

## LAS 100 MEXICANAS DEL SECTOR DE LA AGROINDUSTRIA

En esta actividad, destacan empresas que han llevado sus operaciones al mundo entero, como Grupo Bimbo, **Gruma** y SuKarne. Estas compañías marcan el camino a las demás para no depender, exclusivamente, del comercio con Estados Unidos.



### GRUPO BIMBO

La empresa panificadora más grande del mundo, que logró ventas por 13,506 millones de dólares en 2016, destaca por las múltiples adquisiciones que ha cerrado, en la última década, en 21 países de América, Europa, Asia y África.

Una de las apuestas de expansión internacional más recientes de la compañía, presidida y dirigida por Daniel Servitje, consistió en su desembarco en África. En

ese continente, adquirió, en abril del año pasado, Grupo Adghal, una firma que produce y comercializa pan en Marruecos, cuyas ventas rondan los 11 millones de dólares al año y que cuenta con tres plantas de producción.

A ello se sumó, en mayo de 2017, el anuncio de la compra de 65% de las acciones de la panificadora india Ready Roti India Private Limited, con el fin de "fortalecer la presencia en merca-

dos emergentes", según detalló un comunicado de prensa de la compañía. La firma india genera ventas anuales por unos 48 MDD.

Grupo Bimbo, que ocupa el tercer lugar del ranking de 'Las 100 mexicanas más globales' produce y distribuye pan de caja fresco y congelado, bollos, galletas, pastelitos, *english muffins*, *bagels*, productos empacados, tortillas, botanas saladas y confitería, en más de 171 plantas en el mundo.

POSICIÓN EN EL RANKING

**3**



**OPERACIONES:**

ARGENTINA, BRASIL, CANADÁ, CHILE, CHINA, COLOMBIA, COSTA RICA, ECUADOR, EL SALVADOR, ESPAÑA, ESTADOS UNIDOS, HONDURAS, GUATEMALA, MÉXICO, PANAMÁ, PARAGUAY, PERÚ, PORTUGAL, REINO UNIDO, URUGUAY Y VENEZUELA.



### SIGMA ALIMENTOS

Sigma Alimentos, la firma más importante por ingresos del conglomerado Alfa, tiene operaciones en Latinoamérica, Europa y Estados Unidos. La compañía ha realizado 28 fusiones y adquisiciones desde 1997, entre las que destacan la suiza Bernina, la peruana Braedt y la española Campofrío. A inicios de septiembre, se hizo también con la rumana Caroli Foods Group, que produce y comercializa carnes frías y comida preparada.

"Esta adquisición nos permite continuar con nuestra estrategia de crecimiento en una región de alto atractivo, como Europa del Este", señaló en un comunicado Mario Páez, director general de la empresa.

Además, la compañía intentó recaudar hasta 18,500 MDP en una oferta pública en Bolsa, planeada para septiembre, con el fin de acelerar su expansión en el mundo. Al final, suspendió la oferta

porque el precio no estaba en línea con el rango que había establecido.

"Sigma busca competir con las empresas multinacionales, como Nestlé y Unilever, en un mercado en auge como el latinoamericano", dice Manuel Valencia, director de la licenciatura en Negocios Internacionales del Tec de Monterrey.

La empresa dijo que suspendió la salida a Bolsa hasta que mejoren las condiciones del mercado.

POSICIÓN EN EL RANKING

**9**



**OPERACIONES:**

ALEMANIA, BÉLGICA, REPÚBLICA DOMINICANA, ECUADOR, EL SALVADOR, ESPAÑA, FRANCIA, ITALIA, ESTADOS UNIDOS, HOLANDA, GUATEMALA, COSTA RICA, HONDURAS, MÉXICO, NICARAGUA, PERÚ Y PORTUGAL.

### OTRAS FIRMAS DEL SECTOR:

**8**

#### COCA-COLA FEMSA

Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Filipinas, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá y Venezuela.

**13**

#### ARCA CONTINENTAL

España, Estados Unidos, Argentina, Ecuador, México y Perú.



