

Llegó sólo con ilusiones y hoy posee negocio millonario

El oaxaqueño 'Rey del Mole' comenzó en Los Ángeles con un restaurante de sólo cinco mesas y un empleado; hoy cuenta con 120 trabajadores en varias actividades económicas exitosas

Yolanda Arenales
Reportera de Negocios

Tras haber trabajado toda su vida en la pequeña fábrica de mezcal —del náhuatl *mexcalli*, una variedad de aguardiente— de su familia en Matatlán, Oaxaca, México, Fernando López decidió hace 12 años aventurarse a cruzar la frontera en busca de mejores posibilidades.

"Lo único que llevaba encima era mucha ilusión", dice López, quien contaba sólo con la ayuda de su hermana, Soledad López, que llevaba varios años trabajando en labores de limpieza en Los Ángeles.

Aunque venía dispuesto a trabajar en lo que apareciera, "el gusmillo" empresarial seguía dentro de él y muy pronto empezó a cruzar la frontera a Tijuana, donde su familia le enviaba desde Oaxaca algunos productos típicos de ese estado, como quesillo o mole, que él luego vendía en Los Ángeles.

"Eso me sirvió para darme cuenta que había mucha demanda de productos oaxaqueños aquí", dice Fernando López, señalando que los nativos de su estado se sienten especialmente unidos a través de la comida.

"Los oaxaqueños somos extranjeros también dentro de nuestro país cuando salimos de nuestro estado, y muchos de nosotros ni siquiera hablamos bien español", dice el empresario, cuya lengua nativa es el zapoteco.

Un pequeño local vacante en la

calle Ocho y Normandie, en Los Ángeles, fue la oportunidad que López no quiso dejar pasar, a pesar de que las expectativas no parecían muy prometedoras.

"Pagué nueve mil dólares por el negocio, y, cuando el inspector de sanidad vino a verlo, me aconsejó que lo vendiera otra vez por seis mil dólares y perdiera sólo tres mil dólares en lugar de todo", dice López, quien recuerda que el consejo se basaba en el conocido fracaso de diferentes dueños anteriores.

López considera una gran suerte haber ido a parar a una de las zonas de Estados Unidos donde se encuentra una alta concentración de los aproximadamente 1.2 millones de oaxaqueños que viven en el país, de los que se estima que unos 500 mil residen en California.

"La gente dice que esto es Koreatown, pero yo lo llamo Oaxacatown por la gran cantidad de oaxaqueños que residen en la zona", comenta López.

Así fue como abrió sus puertas en 1994 por primera vez el restaurante Guelaguetza, que hoy goza de gran reconocimiento en Los Ángeles.

Lo que empezó siendo un pequeño local con no más de cinco mesas y un solo empleado (además

de López y su hermana), se convirtió pronto en uno de los restaurantes más ocupados de la ciudad, por lo que López adquirió pronto otro local contiguo y luego se trasladó a otro más grande cercano a la ubicación original.

Posteriormente abrió otra Guelaguetza más en el Oeste de Los Ángeles.

"En ese punto mi hermana y yo decidimos separarnos", dice López, quien agrega que aunque los dos restaurantes tienen el mismo nombre, él sólo opera el situado en Olympic y Normandie.

REMESAS Y PERIÓDICO

López cuenta ahora con unos 120 empleados a su cargo y el restaurante factura más de dos millones de dólares anuales.

El empresario se ha ganado el sobrenombre de "Rey del Mole", por ser éste uno de los más sabrosos componentes de su cocina, y ha creado dos negocios paralelos: un servicio de remesas y un periódico, *El oaxaqueño*.

"Ambos surgieron con la idea de servir a la gente de Oaxaca", dice López, quien añade que miles de personas envían dinero a través de su servicio, el primero —según dice— en ofrecer la opción de pago en

dólares a los receptores en México.

La tirada de su periódico biseptanal es de unos 22 mil ejemplares, de los que entre cinco y siete mil son enviados a Oaxaca.

López indica que ha levantado su negocio sin recurrir nunca a préstamos, excepto en el plano privado para la compra de su casa.

"Los préstamos se conceden cuando uno ya no los necesita", dice el empresario, quien destaca que el secreto de su éxito ha sido siempre reinvertir en el negocio, en lugar de "meterse los beneficios en el bolsillo".

El empresario está abriendo ahora una fábrica de mole en Oaxaca, de donde piensa traerlo directamente a su restaurante, así como una fábrica de queso al estilo oaxaqueño en el Valle de San Joaquín.

"Mi objetivo es preservar los sabores originales de mi estado", dice el empresario, quien señala que jamás ha adaptado ningún plato para "americanizarlo", como ha ocurrido con algunas variedades de comida mexicana.

López señala que también planea abrir pronto otro local, pero no da más especificaciones.

"Podría ser en Santa Ana, en el centro o en cualquier otro sitio al que le vea posibilidades", dice el hombre de negocios, quien considera que a pesar de su éxito nada esencial ha cambiado en él.

"Mi mayor activo, tanto ahora como cuando vendía quesos sin licencia, es la ilusión, porque quien no sueña no tiene futuro".



JEFF GRACE/La Opinión

Fernando López muestra algunos de los moles a la venta, muy populares ya entre los oaxaqueños de Los Ángeles.