

# Cinco empresas detallistas en el ranking de Deloitte Mexicanas, entre gigantes mundiales

## Lograron ingresos mínimos de 3 mil 800 millones de dólares anuales

Miguel Pallares  
miguel.pallares@eluniversal.com.mx

Organización Soriana, Femsa Comercio (Oxxo), Coppel, Grupo Comercial Chedraui y El Puerto de Liverpool se ubicaron entre las 250 empresas detallistas más grandes del mundo, mientras que Femsa, Grupo Bimbo, Grupo Modelo, Gruma, Arca Continental y Mabe están entre las principales compañías de consumo a nivel mundial, de acuerdo con información de Deloitte.

“Cinco grandes compañías detallistas mexicanas mantuvieron e incluso mejoraron su posición entre los gigantes a nivel global. Para acceder a este ranking, las empresas debían alcanzar ingresos mínimos de 3 mil 800 millones de dólares anuales, algo que lograron nuevamente”, dio a conocer la consultora en el reporte *Global Powers of Retailing 2014*.

De acuerdo al ranking, la cadena estadounidense Walmart es la empresa número uno del comercio minorista a nivel mundial, por lo que logró mantener la posición que ocu-

pó el año anterior, seguida de Tesco, que subió sólo un lugar en el listado, y de Costco, que ocupó el tercer sitio al escalar tres pel-

daños de la lista.

“Vale la pena mencionar que de las nueve empresas más importantes de Latinoamérica en el ranking, cinco son mexicanas, tres chilenas y una brasileña”,

destacó Antoine de Riedmatten, socio líder de la industria de consumo de Deloitte a nivel global.

Los ingresos de las 250 compañías detallistas ascendieron a 4.3 billones de dólares, aun cuando hubo un ambiente poco favorable como lo fue 2012 y del cual el reporte tomó la información, 80% de las empresas lograron mejorar sus resultados respecto del ejercicio anterior.

### Consumo

En la industria de consumo a nivel mundial, Femsa, Grupo Bimbo, Grupo Modelo, Gruma, Arca Continental y Mabe fueron las empresas mexicanas que aparecieron dentro del ranking *Global Powers of Consumer Products 2014*, un

segundo reporte presentado ayer por Deloitte.

Cabe mencionar que Grupo Modelo en el momento de levantar el estudio en el año 2012 todavía era de accionistas mexicanos, aunque más tarde pasó a manos de capital extranjero.

“Éstas son las compañías que alcanzaron números suficientes para posicionarse entre las más grandes del mundo y destacan porque el entorno económico de 2012 no fue el más propicio en términos de crecimiento, pero, incluso, algunas de ellas reportaron un incremento en sus utilidades”, des-

tacó la consultora.

Latinoamérica fue la única región, a ex-

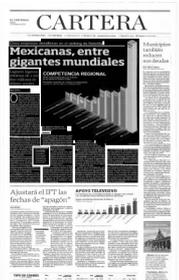
cepción de Asia, que impulsó la aceleración en las ventas, ya que la racha de crecimiento de la región se mantuvo en dos dígitos.

“Las ventas compuestas de las 11 compañías que conforman esta región aumentó 16.8%, sin embargo, la rentabilidad no mantuvo el mismo ritmo. El margen de ganancias netas de la región, que se ubica cerca de 4.5%, se mantuvo por debajo de la media del Top 250 en su conjunto”, señaló el estudio.

Dentro de su investigación, Deloitte consideró que las compañías pueden mantenerse vigentes si son flexibles para apropiarse de las tecnologías y utilizarlas para vincularse con sus clientes, al ofrecer una experiencia de consumo transversal que los mantenga interesados en los productos de una marca.

“Las empresas deben enfocarse en tres aspectos principales para ser exitosas en esta industria: contar con el talento correcto y capacitado, una constante innovación a través de la investigación y el desarrollo; y la generación de confianza con el consumidor”, de acuerdo con datos del estudio.

Dentro del top de las empresas de consumo a nivel mundial se encuentran Samsung Electronics, Apple, Nestlé, Panasonic Corporation y The Procter & Gamble, donde las compañías de productos electrónicos destacan como compañías que han sabido aprovechar las tendencias de contacto con el consumidor.



**Grupo Modelo** en el momento de levantar el estudio aún era de accionistas mexicanos, más tarde pasó al capital extranjero

## COMPETENCIA REGIONAL

Firmas aztecas ganan peso por el monto de sus ventas en América Latina

Principales compañías de consumo en Latinoamérica  
(Ventas en miles de millones de dólares, 2012)



Fuente: Deloitte