

Fecha
09.09.2019Sección
EmpresasPágina
18

ALIMENTOS

Empresas mexicanas que se ganaron el paladar del mundo

Alsea, Bimbo, **Gruma** y Lala son algunas de las compañías que lo han logrado

Las cuatro firmas facturaron en el 2T19 51,676 mdp en el país, 42.2% más que en 2014

ALEJANDRA RODRÍGUEZ
mrodriguezg@elfinanciero.com.mx

Alsea, Bimbo, **Gruma** y Lala son empresas de origen mexicano que en el último lustro han conquistado paladares en el extranjero, pues entre el segundo trimestre de 2014 y 2019, México pasó de representar el 62 al 46 por ciento de sus ventas totales, en promedio.

Estas cuatro firmas facturaron en el segundo trimestre de 2019 unos 51 mil 676 millones de pesos en México, 42.2 por ciento más respecto al mismo periodo de 2014.

Aunque lo anterior es un crecimiento de doble dígito, no se compara con el impulso de más de 700 por ciento que tuvieron los ingresos de estas empresas en el mismo periodo por expandir o incursionar en Europa y países de otros continentes. En el mismo periodo de 2014 a 2019, las ventas en Latinoamérica crecieron 71 por ciento y en Norteamérica 66 por ciento.

El consumo de alimentos en el mundo mantiene un crecimiento promedio anual de 7.6 por ciento hacia 2020. Mientras que para 2030, regiones como Asia, África y Sudamérica seguirán con una alta demanda de alimentos, de acuerdo con la consultora GBD Network.

ALSEA 'BRINCÓ EL CHARCO'

La operadora de restaurantes y cafeterías Alsea 'brincó' el charco en

octubre de 2014, cuando adquirió Grupo Zena en España; se sumó la compra de Grupo Vips y el acuerdo para operar Starbucks en Holanda, Bélgica, Luxemburgo y Francia.

Con estas transacciones la participación de ventas de Alsea en México disminuyó de 79 a 48 por ciento, mientras que Europa pasó

de 0 a 36 por ciento entre 2014 y 2019. En este periodo Sudamérica pasó de aportar 21 a 16 por ciento, donde han abandonado marcas como Burger King y P.F. Chang's.

"Europa es un buen salto cuando ves escenarios como ahora, donde la economía mexicana se desacelera, y tu segunda parte importante era Argentina, en donde también enfrentas una situación compleja", dijo Valentín Mendoza, analista de Banorte.

Actualmente, Alsea cuenta con cerca de 4 mil 500 unidades en 11 países, de marcas como Domino's Pizza, Starbucks, Cañas y Tapas, Gino's, entre otras.

BIMBO HASTA EN LA MURALLA CHINA

La panificadora del osito, Grupo Bimbo, decidió independizar los resultados de sus operaciones en otros continentes desde 2017 con la creación de Organización Europa, Asia y África (EAA), que representó en el segundo trimestre del 2019 el 9 por ciento de sus ventas, mientras que en el mismo periodo de 2014 sólo Europa era el 3 por ciento.

En los últimos dos años la firma llegó a China con Mankattan, África con Adghal, e India con y Ready Roti.

Debido a esto, la participación de México en las ventas tuvo un revés de 39 a 32 por ciento, en el segundo trimestre de 2014 y 2019; dichos puntos porcentuales migraron a las operaciones de EAA y Norteamérica.

"En México ya no puede crecer más porque ya son líderes de mercado, y entonces como compañía buscas hacerte más global, ello también te representa retos porque cada país tiene diferentes tendencias de consumo", expuso Marisol Huerta, analista de Ve Por Más.

La empresa del osito opera en 32 países, en donde cuenta con 198 plantas que elaboran producto que se oferta en 3.2 millones de puntos de venta.

GRUMA 'ENVUELVE' AL MUNDO

Gruma, firma productora de maíz y tortillas, hizo en el segundo trimestre del 2019 sólo el 28 por ciento de sus ventas en México, mientras que en el mismo periodo de 2014 era el 32 por ciento.

En ese mismo periodo las aportaciones de Europa y nuevos mercados como Asia y Oceanía se exponenciaron, al conseguir su propia división desde 2015, luego que en España se adquirieran Azteca Foods y Mexifoods, pasaron de aportar casi cero a 12 por ciento. El restante 60 por ciento son Estados Unidos y Centroamérica.

