

Globalizan tortilla, pan y refrescos

Por Silvia Olvera

(19 noviembre 2013).- En una década, tres empresas mexicanas, entre ellas dos regias, salieron a conquistar el mundo... y lo lograron.

Con diferentes estrategias, los grupos industriales Coca-Cola Femsa (Kof), Bimbo y Maseca (Gruma) dispararon sus operaciones y ventas en el extranjero, al grado de que se convirtieron en líderes mundiales en sus actividades.

Incluso, sus ingresos en el exterior ya son mayores que los nacionales.

A través de adquisiciones o la construcción de unidades nuevas, estas empresas tienen hoy la mayoría de sus plantas en el extranjero.

Kof, la división de bebidas del grupo regiomontano Femsa, aumentó un 740 por ciento sus ventas totales del 2002 -cuando en el exterior sólo vendía en Buenos Aires- al 2012, pasando de 17 mil 491 millones de pesos a 146 mil 907 millones de pesos.

Ahora, de sus ventas totales, el 44.7 por ciento corresponde a México y Centroamérica y el 55.3 por ciento a Sudamérica, en Brasil y Argentina.

Bimbo no se quedó atrás, pues aumentó en esa década sus ventas totales un 319 por ciento, a 173 mil 139 millones de pesos, de las que un 39.8 por ciento fueron en el País y el 60.2 por ciento en el extranjero.

El mayor crecimiento de este productor de pan se registró en Estados Unidos, donde sus ventas se dispararon un 630 por ciento en ese periodo, en el que destacó su compra de la división de panadería de Sara Lee en el 2011.

En el mismo periodo de 10 años, la empresa regiomontana Gruma incrementó sus ventas un 235 por ciento, de 19 mil 174 millones a 64 mil 319 millones de pesos en el 2012, y de esa cifra sólo un 35.2 por ciento provino de México y el 64.8 por ciento de otros países.

De acuerdo con José María Flores, analista de Banco Ve Por Más, lo que tienen en común las tres empresas es el liderazgo que han tenido sus directivos al saber identificar las oportunidades cuando surgieron.

Destacó que parte del éxito también se debe a que tropicalizaron productos: por ejemplo, lo que más vende Gruma en Europa no son tortillas, sino panes planos.

Y las tres empresas están presentes más allá del Continente Americano.

Conquistan el mundo

Tres mexicanas lograron convertirse en 10 años en líderes en el mundo.

(Crecimiento en ventas 2002-2012)

Variación

Femsa	740%
Bimbo	319%
Maseca	235%

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

Fecha de publicación: 19 noviembre 2013

© Editora El Sol, S. A. de C.V. 2000 - 2011