

NUESTRAS METAS DE CRECIMIENTO SON GLOBALES

El año 1971 representó para GRUMA grandes retos. Seguramente, el más importante fue el de la internacionalización; en aquellos días el Grupo había desarrollado ya una importante industria a partir de la transformación de maíz en harina y contaba con importantes conocimientos tecnológicos y administrativos que le permitirían pensar en nuevos horizontes, allende las fronteras mexicanas.

A invitación expresa del gobierno de Costa Rica, en particular del entonces Presidente, José María Figueres, GRUMA estudió el mercado de aquella nación en la que por razones predominantemente económicas, se había dejado de producir maíz, para sustituirlo por trigo de importación, que en aquellos días era proporcionado como ayuda internacional por los Estados Unidos.

Con una visión de largo plazo, la administración del presidente Figueres se dio a la tarea de buscar, donde fuera que se encontrara, a la persona indicada para poder devolver la cultura del maíz a su nación, dado que de seguir el rumbo de las cosas, en un par de lustros más la población habría estado acostumbrada a consumir sólo trigo, dependido casi totalmente de las importaciones de este grano.

Así, la inquietud del mandatario costarricense se centraba en conseguir un organismo o empresa capaz de desarrollar una industria del maíz en su nación, climatológicamente más amigable para este grano que para el trigo.

La búsqueda culminó en México, cuando el entonces presidente Luis Echeverría Álvarez sugirió a su homólogo costarricense que analizara el caso de la industria harinera de su país, donde GRUMA, empresa fundada por Don Roberto González Barrera, jugaba un papel protagónico.

GRUMA contaba con el perfil requerido, por lo que en 1973 se dio a la tarea de replicar su experiencia industrial en ese nuevo mercado, dando así uno de los pasos más importantes de sus cincuenta años de historia; iniciaba así una etapa que le permitiría adquirir experiencia en el extranjero, aprovechando las grandes ventajas de su propia tecnología.

Los siguientes fueron años de arduo trabajo, buscando penetrar firmemente en el mercado con un producto nuevo; lapso que sirvió también para comprobar la eficacia de las nuevas tecnologías que se iban desarrollando y para comprobar la eficacia de programas de distribución, así como la oportunidad de diversificar las actividades empresariales de GRUMA.



NUESTRAS METAS DE CRECIMIENTO SON GLOBALES

LA OPERACIÓN PALMITO

Sobre la incursión de GRUMA en el procesamiento y envasado de palmito, el propio Don Roberto González Barrera recuerda: “Cuando estuvimos bien cimentados con nuestras operaciones de tortilla en materia de publicidad, distribución masiva, fabricación y administración, entonces tuvimos la oportunidad de comprar un negocio de jugos y conservas enlatadas que tenía fábricas en Costa Rica y Guatemala. Junto con ese negocio venía una pequeña finca que cultivaba palmito de manera rudimentaria, utilizando palmito silvestre”.

“Recuerdo que mi gente me decía en aquella época, vamos a cerrar esto del palmito y nos quedamos sólo con las conservas... yo les dije, no, es al revés, cierren las conservas pero no la producción de palmito. Como a mí me gusta la investigación y además vi tan interesado en el asunto al rector de la Universidad de Costa Rica, quien me ofreció apoyarnos en materia de investigación, me decidí a sembrar palmito”.

En aquellos días no existía ningún antecedente de siembra bajo condiciones controladas, y los empresarios dedicados a este vegetal explotaban la producción silvestre de países como Brasil (entonces el principal competidor) Paraguay, Uruguay y Colombia, para surtir al mercado francés y algunos países del actual Mercomún Europeo.

“Así que nosotros empezamos a sembrar científicamente esta palma, que sólo se da en países tropicales. En ese entonces Brasil era el rey de la exportación, pero con plantaciones silvestres, aun así, a mí me gustó mucho el producto”.

Para Don Roberto el palmito no constituía un negocio, “quise hacerlo por Costa Rica, me dije: Vamos a hacer algo que le sirva a Costa Rica”, así que con el apoyo de los investigadores de la Universidad de Costa Rica, se desarrolló en un principio el cultivo científicamente controlado. GRUMA, además de haber realizado la investigación del palmito como agricultura, se encargó de crearle un proceso industrial. “Manuel Rubio creó la tecnología para el palmito y ahora producimos todo automáticamente, nosotros fuimos el detonador de la industrialización y globalización de este producto” recuerda Don Roberto. “Hoy en día es un verdadero negocio gracias a que en un principio nos preocupamos por realizar toda la investigación y el desarrollo de la maquinaria”.



NUESTRAS METAS DE CRECIMIENTO SON GLOBALES

En Costa Rica, existen hoy en día 15 mil hectáreas de palmito y un sin número de productores. GRUMA cuenta con dos mil hectáreas, y tiene como mercado el Mercomún Europeo, Francia, Bélgica, Italia y España entre otros. “El palmito lo hicimos por servir de algo a la comunidad en que uno vive, hoy, es un producto de exportación no tradicional que da empleo directo a casi 10 mil personas en ese país”, añadiría Don Roberto González Barrera.

De las ventas de este producto el 45% se realiza en Europa, el otro 45% en Canadá y Estados Unidos y el 10% restante corresponde a países latinoamericanos y a Japón.

* * *

