

Exporta 18% de su producción

La Costeña enchila a la crisis

CÉSAR PINEDA



Cuenta con presencia en Asia.

Con un prestigio labrado durante más de ocho décadas, La Costeña reconoce que el 2009 le representará muchas dificultades, pero confían en que al final del temporal su exitoso modelo de negocios les permitirá salir bien librados.

El abanico comercial de esta empresa fundada en 1923 por Vicente López Resines es envidiable: a nivel nacional son una de las marcas más consumidas y reconocidas, mientras que a nivel internacional exportan 18% de su producción a 40 países, siendo su principal cliente Estados Unidos, donde

comercializan el 93.22% del volumen destinado a este fin.

“Será un año muy difícil, pero estamos trabajando y haciendo todos los ajustes necesarios para cumplir nuestros objetivos. El panorama mundial nos da como un hecho que hay una crisis mundial; hay países en donde el tipo de cambio contra el dólar se ha devaluado bastante, pero nos estamos preparando a todos los niveles”, comentó en entrevista con **Comercio T21** Gabriel Hernández, gerente de exportaciones.

La Costeña cuenta con una sola planta ubicada en Ecatepec, Estado de México, la cual tiene una exten-

sión de 180 mil metros cuadrados.

Asimismo, Hernández señaló que durante este año La Costeña seguirá atendiendo eficientemente todos los mercados en los que incursiona, sobre todo el asiático, al que se va el 0.15% de su volumen para exportación.

“Tenemos buenas expectativas, pero hay mucho trabajo por delante. El Gobierno está haciendo su labor, Proméxico está muy activo también, así como la Secretaría de Economía. Este año sí se percibe más actividad de parte del Gobierno para encontrar nuevas oportunidades en los mercados internacionales”, apuntó.

Libre Abordo



EU vende más en Asia

El déficit comercial de Estados Unidos con los países del este de Asia disminuyó 3.7% en 2008 y se situó en 352 mil 683 millones de dólares, informó el Departamento de Comercio. En diciembre de 2008, el déficit de EU con esa región fue de 27 mil 659 millones de dólares, frente a los 30 mil 032 millones de noviembre. Esta cifra representa 44% del déficit exterior total registrado por EU en 2008, que ascendió a 799 mil 934 millones de dólares. China representó el 33% del déficit total.

China exporta menos

Las exportaciones chinas registraron en enero una caída de 17.5%, la peor en más de una década, y las importaciones se hundieron 43.1%, bajo el peso de la crisis mundial y la reducción de la actividad por el Año Nuevo chino. El balance, sin embargo, se mantiene positivo para el segundo exportador del planeta, con un excedente comercial de 39 mil 110 millones de dólares, es decir, un alza del 102% interanual, según las estadísticas publicadas por Aduanas.

Viene príncipe belga

El príncipe Philippe de Bélgica encabezará a finales de marzo una misión económica de este país en México, en la que estará acompañado de 75 empresarios, a fin de explorar y promover acuerdos comerciales en sectores como infraestructura portuaria, energía, salud y aeronáutica. La visita se realizará entre el 21 y el 25 de marzo, según informó la Agencia de Comercio Exterior belga. Está previsto un encuentro con el presidente Felipe Calderón el día 23.

Matarromera mantendrá crecimiento

Degusta el mercado mexicano

DIJER RAMÍREZ

Aunque en los últimos años el productor español de vinos, Grupo Matarromera, ha registrado en México ventas con crecimientos promedio de 40%, este año la situación económica modificará esos porcentajes, aún así el incremento se ubicará en terreno positivo pero a una tasa de 20% anual, que se traducirá en colocar aproximadamente 240 mil botellas de las diversas etiquetas que comercializan en el país.

Carlos Moro, presidente del grupo, describió a **Comercio T21** que México es uno de los tres principales mercados internacionales de la marca, gracias al crecimiento en el consumo de vino que se registra en el país, y por lo cual mantienen en el mercado cinco etiquetas (Matarromera, Emina, Val de los Frailes,

Rento y Esdor) con diversas presentaciones, que se traduce en disponer la mayor parte del portafolio con que cuentan.

Incluso, agregó, su producto premium, Matarromera, es el vino español en el rango por arriba de 20 dólares de mayor comercialización en el país, lo cual es resultado del proceso de calidad con que cuenta la firma y que se traduce en la aceptación del mercado.

Matarromera es una de las empresas vitivinícolas que más invierte en materia de desarrollo e investigación, aseveró Carlos Moro, en 2008 sus ventas fueron aproximadamente de 13 millones de euros, de esto, 30% se destinó a las áreas mencionadas, lo cual permite tener un mejor aprovechamiento de la vid y una optimización de los procesos de producción.

A través de la incorporación tecno-

lógica, se cuenta con la capacidad de dar tiempos de añejamiento adecuados para los vinos que se producen, lo cual como explica el directivo, se traduce en ofrecer productos garantizados en cuanto a sabor y cuerpo.

El apostar a estos elementos hace que Grupo Matarromera sea la única bodega de Europa que cuenta con el ISO 166002, certificación que valora la investigación y desarrollo para mantener la competitividad empresarial.

Derivado de la investigación, Matarromera desarrolló el primer vino tinto sin alcohol (0.5% de alcohol) y bajo en calorías, a los cuales también se suman sus variedades de rosado y blanco, y que bajo la etiqueta EminaSin en breve estarán en México para cubrir la demanda de un segmento de la población que



Carlos Moro.

gusta de estos sabores pero que encuentra limitantes por el contenido etílico o por las calorías, consideró Carlos Moro.

En México, los vinos del Grupo Matarromera se distribuyen principalmente en clubes de precios, tiendas departamentales y de autoservicio, bodegas especializadas, así como restaurantes de alta cocina y hoteles en zonas turísticas.

Recibe **Comercio T21** en tu oficina

Suscríbete hoy y ahorra

Aprovecha!

Recibirás gratis 3 ejemplares al contratar un año de suscripción del periódico **Comercio T21**

Total: 28 ejemplares.

Promoción válida hasta el 31 de Diciembre de 2009, a nivel nacional.



Para conocer las formas de pago, visita: http://t21.com.mx/revista/revista_subscribase.php

Si deseas más información, escríbenos a: suscripciones@t21.com.mx

o llámanos al: 8500 • 5787, ext. 116