

ORGULLONACIONAL



Carlos Glatt / Creador de la Estufita y director de Glatt Stove

CAMBIA ESTUFITA FORMA DE COCINAR

Pretende disminuir la tercera causa de muerte en el mundo entre hogares rurales al preparar los alimentos

RAFAEL ACEVES

La Estufita: prende, cocina y respira.

En estos tres simples conceptos se calientan el diseño y creación de una estufa ecológica que busca resolver el problema de salud ocasionado por cocinar con leña de hogares rurales en México y el mundo.

Carlos Glatt, creador de la Estufita y director de Glatt Stove, considera que se trata del producto mexicano más simple del planeta, porque no tiene demasiadas complicaciones para su uso, pero que puede salvar la

vida hasta de 100 millones de personas de aquí al año 2030, por enfermedades como cáncer o enfisema pulmonar que provoca cocinar con leña.

“Somos una plataforma que genera nuevas formas de cocinar para disminuir la tercera causa de muerte en el mundo, por cocinar con leña.

“La tirada es crear una forma de distribución de energía limpia barata, porque (la Estufita) no genera contaminación dentro de las casas”, afirmó.

El también creador de la marca de productos turísticos Piraña Joe, dijo que se trata de

una estufa portátil de 500 gramos de peso, que utiliza combustible líquido basado en el gas natural, y cocina a la misma temperatura de una estufa de casa, a 300 grados centígrados.

Con una inversión inicial de 200 mil dólares, cuentan con más de 120 mil productos ya fabricados, se venden en más de 20 estados del País a través de centrales de abasto y en más de 200 puntos de venta, además de contar con patentes en México, China, Estados Unidos, India, Brasil y varios países europeos.

Ganador de diversos premios y reconocimientos a nivel internacional, actualmente se encuentra en un proceso de simplificar y abaratar aún más su uso, a través de envasar en latas de aluminio gas natural.



Paola Urdapilleta



RUEDAN AUTOS EN EL MUNDO

ULISES DÍAZ

Son productos con marca extranjera, pero fabricados por manos mexicanas en el País, altamente reconocidas.

Entre las manufacturas que se hacen en México, hay una que destaca especialmente: la industria automotriz.

A nivel mundial, según la Organización Internacional de Constructores de Automóviles con datos al primer semestre de 2016, el País fue el séptimo productor de vehículos más importante a nivel mundial, con un millón 737 mil unidades.

Por encima de México están China, Estados Unidos, Japón, Alemania, Corea del Sur e India.

Sin embargo, al acabar el año, las 22 fábricas instaladas en el País produjeron 3 millones 465 mil vehículos, lo cual fue un récord histórico de acuerdo a datos de la Asociación Mexicana de la Industria automotriz.

Adicionalmente, el País también es un importante productor de autopartes, de las cuales se exportaron el año pasado 88 mil 81 millones de dólares, lo cual lo coloca en el tercero más importante a nivel mundial, según el Banco de México.

“Aun con las dificultades que podrían presentarse, México es uno de los países que más han

crecido en la industria automotriz y no hay expectativa que esto cambie”, explicó Randy Mille, líder global del sector automotriz de EY.

Para producir en el sector automotor, México tiene varias ventajas, como lo son el capital humano especializado y una población joven dispuesta a integrarse a cadenas productivas así como costos competitivos, explicó Armando Cortés, director ejecutivo sectorial de Proméxico.

“Una de las ventajas que tiene la industria es el grado de integración regional. No es lo mismo surtir un componente de Asia, con todo lo que implica el traslado y el tiempo, que llevarlo desde el País y que llegue a la frontera rápidamente”, dijo Cortés.

Para 2020, la intención es que en el País se fabriquen 5 millones de vehículos al año, según pronósticos del Gobierno.

Sin embargo, lo más probable es que esta cifra se alcance antes por la cantidad de fábricas que comenzarán a operar antes de ese año, entre las que están Compas, que es una alianza entre Daimler y Mercedes Benz, BMW y Toyota.

Ante las grandes tendencias del sector, hacia vehículos menos contaminantes y con mayor conectividad, es prioridad unirse hacia esas áreas, apuntó Cortés.

PROMUEVEN CONSUMO DE ALIMENTOS NACIONALES

FRIDA ANDRADE

Los alimentos frescos son una de las ramas de producción más importantes en el País y de gran calidad, pero no siempre son preferidos por los consumidores nacionales.

Por lo que para impulsar sus compras, pero sobre todo, resaltar la gran calidad de los productos hechos en el país, se lanzó la campaña “Mexicanos alimentando a mexicanos”.

Es una invitación a consumir los alimentos que se producen en el campo y en el mar nacional, con lo cual se generará un crecimiento en beneficio de los productores y de la economía del País, de acuerdo con su sitio web.

