

LA TECNOLOGÍA, FACTOR CLAVE DEL ÉXITO DE GRUMA

- *En 1978 GRUMA fue capaz de exportar tecnología a los Estados Unidos.*
- *La exitosa incursión en el mercado de E.U. fue el paso decisivo para afianzar el prestigio de la empresa a nivel mundial.*

A mediados de la década de los 70's, el grado de desarrollo de las operaciones de GRUMA en México ya permitía pensar en extender las operaciones fuera de nuestras fronteras pues, entre otras cosas, la rigurosa política de subsidio que en ese entonces controlaba a la industria del maíz y la tortilla representaba un serio obstáculo para su crecimiento, mismo que en aquellos días resultaba prácticamente imposible de contener.

Luego de iniciar su consolidación en el mercado de Costa Rica, una serie de factores, tanto comerciales como de desarrollo tecnológico se conjuntaron para que GRUMA considerara a Estados Unidos como el siguiente gran paso en su proceso de expansión.

En aquellos días Don Roberto González Barrera percibió la creciente popularidad de la comida mexicana en aquel país; durante un recorrido por California vio que la industria en ese estado ya tenía tecnología, pero se dio cuenta también de que la tecnología GRUMA era muy superior, por lo que había elementos para competir.

Con un objetivo en mente, Roberto González Barrera se dio a la tarea de mostrar su harina a los fabricantes de tortilla en la Unión Americana, los cuales en principio mostraron muy poco interés, pues todos pensaban que tenían la mejor forma de hacer tortillas y un producto de mejor calidad.

En aquella época la industria de la tortilla en Estados Unidos se encontraba altamente fragmentada al estar constituida por empresas pequeñas, cuyos dueños luchaban no sólo por captar una parte del naciente mercado sino por ser competitivos utilizando una tecnología inapropiada, que más adelante resultaría insuficiente para dar respuesta a una demanda que iba en aumento y que cada vez se mostraba más exigente. “Entonces pensé que mi trabajo era mostrarles que con harina Maseca se hacía muy buena tortilla, ¿cómo se los demuestro? Pues haciéndola yo mismo”, recuerda Don Roberto, quien no tardó en tener éxito produciendo tortillas de esta manera, por lo que en poco tiempo contaba ya con varias tortillerías de su propiedad.



LA TECNOLOGÍA, FACTOR CLAVE DEL ÉXITO DE GRUMA

En 1976 adquirió una pequeña fábrica de tortillas que vendía 2 millones de dólares al año y cuyo nombre a más de uno sonará familiar: Mission Foods, apelativo que hoy conserva dicha subsidiaria de GRUMA.

En esta etapa fue imperante fortalecer la parte tecnológica, que después influiría de manera definitiva para penetrar en el mercado norteamericano, de acuerdo con el testimonio del propio Ing. Manuel Rubio Portilla.

El hoy Director General de Ingeniería y Tecnología de GRUMA comentó para AL GRANO Edición Especial que en 1978 trabajó en el desarrollo de una máquina capaz de producir 600 tortillas por minuto, y cuya operación en México resultaba incosteable debido al efecto sobre la industria de la aplicación de un subsidio; este hecho les alentó a trasladarla y utilizarla en los Estados Unidos.

Sin embargo, ello no resultaba tan sencillo, pues existían algunas dificultades y contratiempos para poder introducir la tecnología mexicana al mercado estadounidense. La estrategia utilizada para poder ingresar la máquina a territorio norteamericano mostró una vez más el espíritu emprendedor y la personalidad de Don Roberto González Barrera, quien con la asesoría del Ing. Rubio decidió la compra de la empresa Elektra Food Machinery, con sede en El Monte, California.

El propio Ing. Rubio explica los motivos de esta adquisición: “Además del aspecto tecnológico, la compra tuvo una razón meramente comercial, que nos ayudó a ganar tiempo, pues no es lo mismo competir solos en un mercado que comprar un negocio establecido que ya tiene clientes a los que se puede acercar con más confianza”.

Una vez que la tecnología con diseño y patentes mexicanos se aplicó a las máquinas construidas en Elektra Food Machinery, buscando cumplir con todas las especificaciones impuestas por el gobierno de los Estados Unidos, la compañía se trasladó a Monterrey N.L., convirtiéndose en lo que ahora es TECNOMAÍZ.

Para uno de los principales protagonistas del desarrollo de GRUMA, la incursión en los Estados Unidos es quizá el momento más importante de la empresa en sus primeros 50 años de vida. “A mi juicio, dice el Ing. Rubio, el paso más grande que este negocio dio para darle la importancia que ahora tiene fue cuando entramos a Estados Unidos, pues somos de las pocas, o quizá la única empresa extranjera que logró ingresar con tecnología propia a ese difícil mercado”. Si hubiéramos fracasado ahí, considera el Ing. Rubio, “hoy la compañía sería de otro tipo y de otro tamaño”.



LA TECNOLOGÍA, FACTOR CLAVE DEL ÉXITO DE GRUMA

Más de 20 años después, GRUMA es líder en prácticamente todos los mercados locales y productos con los que participa en la Unión Americana, su prestigio y experiencia adquiridos al ingresar y permanecer en este mercado, con una tecnología propia y con un producto de origen mexicano, son ahora uno de los más valiosos activos para el desarrollo de la empresa, en las diversas regiones del mundo en las que opera.

* * *

