

Forbes^{MÉXICO}

China y Europa, la oportunidad de Bimbo para crecer

Con la reciente compra de East Balt Bakeries, Bimbo estará operando en 32 países en total.

Grupo Bimbo, que en los últimos años ha crecido su negocio a través de compras en el extranjero, ve nuevas oportunidades para aumentar su presencia en China y Europa, tras la compra de la empresa East Balt Bakeries, que elabora bollos, English muffins, tortillas, bagels, panes artesanales, entre otros productos de panificación para restaurantes de comida rápida.

“Estamos entusiasmados por el potencial en dos áreas: una en China, y la otra es en nuevas inversiones que pudieran materializarse en plantas y líneas en Europa. En el corto plazo vemos un buen crecimiento en esas dos regiones”, comentó Daniel Servitje, presidente del Consejo de Administración y director general de Bimbo, en anterior conferencia telefónica con analistas.

El pasado 20 de julio, la panificadora mexicana adquirió East Balt Bakeries por 650 millones de dólares (mdd), libres de caja y deuda. La firma opera 21 plantas en 11 países: Estados Unidos, Francia, Italia, Suiza, Ucrania, Rusia, Turquía, China, Corea del Sur, Sudáfrica y Marruecos

En un documento, Rafael Camacho, analista de Ve por Más, señaló que la operación resulta interesante por la expansión territorial, pues con ello Bimbo estará operando en 32 países.

“La adquisición de East Balt Bakeries es positiva para Bimbo, ya que le brindará diversificación en la industria de foodservice e incrementará geográficamente sus operaciones”, indicó por su parte la agencia calificadora Fitch Ratings en un reporte.

La empresa de productos para comida rápida genera ventas anuales por aproximadamente 420 mdd y un flujo operativo (Ebitda) de 70 mdd.

La empresa, que se fundó en 1955 y cuenta con oficinas centrales en Chicago, produce cerca de 13 millones de productos diarios para más de 10,000 puntos de venta, donde sus principales clientes son las empresas de hamburguesas Burger King, Wendy's y Mc Donald's, así como Subway y KFC.

“Mientras que Bimbo ya cuenta con una presencia importante en los territorios de East Balt, esta adquisición le da mayor presencia en un canal de distribución adicional. Por ello consideramos la operación como una acertada decisión por parte de la administración”, señalaron analistas de Intercam en un documento.

En el segundo trimestre de 2017, los resultados financieros de Bimbo se vieron impactados por el dólar fuerte.

El Ebitda creció solo 0.1% a 6,892 millones de pesos (mdp) en el segundo cuarto de este año, en comparación con el mismo periodo de 2016.

“Esto fue por el incremento en los gastos en la mayoría de las regiones, explicados anteriormente, así como al impacto de un dólar estadounidense más fuerte en los costos en México”, informó la empresa.

La utilidad neta de la participación que controla la panificadora mexicana bajó 19% a 1,497 mdp de abril a junio de este año, frente a igual lapso de 2016.

Respecto a las operaciones en Estados Unidos, Daniel Servitje informó a analistas que la compañía decidió cerrar dos plantas en el país, una en Kentucky y la otra en Dakota del Sur, ante la reestructura de sus costos y la búsqueda de una mayor rentabilidad.