

MOMENTO CORPORATIVO



OPINIÓN

ROBERTO AGUILAR

Holcim México, nuevas adquisiciones en puerta

Cuando la empresa suiza concretó una de las mayores reorganizaciones corporativas en su historia, que implicó la escisión y cotización de sus activos en Norteamérica el año pasado, colocó a México como un claro, y avanzado, ejemplo de dos temas cruciales para el futuro de Holcim. El primero, y más relevante, es seguir ampliando sus estrategias en sostenibilidad, donde es líder desde hace muchos años, y mantener su crecimiento alineado a los principios ASG. Además, contar con una estructura de ingresos más balanceada para que en 2030 la mitad de sus ventas provengan del cemento y concreto, y el resto de las soluciones de construcción.

La llegada de **Christian Dedeu** a la dirección general de Holcim México fue decisiva para avanzar en ambos frentes, y es que con más de 15 años de experiencia en la compañía sumó y consolidó en la estructura de Holcim México cuatro subsidiarias: Geocycle, enfocada en gestión de residuos sólidos urbanos e industriales; Disensa, red de franquicias de venta al menudeo que un año creció de 90 a 350 puntos y la meta es alcanzar tres mil tiendas en 2030; Indar, el principal mayorista ferretero en el Centro-Occidente de México; y Pasa, dedicada a la fabricación y distribución de impermeabilizantes, aditivos y pegamentos.

La estrategia de Holcim México también responde a la caída del sector de la construcción el año pasado y, por lo tanto, de la demanda de cemento, concreto y agregados, que otros competidores compensaron con aumento de precios, pero la compañía optó no sólo por el balance de sus fuentes de ingresos sino por el desarrollo y la innovación que permiten una operación más rentable y sustentable, y estar lista para la reactivación del mercado de la construcción que anticipa los ciclos económicos y que, por lo pronto, ya envió las primeras señales tenues de un potencial cambio de tendencia apoyado por el Plan de Inversión en Infraestructura para el Desarrollo con Bienestar 2026-2030. Así Holcim México se consolida como la operación estratégica para la compañía en América Latina.

¡HOLE IN ONE!

Llamó la atención las menciones en la red social X de **José Antonio González Anaya** sobre el deporte del bastón en México. El exfuncionario comentó su incursión como socio en gogolf.com con **Basilio Velasco** que es una plataforma que busca democratizar el acceso al golf en México. Y es que contrario a lo que se piensa, la mayoría de los campos en el país permiten el acceso sin ser socio, pero hacerlo involucraba varias limitaciones, como saber cuántos y cuáles campos están más cerca, horarios disponibles y costos, y en respuesta la aplicación gratuita desarrolló el primer mapa público, y un número creciente de campos afiliados a la plataforma.

Gogolf.com se lanzó en septiembre del año pasado y tiene presencia en 20 campos en 11 estados, y prácticamente anuncian uno nuevo cada semana. Si bien el modelo de negocios existe en otros países, en México no se había logrado capturar la atención de los campos y jugadores porque se imponían soluciones sofisticadas o caras en un mercado que no estaba listo y que solo se conseguía el efecto contrario. "Nosotros buscamos hacerlo fácil para los campos con una modelo similar a Airbnb", explicó el propio Basilio Velasco. 📍

@ROBERTOAH

