

ALIMENTOS

Bimbo y Herdez 'dan el grito'; se duplica ticket de compra en dos años

Firmas 'festejan' con Milpa Real, Mole Doña María y La Costeña, entre otras marcas

ALEJANDRA RODRÍGUEZ

alrodriguez@elfinanciero.com.mx

El valor del ticket promedio de compra en septiembre —con motivo de la celebración de las fiestas patrias y que incluye al menos un producto relacionado con los festejos— se duplicó en los últimos dos años, al pasar de 204 a 414 pesos entre el noveno mes de 2016 y el mismo de 2018, revelan datos de Nielsen.

De acuerdo con cifras de la consultora, en México 69 por ciento de los hogares se lleva en su 'carrito' al menos un producto vinculado con la cena del 'Día de la Independencia', lo que ha beneficiado a firmas como Bimbo, Gruma, Herdez, y La Costeña, fabricantes de productos como tostadas, maíz palomero, mole y salsas, respectivamente. El alza del ticket está ligado a la inflación, que a nivel general para septiembre pasó de 3 por ciento en 2016 a un estimado de casi 5 por ciento el mes patrio de 2018, de acuerdo con el Inegi.

Los productos relacionados con la gastronomía que más subieron entre agosto de 2016 y el mismo mes de 2018 fueron: la crema con 18.7 por ciento, las tortillas con 11.8 por ciento, las tostadas con 10.2 por ciento y el maíz con 8.1 por ciento.

El ingrediente que no puede faltar para un buen pozole es el cacahuazintle, mejor conocido como maíz pozolero, cuya demanda aumentó 800 por ciento en el periodo comparable, de acuerdo con Nielsen.

Los otros dos acompañantes del pozole son la carne de cerdo y las tostadas, cuyas ventas aumentaron

en 46 y 80 por ciento, respectivamente, de acuerdo con tiendeo.mx, un catálogo de ofertas online.

BIMBO DE LA TOSTADA

Para la mexicana Grupo Bimbo, sus productos emblema de la temporada son las tortillas de maíz Milpa Real, las tostadas horneadas Saníssimo, y la cajeta Coronado que endulza los dulces típicos.

"Septiembre tiene un valor muy importante, solemos tener un incremento en la demanda de productos como tostadas y tortillas, ya que son el complemento que buscan las personas para disfrutar o preparar los tradicionales platillos mexicanos", señaló Grupo Bimbo.

LA COSTEÑA, NEGOCIO PICANTE

Algo muy mexicano son los chiles, cuyo valor de mercado se estima que alcance los 7 mil 879 millones de pesos en 2022, un crecimiento del 14.8 por ciento respecto a los 6 mil 861 millones de 2017, de acuerdo con la consultora Euromonitor.

Rafael Celorio, director general de La Costeña, aseguró que "uno de los productos más importantes es el chile, el cual hemos trabajado para diversificar nuestra oferta con diferentes tipos de chiles y salsas (jalapeños, serranos, largos, chipotles, habaneros), en diferentes presentaciones y empaques, gracias a lo cual nos hemos logrado posicionar como la líder de la categoría ocupando el 60 por ciento del mercado".

'DOÑA MARÍA' DE HERDEZ

En Grupo Herdez, su marca Mole Doña María es la que 'da el grito' y

tiene en el mes de septiembre a su mejor temporada de ventas del año.

"La categoría de chiles es muy pequeña en nuestro portafolio, como 2 por ciento de la venta. Esta época es relevante para marcas como Doña María, que en el consolidado aporta aproximadamente 4 por ciento", dijo Grecia Domínguez de Relación con Inversionistas de Grupo Herdez.

En 2016, Mole Doña María fue destacada como marca reconocida entre los mexicanos por el Instituto Mexicano de Propiedad Intelectual (IMPI), recordó su gerente de marca, Elizabeth Torres.

Aunque pocos lo saben, el Mole Doña María lo comenzó a producir la señora María Pons, quien en los años 70 vendió su negocio a su sobrino Enrique Hernández Pons, accionista de Grupo Herdez, quien continuó con la tradición y la convirtió en la primera firma en fabricar mole a nivel nacional.

A LA CARTA

ALSEA Y SU PLATILLO ESTRELLA EN VIPS Y EL PORTÓN

A lo largo de septiembre, el chile en nogada es el platillo estrella de las cadenas de restaurantes El Portón y Vips, ambas propiedad de la operadora de marcas Alsea.

