

CAPITULO 1

Caso final Web

Las empresas multilatinas - Relevante

El artículo titulado “Las empresas latinoamericanas que vencen a las multinacionales.” Por: Alejandro Rebossio | 19 de agosto de 2012, resulta interesante ya que nos plantea una nueva tendencia en Latinoamérica y sus grandes empresas.

El artículo recorre varios ejemplos de empresas “multilatinas”, que operan en varios países latinoamericanos y que gracias a su buena gestión y estrategia comercial, están consiguiendo hacer frente a grandes multinacionales Norte americanas y Europeas.

Los ejemplos que se encuentran en el artículo están sacados del libro “Vencer a las multitis”, del periodista económico argentino Alfredo Sainz. Entre ellos hemos encontrado especialmente interesantes el caso de las empresas Ajegroup; a la que pertenece la marca Kola Real que “supo aprovechar los problemas que tenía Coca-Cola para distribuir sus productos en tiempos de la guerrilla maoísta Sendero Luminoso”, Topitop; que denomina como “La Zara de los Andes”, Taringa!; empresa Argentina y otras del sector alimenticio.

Las empresas latinoamericanas siempre se han enfrentado a escenarios económicos más difíciles y parece que ello les hace ser más creativas y flexibles para adaptarse a circunstancias poco convencionales.

Referencia:

Rebbosio, A. (19 de 08 de 2012). Blogs de economía el país. Recuperado el 06 de 06 de 2014, de <http://blogs.elpais.com/eco-americano/2012/08/las-empresas-latinoamericanas-que-vencen-a-las-multinacionales.html>

Preguntas

1. En los últimos años se ha observado un hecho novedoso en relación a ciertas empresas latinoamericanas. ¿Qué hecho ha sido este?
2. Comente algunas de las estrategias seguidas y algunos casos de empresa latinoamericanas que compiten con éxito en los mercados internacionales.

Caso 1

Respuestas al caso Final 1

1. Las empresas latinoamericanas han evidenciado una capacidad creciente para competir con las multinacionales de EUA o de Europa recurriendo a estrategias novedosas.

2.

☒ En unos casos, como por ejemplo la peruana Ajegroup, dueña de la marca Kola Real, aprovechando la ventana de oportunidad le brindó los problemas que tuvo Coca-Cola para distribuir sus productos en tiempos de la guerrilla de Sendero luminosos.

☒ Actualmente Ajegroup opera en casi toda América, en Europa y está llevando a cabo una exitosa campaña de expansión en Asia.

☒ En otros casos logrando introducir su marca como un símbolo de pertenencia a un colectivo, como ha sido la cadena de restaurantes guatemalteca, "El Pollo Campero" con más de 340 locales muchos de ellos en USA

☒ Otros ha aprovechado el estrecho segmento de mercado que ha abierto la economía social con los microcréditos Este ha sido el caso del banco boliviana FIE Gran Poder.