

CORPORATIVO

Rogelio Varela

Cola-Cola crece 9% pese a desaceleración

Cuando la economía está bien todos, o casi todos, hacen dinero, pero cuando la demanda se contrae son pocas las empresas que pueden crecer.



Armando Paredes.



Luis Téllez Kuenzler.



Hans-Joachim Kholtdorf.

Definitivamente esta crisis, por ser de carácter global y aún de proporciones desconocidas, pondrá a prueba el modelo de gestión de las empresas de todos tamaños, ya que el reto no sólo será mantener ingresos sino incluso seguir como negocios rentables.

Por lo pronto, una firma que en 2008 logró un crecimiento importante fue The Coca-Cola Company, la que comanda aquí **Brian Smith** y que sin duda es líder en el mercado de bebidas, que es muy sensible a los cambios en el poder adquisitivo de las familias.

Coca-Cola en nuestro país ha sabido adaptarse a los tiempos buenos y malos, incluso al surgimiento de nueva competencia con los embotelladores de

bajo costo.

Pues bien, el gigante de Atlanta creció en el mundo 5 por ciento, mientras que en América Latina elevó su facturación 8 por ciento.

Si esas dos cifras son relevantes, la nota es que Coca-Cola en México creció 9 por ciento, un dato que si lo compara con el PIB, que en el mejor de los casos rondará 1.8 por ciento, podrá advertir que no le fue mal a pesar de la contracción económica.

Como sabe, las expectativas de la economía se han venido afectando, ya que hace un año se esperaba que el PIB creciera 3.8 por ciento y al final sólo se alcanzó la mitad.

Pero regresando a Coca-Cola, no sólo está en el negocio de bebidas carbonatadas, también desde hace años vende



Fecha 13.02.2009	Sección Negocios	Página 22
----------------------------	----------------------------	---------------------

agua en presentaciones personales y está en el segmento de bebidas energizantes y jugos, lo que le ha permitido adaptarse a los nuevos tipos de consumidores y al mismo tiempo tener mayores posibilidades de crecimiento.

Otro elemento digno de mención es que Coca-Cola, vía una estrategia coordinada de precios y presentaciones, ha podido contener el embate de otras embotelladoras, pero sin perder su imagen de calidad y servicio al cliente.

Y bueno, en línea con lo que ha venido haciendo en los últimos años, la empresa de Smith seguirá invirtiendo.

Este año canalizará nuevas inversiones por 700 millones de dólares, y su estrategia es mantener las fuentes de trabajo y apoyar a la economía familiar a partir de políticas prudentes de precios, cuando otros embotelladores han decidido cerrar plantas, como es el caso de Pepsi.

México es, después de Estados Unidos, el mercado más importante para Coca-Cola, y su modelo de negocios le está permitiendo crecer a pesar de los entornos económicos y de mercado complejos.

La estrategia del embotellador es adaptarse a los constantes cambios en todos los ámbitos a partir de una cercana relación con los consumidores.

Otro factor es que sus inversiones han si-

do claves para la innovación, que en el caso de Coca-Cola se ha traducido en lanzamientos de bebidas y presentaciones, para atender a más consumidores.

El plan de negocios de Coca-Cola durante 2009 tendrá como eje principal una estrategia enfocada en apoyar la economía de las familias mexicanas ante la retadora situación económica que se presenta.

Basta decir que en una historia que tiene más de ocho décadas Coca-Cola es uno de los mayores empleadores en el país, al generar más de 80

mil empleos directos y medió millón de empleos adicionales de forma indirecta a partir de una amplia red de distribución.

Entre los objetivos del gigante de los refrescos están programas específicos para el mejoramiento del medio ambiente, la educación y el desarrollo científico y tecnológico, porque sabe que la rentabilidad que genera de alguna forma debe retribuirse a los consumidores.

En fin, aunque no se descarta un año complicado para Coca-Cola por el simple hecho de que las familias mexicanas tendrán un menor ingreso disponible, el embotellador está enviando la señal de que a pesar de los malos tiempos de la economía, no dejará de invertir, cuando otras empresas están reple-

gándose, lo que seguramente se verá reflejado en una mayor participación de mercado.

