

Milho de Ouro: Del corazón de Embu das Artes a los estantes de todo el país

Con más de 20 años de historia y una cartera de pastelitos salados que están en el cotidiano del consumidor brasileño, la empresa Milho de Ouro celebra el alcance de índices cada vez más animadores y tiene planes de expansión para los próximos años

Propietaria de las marcas Lobits, pastelitos salados asados a base de maíz; de los tentempiés, Tira Teima, a base de trigo; de las Patatas Pajas y Onduladas; y de la Galleta de Tapioca Salada, la empresa Milho de Ouro es referencia en el mercado nacional cuando el asunto es éxito en las góndolas con productos de alta calidad, desarrollados siguiendo los más rigurosos procesos de fabricación.

En las dos unidades fabriles de la empresa, ubicadas en la ciudad de Embu das Artes – un poco más de 40 kilómetros de la capital de São Paulo – la empresa, que tiene más de 20 años de actuación en el mercado nacional – hoy está presente en las cadenas de más de diecisiete ciudades brasileñas, con el catálogo especialmente planificado para el consumidor brasileño. Y toda esa cartera estará presente en la edición 2019 de APAS Show, que ocurre en São Paulo, del 6 al 9 de mayo.

En un stand de casi 50m², la empresa va a aprovechar toda la intensidad del evento para presentar a los empresarios y al público en general, su amplia gama de productos y aún los grandes lanzamientos de 2019. En el espacio, será posible conocer mejor las líneas de Milho de Ouro y, además de eso, conocer un poco las estrategias de actuación de la empresa para los próximos meses. Serán cuatro días en que la Dirección de la empresa, dirigida por el ejecutivo Pedro Rodrigues, y sus empleados podrán hacer importantes articulaciones para que la marca supere todavía más los índices de crecimiento y amplíe sus lugares de expansión para que los manjares producidos en São Paulo lleguen aún a otras regiones del país.

Todo se está planificando estratégicamente para que 2019 sea de más crecimiento y conquista de Milho de Ouro. “Hemos comenzado el año a toda potencia. Estamos haciendo inversiones en mejoras y calidad de nuestros productos, para suministrar las necesidades del mercado y hacer que nuestros pastelitos salados lleguen a nuevos estantes del país, valorando siempre la calidad y la lealtad en la entrega de los sabores de todos nuestros productos”, explica el ejecutivo, que resalta también que toda la producción de Milho de Ouro se hace con equipos de la más alta tecnología disponible en el mercado.

El director de la empresa explica también que las metas osadas para los próximos meses ya están en la fase final de análisis e implementación y para eso cuenta con un equipo especialmente creado, que está desarrollando un estudio de mercado y va a medir las oportunidades que se deben hacer uso para asegurar el éxito del negocio.

Crecimiento y expansión a toda velocidad: Este año, la empresa comenzó el proyecto de expansión de su cartera y abrió, en el corazón de Embu das Artes, la nueva fábrica para producir los pastelitos salados “Tira Teima”. Se planificó y se dotó la unidad con máquinas de última generación, para la producción exclusiva del entremés.

Con la capacidad de procesar mensualmente casi 900 toneladas del pastelito salado, la unidad debe aumentar en hasta tres veces del volumen de producción alcanzado en el pasado. La novedad forma parte del plan de expansión de la empresa, que este año está invirtiendo alto para alcanzar las regiones Norte, Nordeste y Centro Oeste hasta el final de este año. La empresa todavía busca un crecimiento del 15% de volumen de producción, en comparación con lo registrado el año pasado. Además de eso, la marca debe superar 1 mil toneladas, si se suman las 300 toneladas procesadas mensualmente en la planta original de la empresa, también en Embu.

Otra apuesta de la empresa está en la mayor pasión de los brasileños: el fútbol. La empresa Milho de Ouro celebró una campaña inédita y estará presente con las

marcas “Tira Teima” y “Lobits” en 20 estadios del país, de abril a noviembre este año, durante la serie B, del campeonato brasileño.

Gusto de calidad es la marca registrada de Milho de Ouro: En el mercado desde 1990, Milho de Ouro es la detentadora de una cartera que cuenta con más de 50 artículos, cuidadosamente elaborados en un control riguroso de calidad, con maquinaria de vanguardia y operada por empleados entrenados y calificados. Todo ese cuidado, hace que los manjares de Milho adquieran cada vez más seguidores, gracias a la diversidad de sabores y tamaños de los artículos de las líneas Lobits, Tira Teima, Patata Ondulada y de Tapioca. No es un desatino que la empresa Milho de Ouro se destacó por cuatro años consecutivos entre las 5 marcas de pastelitos salados más comprados en la Región Metropolitana de São Paulo, de acuerdo con la clasificación de Kantar Worldpanel.