

Un grupo brasileño y Warren Buffett fusionan Heinz con el gigante alimenticio Kraft

La nueva empresa se transformará en la quinta en tamaño en el rubro de alimentación y bebidas en todo el mundo. Kraft dejó de tener negocios en la Argentina en 2012

EL CRONISTA Buenos Aires

La brasileña 3G Capital –famosa por su salsa de tomate H.J. Heinz– junto al conglomerado Berkshire Hathaway –del multimillonario Warren Buffett– se fusionaron nada menos que con el gigante alimenticio Kraft Foods y conformarán el quinto mayor grupo de alimentación y bebidas del mundo y el tercero de los Estados Unidos. La nueva empresa, que pasará a lla-

Para financiar a la nueva firma, 3G Capital y Berkshire Hathaway inyectarán unos 10.000 millones de dólares.

“Estoy encantado de tener un papel en la unión de estas dos compañías ganadoras y sus icónicas marcas”, dijo ayer Warren Buffett, director ejecutivo de Berkshire Hathaway.

“Al unir estas dos compañías icónicas con esta transacción estamos creando una plataforma sólida para el crecimiento internacional y en Estados Unidos”, expresó Alex Behring, director de Heinz.

La fusión, que esperan completar durante este año, reunirá bajo un mismo grupo populares marcas como Heinz, Kraft, las salchichas Oscar Mayer, los quesos Philadelphia, el café Maxwell House. Incluye ocho

1.500 millones anuales a fines de 2017, de acuerdo a la información difundida por las propias compañías.

El presidente de Heinz y socio administrador de 3G Capital, Alex Behring, se convertirá en el presidente de la nueva compañía y el presidente ejecutivo de Kraft, John Cahill, será su vicepresidente.

Se estima que el acuerdo sea cerrado en la segunda mitad de este año.

En la Argentina, Kraft fue dueña de un importante grupo de primeras marcas del rubro alimentación, pero en octubre de 2012 se retiró del negocio cuando la empresa se separó en dos compañías independientes.

Por un lado, Kraft Food Group, que se quedó con el mercado de América del Norte



La fusión reunirá bajo un mismo grupo ocho marcas valoradas cada una en más de u\$s 1000 millones

Kraft venía enfrentando una menor demanda de productos enlatados en Estados Unidos

La nueva Kraft Heinz Company, tendrá ventas anuales por u\$s 28.000 millones y repartirá su sede central entre Pittsburg (Pennsylvania) y Chicago (Illinois), según detallaron en un comunicado.

Según los términos del acuerdo, que ya fue aprobado por los consejos de administración de ambos grupos, los actuales accionistas de Heinz controlarán el 51% de las acciones de la nueva empresa, mientras que los de Kraft retendrán el 49% restantes.

marcas valoradas en más de u\$s 1000 millones cada una y otras cinco por encima de 500 millones de dólares.

El fondo 3G Capital es dirigido por el brasileño Jorge Paulo Lemann y compró hace dos años el grupo H.J. Heinz por unos u\$s 28.000 millones, en una operación en la que también participó Berkshire Hathaway.

La firma brasileña también es propietaria la cadena de comidas rápidas Burger King, que compró en 2010, y controla In-Bev, la mayor cervecería del mundo con marcas como Budweiser o Stella Artois.

La compañía Kraft venía enfrentando una menor demanda de productos alimenticios enlatados en los Estados Unidos. Ahora, se prevé que la empresa combinada ahorre cerca de u\$s

3G Capital y Berkshire Hathaway inyectarán a la nueva empresa unos u\$s 10.000 millones

con participación en los segmentos de quesos, salsas y embutidos; y por otro lado, Mondelez International –presente hoy en la Argentina– que conservó el negocio internacional de snacks con marcas de chocolates, galletitas, chicles, caramelos, bebidas en polvo y premezclas, entre ellas Milka, Cadbury, Oreo y Tang.

En el mercado argentino, Mondelez suma también Bel-dent, Clight, Mantecol, Cerealitas, Terrabusi, Tita, Rhodesia, Bazooka, Club Social y Royal.