

| | | |
|----------------------------|---------------------------|-----------------------|
| Fecha 14.04.2018 | Sección Revista | Página 2-32 |
|----------------------------|---------------------------|-----------------------|

MEXICANAS EN EL MUNDO /
¿Por qué Bimbo, Cemex, Gruma y
SuKarne operan con éxito en África?

PIONERAS DE LO DESCONOCIDO

Bimbo, Cemex, SuKarne y Gruma buscan oportunidades en África, que sigue siendo un mercado sin aprovechar.

POR: Sheila A. Sánchez Fermín

En abril de 2016, un directivo de la panificadora Bimbo habló en público, por primera vez, del interés de la empresa por el mercado africano. “¿Por qué llegar a África?”, dijo Gabino Gómez Carbajal, director general adjunto de la compañía, durante una conferencia en la Universidad Anáhuac de la Ciudad de México. “Porque ahí vemos muchas oportunidades y sabemos que el modelo de negocio que tenemos funciona mejor en países en desarrollo, y ahí, en África, hay economías crecientes”. Un año después, la compañía anunció la compra de Grupo Adghal, una empresa panificadora con tres plantas y ventas de 11 millones de dólares en Marruecos.

A pesar de que África es la zona más pobre del mundo, “algunos de los grandes crecimientos económicos se dan allí, y es una gran oportunidad de negocio, con una clase media en aumento”, comenta Carlos Eduardo Sánchez, titular de la Unidad de Promoción de Negocios Globales de ProMéxico.

Por ello, además de Bimbo, otras firmas mexicanas, como Omnilife, que produce suplementos alimenticios, y la agroalimentaria Cosmocel, el año pasado cerraron operaciones

en Nigeria y Sudáfrica, respectivamente. Estas compañías siguen los pasos de otros pioneros que ya llevan un tiempo en la región: Rotoplas ofrece soluciones para el tratamiento del agua en Kenia y Egipto; KidZania cuenta con centros de entretenimiento en Johannesburgo y El Cairo; la productora de tortillas Gruma comercializa totopos en el norte del continente; Cemex tiene operaciones en esa misma zona; y SuKarne agregó, en 2015, Liberia a sus destinos en el continente africano.

“Son empresas con un apetito más grande al riesgo. Tienen el interés de llegar a estos mercados, a pesar de que saben que no son fáciles”, comenta el directivo de ProMéxico. En el periodo comprendido entre 2006 y 2016, las exportaciones de México a ese continente aumentaron un 86%.

“Hay sectores específicos, como el farmacéutico, el agroindustrial y el metalmecánico, que pueden ser de gran éxito allá, y ya estamos tras las empresas que pueden llegar a ser incubadoras y después aceleradoras en el mercado”, destaca Martín Rodríguez Sánchez, presidente del Consejo Internacional de Empresarios.

Los primeros pasos, agrega, gracias a operaciones como la de Bimbo, ya se han dado.



| | | |
|----------------------------|---------------------------|-----------------------|
| Fecha 14.04.2018 | Sección Revista | Página 2-32 |
|----------------------------|---------------------------|-----------------------|

Nuevos horizontes

Éstas son las principales compañías mexicanas que se arriesgaron a abrir mercados en África. Países donde tienen presencia y bajo qué actividades.

| | | |
|----------|-------------------|--|
| 1 | Bimbo | Producción y venta de pan. |
| 2 | Cemex | Cemento, concreto y agregados. |
| 3 | Gruma | Tortillas, <i>wraps</i> , totopos, salsas. |
| 4 | SuKarne | Productos cárnicos. |
| 5 | La Costeña | Salsas, frijoles y chiles. |
| 6 | KidZania | Entretenimiento familiar. |

FUENTE: Reportes de las empresas.



| | | |
|----------------------------|---------------------------|-----------------------|
| Fecha 14.04.2018 | Sección Revista | Página 2-32 |
|----------------------------|---------------------------|-----------------------|



MEXICANAS
EN EL
MUNDO
ÁFRICA

EMPRESAS ATREVIDAS.
Productos mexicanos,
como los cárnicos,
se comercializan, con
éxito, en el continente
africano.