



OPINIÓN

**NOMBRES, NOMBRES Y... NOMBRES**

**ALBERTO AGUILAR**

**ADM empuja fuerte en comida para mascotas, 30 mdd a Guadalajara y por más inversiones**

Un negocio que no ha dejado de crecer pese a la crisis es el alimento para mascotas, dado el arraigo de una mejor cultura en cuanto a la nutrición de aquellos que consideramos otro miembro de la familia.

Si bien estos hábitos no son nuevos, se han expandido con fuerza para alimentar a una creciente población de 30 millones de perros y 10 millones de gatos.

De ahí el avance anual del 8 por ciento de esa industria de 2,300 mdd y en la que Mars, que lleva **Francisco Fernández**, y Nestlé Purina de **Francisco Muallim** son el uno y dos.

Le sigue en el sitio tres, aunque ya es segundo en algunos canales, Archer-Daniels-Midland (ADM) multinacional de Chicago y

que hoy, con ingresos por 70,000 mdd, despliega su poderío en 200 países con 40,000 empleados.

Es la líder en procesamiento de granos y otros alimentos. De ahí su incursión en alimentación animal que en AL comanda **Jorge Martínez**.

Sin embargo, comida para mascotas que preside en AL **Karim Castro** se cuece aparte. También avanza a pasos agigantados. Hace 3 años se quedó con la francesa Neovia y ha realizado otras compras en EU.

Aquí bajo la gestión de **Carlos Posadas**, vicepresidente de Soluciones Pet, empuja fuerte con marcas como Ganador, Best Choice, Minino o Full Trust.

A fin de año concluyó en el Edomex la construcción de un "macrocentro" de abasto. Vienen más inversiones, por ejemplo, en su factoría en Morelos, quizá Texcoco y otra más en Guadalajara, muy relevante

De hecho su foco este 2022 estará ahí y esta semana colocará la primera piedra de una ampliación de capacidad de esa factoría que implicará una inversión de 30 mdd. Estará lista a fin de año para producir en enero del 2023.

Amén de su posición estratégica, Guadalajara tendrá un aumento del 86 por ciento de su capacidad para llegar a 70,000 toneladas. Obvio el consumo de materias primas brincar, amén de la suma de 150 empleados con lo que la plantilla llegará a 2,000 colaboradores.

ADM ya exporta desde occidente a Guatemala, Costa Rica, Panamá, Colombia, Filipinas, Vietnam e Indonesia. Su significado va a crecer al 8 por ciento próximamente.

México para ADM es su posición 12 global en comida para mascota, en tanto que Brasil es la cuarta. Deberá escalar. Es el objetivo. De ahí la apuesta este 2022 y lo que viene, más allá de la coyuntura del país. Así que muy atentos.

**AHORA SÍ CARRETADA DE AMPAROS VS NOM 001 DE SEMARNAT**

Finalmente, el viernes Semarnat de **María Luisa Albores** publicó en el DOF la NOM 001

relacionada con las descargas de aguas residuales. Se esperaba desde principio de año tras de que Conamer de **Alberto Montoya** emitiera su dictamen en el que se ignoraron las puntualizaciones de la IP. Concamin de **José Abugaber** y CNA de **Juan Cortina** estuvieron muy activos sin conseguir cambios, más allá de las millonarias inversiones a realizar y los riesgos ante Conagua de **Germán Martínez**. Ahora sí se prepara una carretada de ampamos. Sólo se esperaba la divulgación oficial.

**ÁVILA, PLAN MEXICO EN SHCP Y LABOR CUESTA ARRIBA**

Dada la desaparición de Promexico, la promoción en el exterior para atraer inversiones quedó huérfana. Ciertamente **Marcelo Ebrard** la retomó, lo mismo que Sectur de **Miguel Torruco**. Claramente hay pobres resultados, dada la falta de vocación. En la SHCP se formó un área específica para atraer recursos de portafolio. Ya se trabaja en fortalecerla. Está a cargo de **Claudia Ávila**, quien fuera timón operativo de la agrupación de parques industriales (AMPIP) que ahora preside **Sergio Argüelles**. Es la coordinadora del Plan México. Dado el entorno su labor se ve cuesta arriba.

@aguilar\_dd

albertoaguilar@dondinero.mx

**85 CONVENCIÓN BANCARIA**

**Scotiabank se encuentra optimista sobre la 4T**

**MIGUEL ENSÁSTIGUE**  
El Sol de México

El director del banco, **Adrián Otero**, espera que el entorno externo empiece a mejorar

**C**DMX. Tras dos años de pandemia y crisis económica, el gobierno federal busca tener un "cielo azul" en materia de crecimiento y confianza para la inversión, aseguró **Adrián Otero**, director general de Scotiabank.

En entrevista con **Organización Editorial Mexicana**, el directivo comparó un cielo azul con un periodo de estabilidad, en una aparente alusión a que lo peor del Covid-19 ya habría pasado y ahora hay que planear a futuro para retomar la senda de la reactivación económica.

"Las personas necesitan certeza y lo que necesitamos ahora es empezar más con cielos azules, y el gobierno está tratando de lograrlo. Nosotros (la banca) somos realmente un facilitador para ello y lo que estamos haciendo es tener las llaves del crédito abiertas", dijo **Otero**.

El director del banco recordó que los



ROBERTO HERNÁNDEZ



**ADRIÁN OTERO**  
DIRECTOR GENERAL DE SCOTIABANK

*Somos unas de las palancas que tenemos que ayudar a esa recuperación económica"*

-¿Y cuál es el mayor freno a la inversión que ha vivido el país en lo que va del sexenio?

"Yo creo que todo el entorno exterior que hemos tenido, pues no sabemos cómo íbamos a reaccionar con el Covid-19", señaló el banquero.

La segunda mayor economía latinoamericana creció un 5 por ciento el año pasado, tras haberse desplomado un 8.2 por ciento en 2020 debido a los estragos del coronavirus, por lo que aún queda camino para retomar los niveles prepandémicos mientras la guerra entre Rusia y Ucrania ya ha llevado a varias instituciones financieras a reducir sus expectativas de crecimiento global.

"Nuestra responsabilidad es seguir apoyando todos los buenos proyectos y a toda esa gente que en determinado momento está tomando ciertas decisiones, porque para eso es el crédito.

"(...) Somos unas de las palancas que tenemos que ayudar a esa recuperación económica, porque el crédito lo que queremos es que todo eso se use para proyectos productivos, ya sea una casa, la inversión en una compañía, y al final todo eso se vuelve un círculo virtuoso", enfatizó el banquero.

En materia de intermediación, **Otero** considera que este año "la joya de la corona" de Scotiabank serán las hipotecas y el financiamiento automotor, dos productos que durante la pandemia se mantuvieron estables y ahora siguen con una tendencia positiva.

Agregó que reforzarán sus líneas de crédito empresarial y corporativo, sin descuidar el segmento de consumo. El propósito, explicó, es tener una "banca universal" en la que todos los clientes puedan tener acceso a diversos productos sin tanto trámite o idas a sucursales.