"El volumen había sido la parte crítica para la expansión de **Gruma**, si ves los últimos 10 años sí ha cambiado mucho la parte de qué tanto pesan las operaciones fuera de México", comentó Carlos Her-



Página 1 de 2
\$ 128700.00
Tam: 650 cm2

Continúa en siguiente hoja

Fecha 09.09.2019	Sección Empresas	Página 18
----------------------------	----------------------------	---------------------

mosillo, analista especializados en consumo.

Para cautivar al mercado internacional la firma integró productos saludables como las tortillas bajas en carbohidratos o libres de gluten, además de aprovechar del incremento de restaurantes mexicanos en el mundo.

LALA PASA POR SU MEJOR EXPANSIÓN
Entre 2014 y 2019 Lala diversificó sus ingresos, México pasó de apor-

tar el 94 al 77 por ciento, gracias a la compra de Vigor en Brasil en 2017.

Lala lleva dos años en Brasil, este 2019 representó el 15 por ciento de sus ventas, y en el corto plazo podría ser hasta 20 por ciento.

Lala se expandió a Centroamérica en 2008 empezando por Guatemala y posteriormente Nicaragua. Fue en 2009 que apostó por EU. Ambas operaciones representan hoy el 8 por ciento de sus ventas.

Se 'vuelan' la barda

Estas empresas son 100% mexicanas y actualmente tienen operaciones en el extranjero

Rubro	Alsea	Bimbo	Lala	Gruma
				
CEO	Alberto Torrado*	Daniel Servitje Montull	Mauricio Leyva Arboleda	Juan Antonio González Moreno
Presencia	11 países	32 países	México, Brasil, EU, y Centroamérica	112 países
Unidades	4,458 restaurantes y cafeterías en todo el mundo	198 plantas que elaboran producto que se oferta en más de 3.2 millones de puntos de venta	31 fábricas y 185 centros de distribución a nivel mundial	75 plantas a nivel mundial
Marcas	Domino's Pizza, Starbucks, Burger King, Vips, Chilli's, P.F. Chang's entre otras	Bimbo, Tía Rosa, El Globo, Barcel, Coronado, Lara, Milpa Real, entre otras	Lala, Nutri Deli, Los Volcanes, Vigor, Yomi Lala, Borden, entre otras	Maseca, Mission, Tosty, La Cima TortiRicas, entre otras

*Presidente ejecutivo

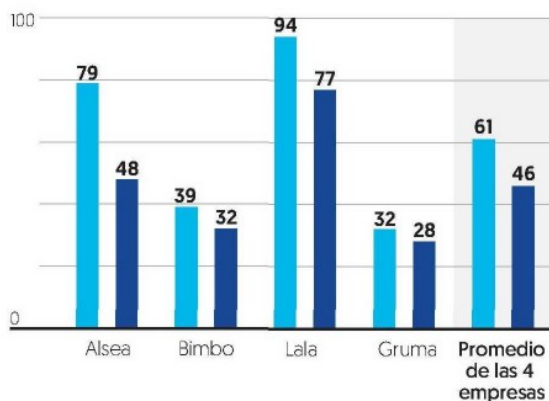
Fuente: Reportes trimestrales empresas.

Incursionan en nuevos mercados

En promedio, las ventas en México de estas 4 firmas pesó sólo el 46% de su facturación total, ya que han diversificado sus ingresos respecto a lo reportado hace 5 años.

■ Participación % de las ventas en México de cada firma

■ 2T14 ■ 2T19



Fuerte presencia

Pese a que han incursionado a nuevos mercados, éstas firmas han aumentado 42% en promedio su facturación en México los últimos 5 años.

■ Ventas en México mdp

■ Alsea ■ Bimbo ■ Lala ■ Gruma

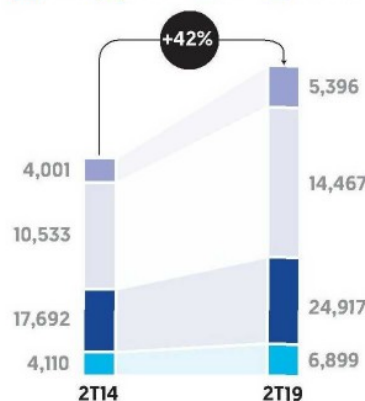


Gráfico: Oscar I. Castro