El Portón, es la cadena que enarbola el menú más mexicano de la empresa que preside Alberto Torrado. En este mes patrio, estima vender más de 60 mil chiles en nogada en todo el país.

La cadena compartió que desde



hace 40 años su estrategia ha estado encaminada a contar con un menú dedicado a la comida mexicana, y que desde su nacimiento, los chiles en nogada, el pozole, los chamorros y los churros han sido los platillos más solicitados por sus

comensales.

De igual forma, Vips refirió que su plato clásico en septiembre es el chile en nogada y anticipó que este mes podría vender más de 172 mil platillos de esta tradicional comida.

414

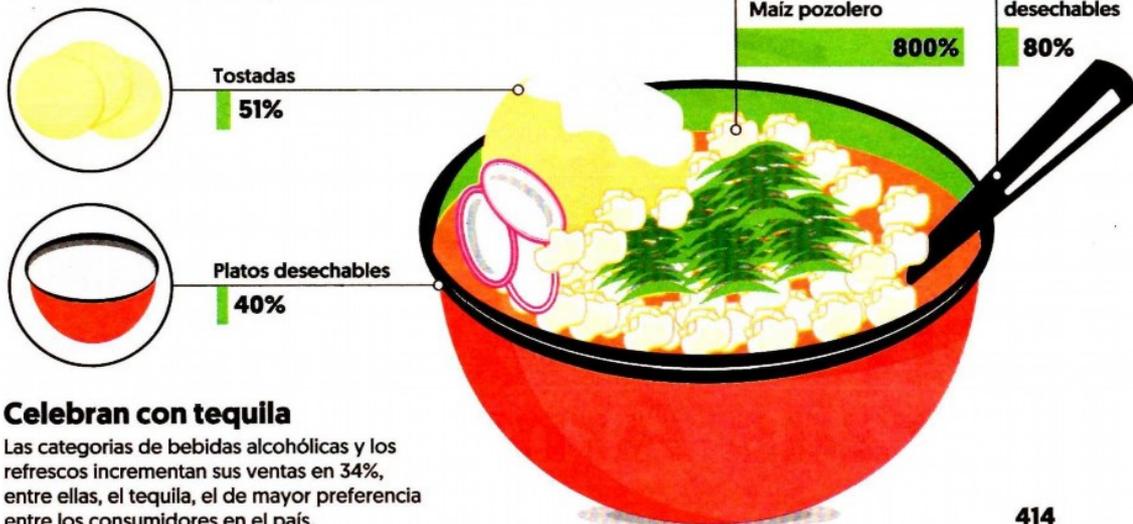
PESOS

Es el ticket promedio de compra de los mexicanos en septiembre de 2018 con motivo de los festejos

Le ponen 'sabor' al festejo

Estos son los productos que más se venden durante los primeros 15 días de septiembre para festejar la Independencia de México.

■ Var% de la venta por producto en los primeros 15 días de septiembre respecto al promedio del resto del año.



Celebran con tequila

Las categorías de bebidas alcohólicas y los refrescos incrementan sus ventas en 34%, entre ellas, el tequila, el de mayor preferencia entre los consumidores en el país.

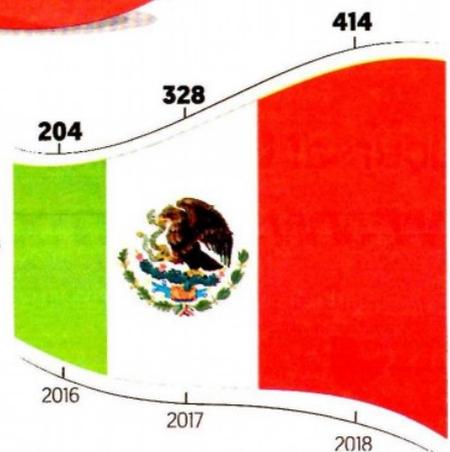
■ Encuesta de preferencias por las bebidas alcohólicas*



Se ponen tricolores

El monto del ticket promedio de las personas que compran al menos un artículo para celebrar la Independencia se duplicó en 2 años.

■ Ticket promedio en pesos



Fuente: Nielsen

*una semana antes del 15 de septiembre

**Otros: brandy, coñac, ron y whisky

Gráfico: Mónica Rodríguez