

EMPRESAS

Supera Tecate crecimiento del PIB, suben volúmenes hasta 8 por ciento

Es tan relevante la marca, que su desempeño en un sólo país como México sólo se compara al que logra Heineken en 50 naciones

ÉDGAR RIVERA

erivera@elfinanciero.com.mx

TECATE, BC.- La cerveza Tecate se ha convertido en una de las marcas más importantes del portafolio de Cuauhtémoc Moctezuma, con una significativa concentración en México y Estados Unidos (EU), tan sólo por debajo de Heineken que se distribuye en más de cien países del mundo, logrando crecimiento por encima del PIB, en rangos que van de 4 a 8 por ciento, destacaron directivos de la empresa cervecera.

“Tecate crece en volumen en niveles medios de una sólo cifra, esto significa que está creciendo rondando niveles de entre 4 y 8 por ciento en el país, para colocarse como la segunda marca en importancia del portafolio, después de Heineken”, dijo Leandro Berrone, Vicepresidente de Mercadotecnia de la empresa.

Agregó que “Tecate también crece en forma fuerte y significativa en el sur de EU en sus diferentes variantes de rojo, light o titanium. Es tan relevante la marca que su crecimiento en un solo país como México, se compara al que hace Heineken en 50 países. El tema, más que el crecimiento, es la pasión con la que se elabora, la magia de la historia y la alquimia que existe detrás de su fabricación”.

Dijo que Tecate es una marca de gran trascendencia que permite una fuerte identificación con el consumidor, logrando presencia en deportes como el fútbol, béisbol



DIRECTIVOS DE CUAUHTÉMOC MOCTEZUMA. Franco María Maggi, director de Marcas; Leandro Berrone, Vicepresidente de Mercadotecnia; César Moreno Gzz, Alcalde de Tecate; y Jorge Meillón, Vicepresidente de Operaciones.

y box, patrocinios locales e internacionales, como el recientemente logrado con el Club de Fútbol Barcelona de España.

“Cerveza Tecate es una historia de innovación. En 1949 fue la primera marca en introducir la lata metálica, con lo que se diferenció en el mercado. Su éxito también se explica en que ha sabido asociarse con activos promocionales

altamente relevantes para los consumidores”, detalló.

El directivo dijo que Tecate viene ganando participación de mercado, a pesar de contar con una fuerte competencia en México.

“Tenemos un competidor respetable en México, eso no hay que negarlo, pero nosotros venimos ganando participación de mercado todos los años con este producto,

pero no es fácil crecer una marca, pero estamos muy contentos con el trabajo que venimos haciendo.

“No podemos mencionar datos de participación de mercado, pero si podemos decir que Tecate es una marca grande, que viene ganando participación de mercado cada año, creciendo en forma sostenida por más de diez años consecutivos en el Noreste, Norte, Noroeste, Cen-

tro, Occidente, Sur y Sureste del país”, señaló.

Berrone dijo que “con Tecate tenemos la marca con mayor ritmo de crecimiento, la que más innova, la que tiene mayores activos de patrocinio, la que mejor sabe”.

Jorge Meillón, Vicepresidente de Operaciones de Cuauhtémoc Moctezuma, no descartó que en el futuro Tecate pueda fabricarse fuera de México si su nivel de consumo sigue creciendo.

“Aprender sobre la historia de Tecate, nos motiva a seguir trabajando muy duro para alimentar una de las historias de éxito más inspiradoras en el mundo cervecero”, señaló.

Franco María Maggi, director de Marcas de CM, dijo que Tecate además de una marca de cerveza, también está vinculada a una ciudad que hoy es un pueblo mágico.

“Para demostrar de qué está hecha Tecate, durante un año se llevarán a cabo una serie de celebraciones en el país, como experiencias gastronómicas con chefs originarios de Baja California, un concierto con Los Tigres del Norte, que se realizará hoy, una función de box, este fin de semana”, explicó.

César Moreno, Alcalde de Tecate, resaltó que entre las celebraciones, se activó nuevamente el recorrido de ferrocarril entre Tijuana y Tecate, para apoyar el entorno turístico que representa una ciudad como Tecate

APUNTES

MARÍA DE LOURDES TREVIÑO

La Reforma Energética y la Bolsa de Valores

La semana pasada, después de un año de largos debates, se promulgaron las leyes secundarias que dan fundamento jurídico a la Reforma Energética en nuestro país. Desde el lanzamiento de esta iniciativa, los precios de las empresas del sector energético que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, en particular, han estado sujetos a la volatilidad implícita a las expectativas sobre esta industria.

Se ha comentado que los precios de las acciones de empresas como Alfa, Alpek (ambas regias), Ienova y Mexichem, que pertenecen al sector energético, ya han incorporado los efectos de esta reforma, por lo

que no deberíamos esperar movimientos fuertes, al menos en lo que resta de este año. Sin embargo, en el último año, los precios de Alfa y Ienova mostraron un incremento de 15% y 45%, respectivamente, mientras que Alpek y Mexichem han reportado minusvalías de 20% y 9%, respectivamente. Como referencia, en ese periodo el IPyC avanzó 6.6%.

En la semana de promulgación de las leyes, del 8 al 15 de agosto, de las cuatro emisoras mencionadas, todas excepto Alfa, terminaron la semana prácticamente en el mismo nivel de precios. Alfa presentó un avance de 8%. Curiosamente, la semana

anterior, la comprendida entre el 1 y 8 de agosto, todas, a excepción de Alfa, registraron un incremento en sus precios. El IPyC avanzó 1.1% y 0.3%, respectivamente.

Lo anterior confirma que el mercado de valores es una arena de expectativas. Los precios suelen adelantarse a la confirmación de los rumores por lo que se dice que el mercado de valores se adelanta a la economía real. También habría que señalar que aunque las expectativas para el sector energético son favorables, estas inversiones tendrán su efecto en el crecimiento del país en el largo plazo. Se ha señalado que los beneficios asociados a cambios en el sector energético se darían en-

tre el 2016 y 2017.

El mercado nos ha enseñado que los términos mínimo, máximo, caro y barato son siempre relativos ya que las expectativas de las empresas se revisan constantemente una vez que se hacen anuncios sobre las inversiones que llevarán a cabo y el efecto sobre sus resultados futuros. Le doy un ejemplo. A inicios de este año Gruma rompía la barrera de los 100 pesos y para muchos estaba “cara” después de generar un rendimiento de más de 150% en 2013. La semana pasada cerró en niveles cercanos a los 148 pesos. ¿Cree usted que los precios de las emisoras energéticas ya no puedan incrementarse en el futuro cercano?.

La autora, María de Lourdes Treviño, es Especialista en Estrategia Bursátil; y Doctora en Finanzas.

Opine usted:
Mail: contacto@
mexicobursatil.
com
Twitter: @
MexicoBursatil