

## Afectará alza en alimentos a empresas que cotizan en la BMV (El Financiero 20/05/08)

Afectará alza en alimentos a empresas que cotizan en la BMV (El Financiero 20/05/08) Alma López / Eduardo Jardón

Martes, 20 de mayo de 2008 Resisten productoras incremento en insumos agrícolas. En riesgo sus ventas, si repercuten aumento total al cliente. Bimbo, Gruma y Minsa, entre las compañías que subieron precios. Ante los elevados precios internacionales de los insumos agrícolas, las empresas productoras de alimentos y bebidas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) tendrán que trasladar parte de esas alzas al precio de sus productos, mejorar su eficiencia y sacrificar una parte de sus utilidades. Rafael Shin, analista de Credit Suisse, dijo que en términos generales las empresas han repercutido de forma moderada el alza en sus costos de producción, pues hacerlo al 100 por ciento desencadenaría una reducción en sus ventas. La elasticidad de la demanda, la razón. El aumento de los principales granos en el mundo ha sido impulsado por disminuciones en la oferta e incrementos en la demanda, de acuerdo con Ixe Grupo Financiero. Esto, por los cambios en los hábitos alimenticios de países como China y la India, que han incrementado el consumo de alimentos de mejor calidad, así como un mayor requerimiento de biocombustibles de Estados Unidos. La oferta ha sido presionada también por condiciones climáticas, el alza en los costos del transporte y las políticas restrictivas a las exportaciones. Ello ha propiciado un descenso en los inventarios de alimentos a niveles históricamente bajos, y ha presionado al alza los precios. Analistas de IXE comentaron que el impacto en el desempeño de las emisoras del sector alimentos será limitado, ya que éstas cuentan con coberturas de riesgo sobre sus insumos. "A pesar de que ha habido un incremento fuerte en los precios de alimentos, el impacto en las emisoras ha sido moderado", comentó Gerardo Copca, analista de MetAnálisis. Bimbo, detalló, ha tenido flexibilidad para repercutir parte de estas alzas a los consumidores, pero puede llegar el momento en que la demanda sea afectada si los incrementos siguen siendo veloces. "Podría tener una repercusión en sus márgenes en los próximos trimestres", dijo. Lo mismo ocurre con Gruma, que tiene un menor control en los precios de los insumos y no puede aminorarlo tan fácilmente como otras empresas. En los últimos días el precio internacional del trigo tuvo una caída del 32 por ciento, tras alcanzar su máximo histórico en febrero. Aunque ésta es una buena noticia para Grupo Bimbo -ese insumo representa hasta 10 por ciento de su costo de ventas-, el área de análisis de Banamex advierte que las presiones contra la panificadora persistirán por los precios de otras materias primas como el aceite, huevo y quizá empaques. "Bimbo ha trasladado gran parte del impacto del alza de insumos al consumidor, sobre todo en México y Estados Unidos, aunque está latente que sus incrementos recientes impacten sobre la cantidad demandada", apuntó el análisis de Banamex. IXE anticipa que los resultados de Bimbo en 2008 seguirán presionados por el repunte en los costos de las materias primas, aunque indicó que el último incremento en los precios de sus productos, y una mejor mezcla de ventas, contribuirán a mitigar la presión. Baja utilidad neta Aunque en sus reportes del primer trimestre de 2008 a la BMV, Bimbo, Bachoco, Herdez, Embotelladoras Arca y KUO, reportan un alza en ventas, la utilidad neta de algunas disminuyó. La productora de huevo y pollo Bachoco alcanzó una utilidad neta de 230 millones 848 mil pesos en los primeros tres meses de 2008 contra 248 millones 788 mil del mismo lapso de 2007. La empresa se vio afectada por el continuo incremento en los costos de granos y pasta de soya, sus principales materias primas. "En respuesta a estas condiciones adversas, reforzamos esfuerzos en producción, optimizamos nuestra mezcla de productos y transferimos parte de los costos a los precios de la producción, conforme la demanda y la economía mexicana nos lo permitió", dijo Bachoco a la BMV. Las primeras empresas en aumentar precios fueron las cerveceras. El de Grupo Modelo fue de 4 por ciento a finales de 2007, y FEMSA Cerveza también hizo ajustes diferenciados. Aunque Minsa logró reducir en el primer trimestre del año su costo de distribución y almacenamiento, dijo que ante el encarecimiento del maíz aumentará sus precios de venta en el segundo semestre del año, sin precisar cuánto. El analista de Credit Suisse dijo que el sector comercial también resultará afectado en los siguientes meses. La cautela del consumidor provocará una disminución en el tráfico en tiendas. Y EN EU Lowe's La cadena de productos para la refacción en el hogar estadounidense Lowe's Companies, registró una baja del 18 por ciento en sus ganancias del primer trimestre, por la desaceleración del mercado de la vivienda y de la economía. La compañía también redujo sus proyecciones de ganancias para el año. Los consumidores bajaron su gasto en remodelaciones de sus casas, por la caída del valor de las viviendas, el endurecimiento del crédito y precios más altos en alimentos y gasolina SOPAS CAMPBELL, EN DESCENSO La empresa de alimentos estadounidense Campbell Soup Co registró una caída en sus ganancias operacionales de su tercer trimestre fiscal, por menores ventas de sopas y un aumento en los costos de las materias primas. Las ventas de sopas cayeron 3 por ciento en EU, acentuándose en las instantáneas, porque la firma elevó sus precios