La campaña es apoyada por el Consejo Nacional Agropecuario (CNA), por la Secretaría de Agricultura y la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), y puede verse en tiendas de autoservicio, en las áreas de frescos.

Se espera que sean exhibidos en mil 226 establecimientos pertenecientes a la ANTAD, así como en tortillerías, mercados públicos y tianguis en todo el País, según su página oficial.

Sophia Martínez, presidenta de la Asociación Mexicana de Nutriología (Amencac), dijo que el consumo interno de los productos nacionales es uno de los caminos que contribuye a la generación de empleos.

“Se busca que el dinero que se produce en México, que está economía aumenta, mejore y obviamente que impacte las familias.

“Nosotros al consumir mayor cantidad de alimentos de nuestro propio País hacemos que haya más fuentes de trabajo, evitando que haya tanta migración”, explicó Martínez.

Resaltó que además de la publicidad que se coloca en los anaqueles, hay promotores que



La campaña ‘Mexicanos alimentando a Mexicanos’ incentiva el consumo de alimentos que se producen en el campo y el mar.

explican acerca de los beneficios nutricionales de esos alimentos.

Para las siguientes etapas del desarrollo de la campaña, se integrarán lácteos, pescados, mariscos y otros cárnicos frescos, es decir, se dejarán de lado los productos procesados.

Refirió que la campaña es una de las formas para promover la fortaleza del sector, pues México es el primer productor de maíz blanco y aguacate a nivel mundial y el segundo en limón y chile verde.

“En la parte económica impacta mucho, no sabemos mucho que va a pasar, tenemos esa

incertidumbre en la economía nacional, pero tenemos maneras de resolverlo de manera interna y esta es una de ellas”, afirmó.

Luis Fernando Haro, director general del Consejo Nacional Agropecuario (CNA) coincidió en que es necesario fortalecer el consumo interno, independientemente de lo que ocurra en otras naciones.

“Vemos una gran oportunidad dentro del sector agroalimentario nacional, entonces, tenemos que aprovecharla independientemente de las medidas y de las acciones que se tomen en otros países”, puntualizó.



Lanix Neuron Pad E10 es un equipo 2 en 1.

LANIX, EMPRESA CON PESO GLOBAL

ALEJANDRO GONZÁLEZ

La compañía mexicana de computadoras y teléfonos móviles, Lanix, se ha acostumbrado en 25 años de operación a trabajar como empresa de primer mundo.

Han aprendido a aprovechar las oportunidades que les da el mercado global de diseñar sus productos en México, producir la mayoría en China y venderlos en diferentes países de AL.

Gabriel González, director comercial de Lanix Mobile, aseveró que parte de su filosofía es que no les compraran productos sólo por ser mexicanos, sino buscan tener un proceso de calidad desde el diseño hasta la fabricación que dé como resultado productos con altos estándares para competirle a cualquiera.

“Tratamos de no involucrarnos en la bandera nacional de compra productos de México sólo por ser mexicanos.

“Es importante saber trabajar como cualquier empresa de primer mundo: nuestra cadena de suministro está en China, también tenemos oficina de diseño e ingeniería en aquel país, y en México igual hacemos diseño, trabajo de ingeniería y fabricamos de cien a cien nuestros equipos de cómputo”, explicó González.

Además, no repara en decir que a pesar de la inestabilidad económica y política que vive México, la empresa tiene una fortaleza que han construido a lo largo de los años: la no dependencia de economías ajenas.

Además, una estrategia que les ha funcionado es no enfocarse sólo en vender productos para las grandes ciudades de México y América Latina, sino también en localidades más pequeñas a través de retailers de menor escala.

Lanix cerró 2016 con alrededor de tres millones de teléfonos vendidos, mientras que en equipos de cómputo portátil y de escritorio, la cifra fue de 250 mil y esperan en 2017 mantener dichas cifras.

Y aunque la variación entre el peso frente al dólar es un tema que les afecta, Gabriel González advirtió que como empresa mexicana han sabido tener estrategias adecuadas para soportarlo.

Las más valoradas

A través de los años, México ha cuidado y generado un activo intangible de clase mundial: el valor de algunas de sus marcas de productos y servicios, de acuerdo a Brand Finance, la principal firma global especialista en valuación y estrategia de marca.

Según el ranking Las 50 Marcas Más Valiosas de México, que se dieron a conocer en el estudio Brand Finance Mexico 50, de 2016, es fundamental entender el valor de una marca para así optimizar los retornos de la empresa.

Telcel, Cemex y Bimbo y ocupan los primeros tres lugares de la lista, aquí las primeras 10 marcas mejor valoradas.

RANK	EMPRESA
1	Telcel
2	Cemex
3	Bimbo
4	Corona Extra
5	OXXO
6	Telmex
7	Banamex *
8	Banorte
9	Televisa
10	Soriana

*De Estados Unidos

Fuente: Estudio Brand Finance Mexico 50, de 2016

Cortés