

**CONSUMIDORES ENFRENTAN CARESTÍA Y PEQUEÑOS PRODUCTORES LUCHAN POR SOBREVIVIR**

# Valor de los gigantes de alimentos aumentó 76 mil millones de pesos durante pandemia

**BRAULIO CARBAJAL**

A más de un año del inicio de la pandemia de Covid-19, los consumidores mexicanos enfrentan altos precios en alimentos básicos y los pequeños productores luchan por sobrevivir. En contraste, las grandes empresas de alimentos viven un periodo de auge, pues su valor de mercado se ha incrementado 25 por ciento, equivalente a 76 mil 500 millones de pesos.

Según datos de la Bolsa Mexicana de Valores, las cinco empresas de alimentos más grandes del país (Bimbo, Gruma, Bachoco, Herdez y Lala) que cotizan en el mercado tienen un valor bursátil de 370 mil 800 millones de pesos, cuando a finales de marzo de 2020, justo antes del comienzo de la crisis sanitaria, era de 294 mil 300 millones.

Para contextualizar, el aumento en el valor de mercado de estas firmas que producen alimentos es casi cuatro veces superior a los 20 mil millones de pesos que en el mismo lapso han sacado de su ahorro pensionario alrededor de 1.7 millones de trabajadores mexicanos que se quedaron sin empleo como consecuencia de la pandemia.

También es superior a los 50 mil millones de pesos que el gobierno puso a disposición de 2 millones de microempresas mediante préstamos de 25 mil pesos durante el año pasado para ayudarlas a enfrentar la crisis económica derivada de emergencia sanitaria.

En el caso de Bimbo, tenía un valor de mercado de 143 mil 130 millones de pesos al cierre de marzo de 2020, mientras que ahora asciende a 185 mil 430 millones, una diferencia de 42 mil 300 millones de pesos, equivalente a 30 por ciento.

La semana pasada la empresa informó que durante el primer tri-

mestre de 2021 logró ventas récord para un periodo similar debido a "precios favorables", luego de facturar 79 mil 136 millones de pesos, un aumento anual de 6.6 por ciento.

"Comenzamos 2021 con el mejor primer trimestre de nuestra historia en términos de ventas, utilidades y márgenes, después de un año extraordinario para Grupo Bimbo", dijo en el reporte a inversionistas, Daniel Servitje, presidente del consejo de la panificadora más grande del mundo.

Gruma, la productora de harina de maíz más grande del país aumentó su valor de mercado en 25 por ciento al pasar de 68 mil 685 millones de pesos a 85 mil 420 millones.

La empresa reportó que en el primer trimestre de 2021 registró una utilidad neta de mil 321 millones de pesos, 135 por ciento más en comparación con los 572 millones del mismo periodo del año pasado. En tanto, sus ventas subieron 3 por ciento anual al colocarse en 22 mil 179 millones de pesos.

No obstante, en semanas recientes las acciones de Gruma han ido a la baja como consecuencia de preocupaciones por el elevado precio del maíz, que ha subido 40 por ciento en lo que va del año y 120 por ciento en 12 meses.

Bachoco, la productora de huevo más grande del país, tiene un valor de mercado de 45 mil 840 millones de pesos, 14 por ciento más que los 40 mil 280 millones de pesos que valía hasta antes del comienzo del confinamiento, el cual incrementó por varios meses el precio del producto, uno de los alimentos predilectos de los mexicanos.

En su más reciente reporte, la empresa informó que en el primer trimestre de 2021 logró más ventas y redujo gastos, lo que ayudó a ob-

tener una utilidad de operación de 2 mil 559 millones de pesos, cuatro veces más que los 604 mil millones de igual periodo de 2020.

En el caso de Lala su valor de mercado pasó de 27 mil 110 millones de pesos a 35 mil 900 millones, una diferencia de 32 por ciento; en tanto, Grupo Herdez avanzó de 15 mil 100 millones de pesos a 18 mil 186 millones, un aumento de 20 por ciento.

Para analistas de Grupo Financiero Monex, los sectores de alimentos y bebidas han sido de los más defensivos frente a la crisis sanitaria, dado que son esenciales para el funcionamiento de la sociedad y de la economía. Las empresas de este sector no se vieron obligadas a cerrar en ningún momento y fueron beneficiadas con mayores ventas durante el confinamiento masivo del año pasado.

En contraste, las familias enfrentan mayores costos, pues la inflación anual no subyacente, que registra los precios de los productos agropecuarios, de los energéticos y las tarifas autorizadas por el gobierno se ubicó en la primera quincena de abril en 12.21.

Lo anterior, dijo Cuauhtémoc Rivera, presidente de la Alianza Nacional de Pequeños Comerciantes, ha provocado una importante carestía, dado que el precio de productos básicos como el huevo, pan, tortilla, carne, frijoles, lentejas, papa, pollo, entre otros, se ha disparado.

"Los aumentos en los precios se traducen en mayor esfuerzo de las familias por llevar alimentos a sus mesas y, posteriormente, en impotencia al sumergirse cada vez más en una ingesta alimentaria de mala calidad y de escasa cantidad. El pueblo de México es resiliente, capaz de resistir sismos y huracanes, pero no hambre", puntualizó.



Fecha <b>09.05.2021</b>	Sección <b>Economía</b>	Página <b>17</b>
----------------------------	----------------------------	---------------------



◀ Los sectores de alimentos y bebidas, considerados esenciales, han sido de los más defensivos frente a la crisis sanitaria. Foto Cristina Rodríguez