

Maseca, de Juan González Moreno, entre las marcas más valiosas

Publimetro

Una de las principales marcas a nivel mundial de Gruma, empresa que preside Juan González Moreno, es Maseca, que fue reconocida como una de las 50 marcas más valiosas de México 2016 por Brand Finance.

Esta es la primera vez que firma global especialista en valuación y estrategia de marca, lleva a cabo un ranking sobre las marcas más valiosas del país, y entre ellas destaca Maseca, que es considerada uno de los activos más valiosos de Gruma, empresa líder en producción de harina de maíz y de tortilla a nivel mundial.

A diferencia de otras mediciones, la de Brand Finance, posiciona a las empresas listadas y sus marcas por su nivel de ventas y no de utilidades; además, prioriza aspectos técnicos, financieros y mercadológicos.

En este sentido, vale señalar que sólo en el primer trimestre del año, Gruma reportó una utilidad neta de 1 mil 315 millones de pesos, es decir una ganancia superior en 264 millones de pesos en comparación con el mismo periodo de 2015.

Estos resultados estuvieron impulsados principalmente por un mayor volumen de ventas, tanto en México como en los más de 100 países donde tiene presencia la empresa a través de sus diferentes marcas, entre ellas Maseca.

Las ventas netas de la empresa, líder a nivel mundial en la producción de harina de maíz y tortillas aumentaron 17 por ciento en relación con el primer trimestre de 2015, para ubicarse en 15 mil 831 millones de pesos.

Estos resultados permitieron a la marca posicionarse en el ranking elaborado por Brand Finance, que servirá a Gruma para optimizar sus rendimientos y seguir apuntalando a Maseca entre las preferencias de los consumidores.

Laurence Newell, director de la oficina de Brand Finance México, señaló que “es fundamental entender el valor de una marca para así optimizar los retornos de la empresa. El día de hoy estamos dando a conocer un ejercicio vital para las marcas en México, tal y como se ha vuelto vital en otras partes del mundo”.

Asimismo, recalcó que México está generando marcas de clase mundial. “Ahora las empresas se preocupan más por su propiedad intelectual o las patentes de sus marcas”.

Lo importante para los mercadólogos y los directivos de finanzas es saber qué hacer con esta información para generar un valor agregado a su empresa. Así como conocer el grado de preferencia, reconocimiento y lealtad de una marca, puntualizó director de la oficina de Brand Finance México.