



28 Octubre, 2017

## CRECIMIENTO

# La industria crece, aunque el mayor potencial es el exterior

El 30% de los directivos de las empresas de gran consumo es optimista y prevé —a falta de conocer el impacto de la crisis catalana— cerrar el año con un crecimiento de más del 5%. Varias empresas han aprovechado la reunión de la patronal Aecoc para hacer públicas sus previsiones. Juan Manuel Morales, director general del Grupo IFA, señaló que las ventas de su cadena aumentarán un 5%, mientras que el consejero delegado de Nueva Pescanova, Ignacio González, prevé “un incremento de entre un 5% y un 7%”. Por último, la empresa que ha apuntado un mejor desempeño de su negocio a lo largo de 2017 ha sido ElPozo, que cerrará el año creciendo a dos dígitos (10%), según informó



Miguel Ángel Polo

Tomás Fuertes, presidente de Grupo Fuertes. No obstante, esta etapa de crecimiento no está exenta de retos para las compañías, ya que muchas

de ellas consideran que mantener esas cifras pasará en el futuro por crecer en el exterior, tanto porque el mercado español es ya muy maduro,

Tomás Fuertes, presidente de Grupo Fuertes.

como el potencial que suponen algunos mercados internacionales. Ebro Foods sitúa Asia como un mercado clave para su futuro, razón por la que ha comenzado a realizar inversiones en India y Tailandia para ganar cuota de mercado en la zona. ElPozo, cuyo negocio exterior aporta entre el 20% y el 30% de los ingresos, cree también necesario aumentar estas cifras, apostando por acuerdos con socios locales, tal y como la empresa ha hecho en Rusia con Cherkizovo. Nadie esconde, sin embargo, que atacar mercados exteriores exige flexibilidad, como le está ocurriendo a Mercadona en Portugal, a donde llegará en 2019. “Cambiamos más del 50% de los productos que tenemos en nuestros lineales en España”, dijo Juan Roig.