Fecha <b>12.01.2018</b>	Sección <b>Revista</b>	Página <b>70-74</b>
----------------------------	---------------------------	------------------------

**39** JOSE CUERVO

Estados Unidos, Irlanda del Norte y México.

**55** GRUPO LALA

Costa Rica, Guatemala, México, Nicaragua, Estados Unidos y Brasil.

■ POSICIÓN EN EL RANKING ■ OPERACIONES



**GRUMA**

En 2016, la mayor productora y comercializadora de tortillas de harina y de maíz del mundo consolidó sus operaciones en Estados Unidos y Europa con la inauguración de plantas productivas en esos países.

“Uno de nuestros retos es desarrollar estrategias que contribuyan al mayor consumo per cápita de tortilla en el mundo entero”, dice Juan Antonio González Moreno, presidente y director de la compañía, vía correo electrónico.

Además, en octubre la empresa inauguró su planta número 75 en el mundo, con la apertura de una fábrica en Moscú, Rusia, con una inversión de 50 MDD. Esto le permitió consolidar su presencia en Europa, donde tiene nueve plantas. Un mes después, la empresa estrenó otra en Dallas, Texas, donde planea producir 30 millones de tortillas al día y abastecerá a Oklahoma, Nuevo México, Arkansas, Luisiana, Kansas y el norte

de Texas. Estados Unidos representa 55% de las ventas totales de la compañía, que hoy tiene cerca de 60 plantas en cuatro continentes.

“Sus expectativas están centradas en Estados Unidos y en Europa. En Estados Unidos están bien establecidos, pero en la parte de Europa no son tan conocidos, aunque la posibilidad es grande en los próximos dos o tres años”, dice José Antonio Cebeira, analista de Actinver.

POSICIÓN EN EL RANKING

**12**



**OPERACIONES:** AUSTRALIA, CHINA, COSTA RICA, ECUADOR, EL SALVADOR, ESPAÑA, ESTADOS UNIDOS, GUATEMALA, HOLANDA, HONDURAS, INGLATERRA, ITALIA, MALASIA, MÉXICO, NICARAGUA, RUSIA, TURQUÍA, UCRANIA Y VENEZUELA.



**BACHOCO**

El líder mexicano de la producción de carne de pollo y huevo cada vez está más presente en el mercado estadounidense. En 2017, la compañía anunció la adquisición de la procesadora estadounidense Albertville Quality Foods, por 140 MDD.

La compra obedece a una mayor demanda en la industria avícola en ese mercado. “La verdad es que estamos muy contentos con el desempeño de nuestro equipo en Estados

Unidos. Es una planta de productos de valor agregado que nos posiciona en una situación diferente”, destacó Rodolfo Ramos Arvizu, director general de la firma, durante el evento de los 20 años de listado de la empresa en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV). Las ventas en Estados Unidos ya representan más de 30% del grupo.

Por otro lado, el año pasado, Bachoco apostó por acelerar su crecimiento

en un nuevo sector, el de comida para mascotas, con la compra de la compañía mexicana La Perla. “Es una de las pocas empresas de esta industria que experimentó un rápido crecimiento en pocos años”, dice Iván Franco, fundador y director de la consultora de inteligencia competitiva Triplethree International. “Y Bachoco utilizará su fuerza para aumentar, considerablemente, sus ventas en ese negocio”, agrega.

POSICIÓN EN EL RANKING

**42**



**OPERACIONES:** ESTADOS UNIDOS Y MÉXICO.

Fecha <b>12.01.2018</b>	Sección <b>Revista</b>	Página <b>70-74</b>
----------------------------	---------------------------	------------------------

## OTRAS FIRMAS DEL SECTOR:

**76** GRUPO HERDEZ

Chile, Estados Unidos, México y Perú.

**82** GRUPO LA MODERNA

Estados Unidos, Guatemala y México.

**91** GRUPO MINSA

Estados Unidos y México.

**100** XIGNUX ALIMENTOS

Estados Unidos y México.

■ POSICIÓN EN EL RANKING ■ OPERACIONES



## SUKARNE

**51**

POSICIÓN EN EL RANKING

OPERACIONES:  
NICARAGUA Y MÉXICO.

