

**MOMENTO CORPORATIVO**



**OPINIÓN**

**ROBERTO  
AGUILAR**

**Ferrero: México,  
posicionado para  
seguir creciendo**

**E**stuvo en México, **Philippe Steyaert**, uno de los ejecutivos de mayor jerarquía del grupo italiano, el tercer productor más importante de dulces empaquetados que en 2025 reportó ventas por 20 mil millones de euros, un aumento de 10% respecto a 2024, apoyadas por ingresos de sus adquisiciones, mayores volúmenes y precios.

El Chief Business Officer de Grupo Ferrero es responsable de la estrategia internacional de la compañía que tiene presencia en 170 países, y busca ampliarse fuera de Europa. En este contexto, países como EU, China, India, Japón, Brasil y México son prioritarios para el crecimiento de Grupo Ferrero, aunque México tiene un espacio único por el tamaño del mercado interno con una población grande y joven, y su capacidad de producción para exportar a otros mercados como EU.

La presencia de Philippe Steyaert podría interpretarse como un próximo anuncio de inversión en México, en la coyuntura de ambiciosos programas del gobierno para la llegada de inversión privada al país tendrá que esperar porque el plan de 20 millones de euros que anunció la firma se enfocará a ampliar la electricidad de su planta en Guanajuato.

***Para el importante grupo de origen italiano, el mercado nacional es parte esencial en su estrategia global***

El objetivo de Grupo Ferrero es claro: duplicar sus ventas para alcanzar 40 mil millones de euros consolidando sus marcas, buscando adquisiciones y adaptándose a los consumidores, y Ferrero México que encabeza **Paolo Cornero**, sin duda juega un papel fundamental.

**FUERZA MUNDIALISTA**

Kia México, que dirige **Horacio Chávez**, cerró el año como la quinta marca más importante del mercado automotriz con una participación de 7.3% con 111 mil 172 unidades, un alza de 6.5% con respecto a 2024. La firma coreana acumuló 11 meses consecutivos de ventas récord, con 62 mil 524 contratos, 17% más que un año antes, y su plan Kia Fidelity también tuvo un destacado avance en 2025. Y como socio de la FIFA y socio automotriz I, Kia aprovechó el recuento anual para presentar tres versiones mundialistas: K3, K4 y Sportage.

**PROMOVER A MÉXICO**

Lo que BBVA perseguía con la fallida compra de Sabadell era disminuir la dependencia de sus operaciones fuera de España, lo que no sucederá en el mediano plazo

porque México se consolidó como su operación más grande y rentable al aportar 45% de sus ganancias al cierre de 2025 gracias a una mayor participación en el mercado donde alcanzó una cuota cercana a 26%.

Y la búsqueda de mayores oportunidades en México estaría detrás de la visita que organizó BBVA de una comitiva de empresarios y miembros del Banco de España y del Banco Central Europeo donde aprovechó para resaltar las bondades de México y su potencial de crecimiento. [📌](#)

@ROBERTOAH

