

¿Salen tractores, entran robots?

PARTEAGUAS
Jonathan Ruiz

Opine usted:
jrui@elfinanciero.com.mx
facebook @RuizTorre

@ruiztorre



“La gente sigue comiendo en su casa o en donde puede y mientras eso no cambie, el negocio de los alimentos crece”

Ellos tienen más ingresos desde que inició la pandemia. ¿Cuántos negocios pueden decir eso? Entre las excepciones están los fabricantes de comida.

Grupo Maseca vende masa y tortillas a un ritmo de casi 250 millones de pesos diarios; Grupo Bimbo entrega pan y galletas a cambio de 930 millones de pesos cada 24 horas.

Al paso que van, las empresas se perfilan para tener en 2021 –nuevamente y por segundo año consecutivo– el mejor reporte de su historia en términos de ventas.

Puede ser que entre sus clientes destaquen muchos restau-

rantes que estos días operan de manera complicada o quebraron desafortunadamente, pero la gente sigue comiendo en su casa o en donde puede y mientras eso no cambie, el negocio de los alimentos crece.

A partir de mañana, EL FINANCIERO revisará con detalle el panorama de las empresas que producen comida, que son dependientes del campo.

La pandemia cambió no solo nuestras costumbres gastronómicas (ahora resulta que hay un chef en cada casa), sino cómo producen comida los humanos.

Ya muchos saben de la llegada de los drones a los campos de producción agrícola, pero revisen este caso.

Estados Unidos mantiene las fronteras cerradas y eso limita la disponibilidad de inmigrantes que trabajen en el campo.

Además, los contagios limitan la disponibilidad de ayuda. ¿Qué tal si la industria provoca que la mano de obra sea poco a poco prescindible?

Tal como ocurrió con la revolución industrial hace poco más de 100 años, cuando el tractor sustituyó la fuerza bruta, el poder actual de las computadoras aceleró el destino de empresas como la fabricante de la marca John Deere, que está a punto de bajar al hombre del tractor.

La semana pasada Deere and Company anunció un acuerdo para adquirir un fabricante de robots llamado Bear Flag Robotics, una empresa de tractores autónomos que construye sistemas autónomos que modernizan los tractores existentes para que un solo operador pueda controlar una flotilla de los mismos.

“La misión de Bear Flag de aumentar la producción mundial de alimentos y reducir el costo del cultivo a través de la automatización de máquinas está alineada con la de Deere”, explicó

Igino Cafiero, cofundador y CEO de Bear Flag Robotics.

Menos costos puede implicar menores precios y una mayor competitividad estadounidense.

No es la única. Guus es una empresa basada en California que construye también vehículos autónomos que vende por un precio aproximado de 250 mil dólares.

Tienen la capacidad de rociar hectáreas de cultivo con fertilizante u otros líquidos en ánimo de incrementar la producción.

“Incrementando la eficiencia, la precisión y la seguridad para alimentar mejor un mundo creciente”, expresa su eslogan.

Bayer, aparte, ofrece herramientas como Fieldview, una plataforma digital que brinda imágenes satelitales para identificar potenciales amenazas antes de que éstas afecten las cosechas y facilitar decisiones a productores que son proveedores justamente de empresas en boga, justamente como Bimbo.

De la empresa mexicana el mayor banco estadounidense, JP

Morgan se expresó así en un reporte del 2 de agosto:

“Creemos que Bimbo debe continuar entregando fuertes resultados operativos en el corto plazo sosteniendo la rentabilidad”, expuso el grupo financiero en un análisis que elogió sus acciones.

Las empresas de alimentos en el mundo y en México gozan de una liquidez extraordinaria en tiempos en los que esta situación es escasa en los corporativos.

Tienen la oportunidad de invertir en tecnología que las hará más productivas.

Bimbo y Gruma ya son globales, hagámoslas a un lado un momento... ¿Cómo entran los mexicanos en general a esta era? Lo que hagan en estos días definirá la verdadera dependencia nacional alimenticia.



Fecha 17.08.2021	Sección Empresas	Página 17
----------------------------	----------------------------	---------------------

Si aportan innovación estarán de lleno en el juego nuevo. Si se convierten en consumidores de tecnología sin ofrecer algo similar a cambio, cada vez saldrá más caro comprar comida.

Todo cambia muy rápido en esta era digital y de lo que se mueve con ella en el sector alimenticio, hablaremos esta semana en EL FINANCIERO en el Foro Agro.

Director General de Proyectos Especiales
y Ediciones Regionales de EL FINANCIERO