

LA MORENA COMERCIALIZADORA NAREMO



24

El 27 de octubre de 1970 inicia operaciones, de manera oficial, la nueva organización “Productos Alimenticios La Morena S.A.”, cuyo nombre hace honor a la Virgen de Guadalupe, patrona de los mexicanos. Desde el 8 de septiembre de 1970 hasta la fecha, las operaciones de esta organización se han mantenido en crecimiento, gracias a la sólida y ejemplar filosofía establecida por sus fundadores, cuyos valores principales son el respeto al ser humano, la tradición y el apego a la religión.

Hoy, siguiendo esta misma línea, la dirección de la compañía emprende nuevos proyectos, tratando de concertar modernos planes de negocio que le permitan enfrentar retos importantes, como la apertura de nuevos mercados, el cambio de estructuras administrativas y sociales, la implementación de metodologías informáticas vanguardistas y la creación de esquemas organizacionales simplificados, basados en la calidad y competitividad de los productos; todo ello propiciado por la era de la globalización. Actualmente, La Morena está constituida por 1,800 trabajadores, distribuidos en dos plantas productivas de al menos 43,000 metros cuadrados, situadas en Rafael Lara Grajales, Puebla y Huamantla, Tlaxcala. El personal de La Morena trabaja arduamente para cumplir con las expectativas de los clientes, a través de productos exquisitos y tradicionales.

El compromiso de la compañía se sintetiza en el lema ‘Calidad y Tradición’, el cual retrata a la perfección la filosofía de sus directivos, la cual se ha traducido en beneficios directos para su personal e indirectos para la zona geográfica donde La Morena tiene su sede. De esta manera, ha contribuido a la realización de obras sociales y humanitarias, apoyando a la comunidad y a los habitantes de la región, y ganándose el reconocimiento de la población en general. Durante más de 45 años de labores, La Morena ha sabido conservar en sus productos la sazón y tradición de la comida mexicana, ya que son elaborados mediante procesos cuyo eje principal es la mano del hombre, lo que permite respetar las recetas originales y ofrecer alimentos de la mejor calidad.

Con una estrategia bien definida y todo el empuje de sus dirigentes, **La Morena** buscará duplicar sus ventas para 2020 y superar los mil millones de pesos que factura en la actualidad. Éste es el objetivo de la compañía fundada por el empresario michoacano **Félix Ayala Ávila**, quien falleció en 2013 a los 92 años y cuyas cenizas descansan en la Iglesia de la Virgen del Camino, localizada al sur de la ciudad de Puebla.

Guadalupe Ayala Romo y Félix Ayala Romo –hijos de Don Félix– le han dado continuidad al legado que su padre comenzó a forjar hace 45 años con el toque inspirador de la **Virgen de Guadalupe** y la exquisita sazón del **chile chipotle**. Para institucionalizar el negocio, los Ayala Romo fortalecieron su equipo de trabajo con las incorporaciones de Manuel García Ulloa y Andrés Garibay director general adjunto y director comercial de **La Morena**, respectivamente.

Gracias a esto, la compañía especializada en la producción de **chiles** ha logrado transformarse y ofrecer a las familias mexicanas toda su **sazón y tradición**. La remodelación de su primera planta, ubicada en Huamantla, Tlaxcala; la apertura de nuevas instalaciones en Puebla, y el crecimiento de su portafolio con productos como los **chiles rellenos** de queso y picadillo listos para comer, son muestras claras de todo su potencial.

De hecho, las estadísticas de los últimos 4 años revelan que **La Morena** ha incrementado sus ventas en tienditas y autoservicios hasta un 16 por ciento, por encima del crecimiento del mercado, equivalente al 4 por ciento. Estos datos anticipan buenos tiempos para la firma 100 por ciento mexicana, que, de cara a los próximos años, se dispone a superar varios retos:

- Equilibrar su presencia en tiendas y autoservicios, ya que, por ahora, tiene mayor impacto en el primer segmento (80 por ciento contra 20 por ciento).
- Alcanzar una cobertura nacional superior al 90 por ciento.
- Aumentar su impacto en el norte del país y refrendar su gran liderazgo en el centro y sureste de México.

Además, **La Morena** busca duplicar sus exportaciones, que representan 14 por ciento de su facturación total. Para ello, intensificará su presencia en Estados Unidos y buscará llevar sus **chiles** a nuevos mercados, que puedan sumarse a los de España, Holanda, Gran Bretaña, Guatemala, Costa Rica, Bolivia y Corea.

Este ambicioso plan tiene como objetivo adicional que **La Morena** se erija como líder absoluto en la producción de conservas de **chile**, mercado donde ocupa la segunda plaza. Por ello, la estrategia de **La Morena** contempla: incluir más productos en su portafolio, incrementar su presencia en el punto de venta e incluso, generar campañas televisivas en el Valle de México, Guadalajara y Monterrey.

Llevamos trabajando con ASERCA alrededor de 5 años y esto ha contribuido en el desarrollo, conseguir contactos calificados, lanzar y promocionar nuevos productos, generar mayores ventas, testear nuevos productos y servicios, analizar el mercado y la competencia, potenciar la imagen corporativa, penetrar nuevos mercados, apoyar y captar representaciones, agentes y distribuidores y fidelizar a nuestros actuales clientes.

