador estamos comprando dos fuertes marcas que compiten en los mercados súper-premium y

premium de tequila en el mundo".

Las utilidades de la empresa mexicana, con mil 100 trabajadores, rondaron los 200 millones de dólares en 2005, luego de colocar unos 380 mil litros del tequila Herradura en el mundo, de los cuales 70 mil se consumieron en Estados Unidos.

De El Jimador se vendieron el año pasado casi 1.4 millones de cajas de nueve litros, de las cuales 150 mil tuvieron al mercado estadounidense como destino; mientras, de New Mix, una mezcla de soda con tequila que se expende en envases de aluminio, al menos 4 millones de

cajas de nueve litros fueron consumidas en México, sobre todo por jóvenes que encuentran en esta bebida una opción a bajo precio, como si se tratara de un refresco.

Al dar a conocer en Nueva York la decisión de compra, el vocero de Brown-Forman Corp., Phil Lynch, declaró que Herradura y El Jimador "son marcas muy fuertes en México y Estados Unidos, y hay una gran oportunidad para ampliar mercados", puntualizó.

### Producto ¿mexicano?

El auge del tequila en el mundo ha despertado el interés de grandes firmas trasnacionales que han visto en la bebida mexicana una importante oportunidad de ampliar sus ingresos. De hecho, actualmente la industria tequilera ya es controlada por corporativos extranjeros.

Hasta antes de anunciarse la absorción de Herradura, esta marca y Casa Cuervo eran las dos únicas entre las 10 firmas más importantes del mundo en el ramo que eran propiedad de mexicanos. Sin embargo, las empresas tequileras han sido absorbidas por extranjeras: Bacardí Limited comercializa la marca Cazadores; la Casa José Cuervo pertenece a Diageo PLC, mientras Sauza es propiedad de Fortune Brands.

En 2005, la venta de tequila en Estados Unidos, el mayor consumidor de esta bebida en el mundo, fue de 9.2 millones de cajas, lo que representó un crecimiento cercano a 6 por ciento. Mientras en la categoría premium, donde compete la marca Herradura, mostró un crecimiento aún más fuerte, de acuerdo con los datos del grupo Distilled Spirits Council de Estados Unidos.

En México se ofrecen unas 650 marcas legalmente establecidas, las cuales producen más de 200 millones de litros de tequila. De esa producción 64 millones son consumidos en el país, mientras que los restantes 136 millones de litros son vendidos en el extranjero.



El auge del tequila en el mundo despertó el interés de firmas trasnacionales por este mercado. De hecho, las marcas de mayor renombre en México ya son controladas desde el exterior ■ Roberto García Rivas