Coca-Cola invertirá este año en México

700
MILLONES

de dólares con la idea de mantener sus fuentes de empleo

Siemens elevó en

20
POR CIENTO

su facturación en la región de Mesoamérica, con todo y el bajón económico de 2008

Fecha 13.02.2009	Sección Negocios	Página 22
----------------------------	----------------------------	---------------------

La ruta del dinero...

CCE respalda a Carlos Slim

El Consejo Coordinador Empresarial, que preside **Armando Paredes Arroyo Loza**, ha manifestado su pleno respaldo a las declaraciones de **Carlos Slim Helú** en el foro organizado por el Senado de la República, y que usted sabe generó airados reclamos por parte del secretario del Trabajo, **Javier Lozano Alarcón**, quien pensó que aún tenía la cachucha de la Cofetel. Lo cierto es que los cuestionamientos en torno a temas como el energético ya han sido planteados por varios organismos cúpula, además de que desde hace semanas viene alertando sobre la necesidad de encontrar mecanismos eficientes para mantener las fuentes de empleo, cuando de noviembre a la fecha se han perdido más de 500 mil puestos de trabajo, y la mala noticia es que la recesión todavía no toca fondo. La coyuntura no es fácil, por donde se le vea, pero la postura del CCE coincide con Slim en crear una gran alianza para sacar a flote a la economía, por lo que resulta fuera de lugar ventilar viejas rencillas como las que manifestó el secretario del Trabajo.

En duda, permanencia de Téllez

Y en más del jaloneo de los últimos días y luego de las revelaciones que hiciera ayer la periodista **Carmen Aristegui** en su regreso a la radio con MVS, en círculos políticos se está cuestionando la permanencia de **Luis Téllez Kuenzler** en la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Cómo estará el ambiente de caldeado que incluso el propio Téllez tuvo que salir a los medios a tratar de enmendar las cosas, ya que ventiló lo que en *vox populi* ha trascendido por años: los excesos de **Carlos Salinas de Gortari** durante su mandato con el uso de la partida secreta. Pero lo peor, después de reconocer qué fácil Téllez Kuenzler externa información que podría ser incluso de seguridad nacional, dígame qué empresario o funcionario público se animará en el futuro a comentar algo con el secretario de Comunicaciones, quien resultó muy hablantín.

Siemens eleva facturación

Otra empresa global que también está reportando cifras positivas es Siemens, el gigante industrial que comanda aquí **Hans-Joachim Kholstdorf**, que por lo pronto en la región de Mesoamérica con sede en México, reportó un crecimiento en ventas durante 2008 de 20 por ciento con respecto a la facturación observada en 2007. La región que le comento abarca las operaciones de Siemens en México, Panamá, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y República Dominicana. Le puede decir que pese a la recesión Siemens se muestra optimista y prospecta un crecimiento sano en la región para este año, lo que se verá reforzado por la confianza que posee en esos mercados. En el caso concreto de México, la firma de origen alemán se encuentra a la espera de los nuevos proyectos de infraestructura que está por licitar el gobierno federal en sectores como el energético, donde esa firma es líder global, amén que en estos años se ha consolidado como uno de los proveedores más confiables de la Comisión Federal de Electricidad, de **Alfredo Elías Ayub**. Y bueno, un factor que además está apuntalando la gestión de Siemens es que a pesar de la revaluación del dólar frente al euro, los precios de las materias primas han ido a la baja, hablese de cobre, petróleo y otros productos, además de que el ajuste en el tipo de cambio estará dando mayor competitividad a las manufacturas mexicanas, aunque habrá que decir que el año pasado sus exportaciones pudieron crecer 58 por ciento.

Impulsa promueve a exportadores

Impulsa Aceleradora de Negocios, que dirige **Fernando Sepúlveda**, se está consolidando como uno de los más activos consultores de Pymes. El objetivo de Impulsa para este año es atender entre cien y 150 empresas con desempeños sobresalientes en varios mercados, sobre todo en el sector servicios, y uno de sus objetivos es apoyar a nuevos exportadores, que con un tipo de cambio más competitivo y nichos perfectamente identificados podrán crecer con todo y la crisis. ☑

rvarela@elfinanciero.com.mx

Viñetas: Ezquerro