**EXPANSIÓN:** ¿Cuál es el tamaño actual de SuKarne?

**EFRAÍN RESÉNDIZ, DIRECTOR DE DESARROLLO DE NEGOCIOS:** Hoy, SuKarne es la empresa mexicana que tiene mayor presencia en el mercado de proteína animal en el mundo. Somos el tercer engordador de ganado a nivel mundial y el quinto proveedor de carne de res en América del Norte. En México, somos el primer productor de ganado de res.

Las ventas de SuKarne serán de cerca de 47,000 millones de pesos para el cierre de 2017 y tenemos un volumen de procesamiento en el campo de 1.5 millones de cabezas de ganado, equivalente a 450,000 toneladas de productos cárnicos. Contamos con unas 700,000 cabezas de ganado en engorda de ganado propio, además de las que compramos a terceros. También somos comercializadores de cerdo, pollo, ave y pescado. Y tenemos cinco unidades ganaderas de producción y procesamiento de carne de res en Durango, Mexicali, Culiacán, Michoacán y Nicaragua.

**E:** ¿Qué porcentaje destinan a exportación y cuál es su principal destino?

**ER:** Cerca de un 40 a 45% de nuestra producción se va al mercado de exportación. Exportamos principalmente a Estados Unidos, que representa un 80%, y a Japón, Corea y Hong Kong. También hay algo en África, Angola, Egipto, Chile, Canadá y Ru-

sia. Tenemos una capacidad de exportación a 16 países, y también somos los mayores compradores de res, cerdo y pollo.

Parte de la estrategia de negocio siempre ha sido ampliar el mercado. Hemos venido trabajando mucho con el gobierno de México para establecer los protocolos necesarios para poder exportar a más países. Pero mucho de lo que viene en 2018 es consolidar lo que tenemos. Estados Unidos sigue siendo una gran oportunidad para vender productos con mayor valor agregado, pero también seguimos en Asia.

**E:** ¿A cuántas personas impacta su cadena de valor en el campo mexicano?

**ER:** Toda la cadena de valor de SuKarne impacta a más de 170,000 familias en México: un poco más de 90,000 proveedores ganaderos, más de 10,000 ganaderos agrícolas, y tenemos más de 60,000 clientes, que, en su mayoría, son microempresarios y productores primarios.

**E:** ¿Puede afectarles la renegociación del Tratado de Libre Comercio?

**ER:** El plan es siempre trabajar con las reglas que nos imponen. Sí hay una preocupación en el sector agroalimentario en México, pues en el caso de nuestra industria hay una integración muy fuerte con la de Canadá y Estados Unidos, porque somos muy complementarios. Por ejemplo, los productos que no prefieren en Estados

Unidos, a nosotros nos gustan, e igual, algunos productos que en México no son tan apreciados, les gustan más a ellos. Lo que nos afectaría es que nos saquen del esquema de libre comercio que traemos actualmente, y les va a pegar igual tanto a ellos como a nosotros.

Al final, tendremos que jugar con las reglas que se definan. Nosotros seguimos haciendo inversiones para ser más competitivos, y con esto salir a más mercados internacionales. Ése sería el plan de contingencia con el que estaríamos trabajando.

**E:** ¿Qué estrategias de crecimiento planean para este año?

**ER:** Estamos creciendo en un 19% al año, si contamos todo lo de la venta de res, cerdo, pollo y productos derivados, como pieles y fertilizantes. Las inversiones que estamos realizando son para ser más eficientes en esos productos que lanzamos, y por otro lado, ser más productivos y estar listos para el mercado internacional.

Ya crecimos con inversiones, en los últimos tres años, en plantas nuevas en Durango, Mexicali y Nicaragua. Ahora, nuestra estrategia es saber cómo aprovechar un poco mejor la capacidad instalada. Este 2018 llevamos una inversión de unos 160 millones de dólares. Sigue siendo un año de crecimiento de inversión para consolidar lo que tenemos, pero ya no tanto en nuevas operaciones. ■