

# COMPORTAMIENTO FINANCIERO DE GRUPO BIMBO EN LOS PRIMEROS AÑOS DE LA PANDEMIA DE COVID-19

Mariana Marcelino Aranda<sup>1</sup>  
mmarcelino@ipn.mx

María del Carmen Martínez Cuevas<sup>1</sup>  
mmartinezc1706@alumno.ipn.mx

Hortensia Morán Pacheco<sup>2</sup>  
h Moranp@ipn.mx

<sup>1</sup> Instituto Politécnico Nacional- UPIICSA

<sup>2</sup> Instituto Politécnico Nacional- ESCA

Boletín No. 99, 1º de noviembre de 2023

## Resumen

Grupo Bimbo durante la pandemia de Covid-19 tuvo un desempeño financiero atípico, debido principalmente a los factores como: que sus productos se consideraron bienes de consumo básico para la mayoría de la población, el aumento de sus precios para compensar los altos costos y sus estrategias de inversión y desinversión. Por su parte, sectores como el turismo o el automotriz se vieron afectados por las restricciones impuestas a sus actividades. Grupo Bimbo a pesar de no verse afectado por este evento extraordinario y pertenecer a uno de los sectores más resistentes durante este periodo de inestabilidad, no se debe confiar del comportamiento general de su sector, puesto que su desempeño podría verse comprometido por otros eventos como el conflicto bélico o la volatilidad de los precios de sus insumos. Hoy en día, apuesta por su estrategia de sustentabilidad para generar resultados en el largo plazo.

## 1. Introducción

Grupo Bimbo es una empresa internacional dedicada a la producción y comercialización de productos alimenticios de consumo frecuente, comenzó sus operaciones en la industria panadera en el año 1945, por iniciativa de Don Lorenzo Servitje Sendra y Don Lorenzo Sendra Grimau. Opera 206 panaderías en 33 países, incluyendo México, Estados Unidos, Canadá, gran parte de Latinoamérica, España, Portugal, Francia, Italia, El Reino Unido, Turquía, Suiza, Ucrania, Kazajistán, China, Corea del Sur, Rusia, India, Marruecos y Sudáfrica.

Cuenta con más de 10,000 productos que abarcan diferentes categorías: pan de caja, bollería, pan dulce, pastelitos, galletas, pan tostado, botanas saladas y confitería, entre otros. En 2021, la marca "Bimbo" fue reconocida como la marca con mayor penetración en los hogares de México. Asimismo, ocupó la primera posición como la marca más elegida por el consumidor en la categoría de alimentos en México y Latinoamérica, y la décima a nivel global.

## 2. Método

Los estados financieros de una empresa proporcionan información que al ser interpretada adecuadamente permite visualizar el comportamiento de sus actividades de operación, inversión y financiamiento, además sirven para distinguir empresas con alto o bajo desempeño financiero.

En este sentido, para entender el resultado financiero de Grupo Bimbo se tomó como referencia la información financiera correspondiente el periodo 2019--2021 y se utilizaron los siguientes métodos de análisis:

1. Reducción a porcentos
2. Razones financieras simples
3. Método de tendencias

### 3. Resultados

En un periodo de inestabilidad en el que se presentaron eventos extraordinarios como el inicio de la pandemia por Covid-19, originó que los gobiernos tomaran medidas como el confinamiento, el distanciamiento social y la disminución de la actividad económica, por lo que se esperaba que la mayoría de las empresas también redujeran su desempeño financiero.

#### 3.1 Análisis del Sector de Productos de Consumo Frecuente durante 2019-2021

El sector de productos de consumo frecuente durante 2019-2021, tuvo una caída en el volumen de ventas del 1.58

En el sector, se observó una tendencia al alza en los gastos, por los cierres y restricciones de centros de operaciones y los cuidados sanitarios. La pandemia causó ligeras variaciones en el beneficio generado por los ingresos de las empresas y la inversión en activos reales, mientras que la rentabilidad del capital accionario fue más sensible.

Al 2021, el sector tuvo un rendimiento promedio de 16 %, incluso generó ganancias mayores a las del 2020. Entre las empresas con un rendimiento por arriba del promedio se encuentran Grupo Bimbo, con un aumento de 45.63 %, seguido por Arca Continental, con un alza de 36.41 % y Coca-Cola FEMSA 22.06 %. Por su parte Grupo Herdez e Industrias Bachoco tuvieron un desempeño negativo, pero en general, el comportamiento del sector se consideró positivo.

Aunque la pandemia no afectó de manera significativa y directa a las empresas de este sector, sí desencadenó una serie de eventos que obligaron a rediseñar sus estrategias comerciales considerando entre otras variables: el aumento de la inflación, la tasa de referencia, disrupciones en la cadena de suministros y cambios en el comportamiento del consumidor.

#### 3.2 Análisis del Desempeño de Grupo Bimbo SAB de CV

Entre los retos que Grupo Bimbo tuvo que afrontar estuvieron el alza de precios en Estados Unidos, las reformas a la ley General de la Salud, el cuidado de sus colaboradores para mantener su producción, y el cierre definitivo de una de sus plantas por incendio.

De 2019 a 2020 presentó alzas en sus gastos de distribución, ventas y administración, por lo que para mantener sus operaciones reestructuraron sus rutas, aumentaron el autoservicio, el comercio electrónico, las medidas sanitarias y se adaptaron al trabajo remoto o a turnos especiales.

Asimismo, Grupo Bimbo respondió con incremento de precios para compensar el aumento de la inflación, inversiones en sus marcas para cubrir las necesidades de sus consumidores, estrategias para anticiparse a las preferencias de sus consumidores con cinco centros de innovación y adquisiciones estratégicas que conjugan una amplia red de distribución. Su crecimiento tiene sus bases en las adquisiciones estratégicas y la desinversión.

Por ejemplo, al año 2021 el director general informó de la adquisición de Popcornopolis y Emmy's Organics en Estados Unidos, Modern Foods y Kitty Bread en India, Medina del Campo en España y Aryzta en Brasil y 11 nuevas plantas a su huella de manufactura, pero también del cierre de seis para optimizar su presencia global. Asimismo, en 2019 cerró su planta en Wuhan, hecho derivado de la pandemia.

#### 3.3 Análisis Financiero de la Empresa

De acuerdo con el método de tendencias, se refleja que desde 2018 el activo de Grupo Bimbo ha crecido de manera casi constante con respecto del año 2017. En un estudio para determinar un portafolio óptimo de inversión del sector de productos de consumo frecuente de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), se seleccionaron las nueve empresas más representativas. Grupo Bimbo ocupó el tercer lugar por el rendimiento de su activo con un valor del 0.001186, sin embargo, por su fluctuación es el de mayor riesgo con un valor de 3.1623 %. Asimismo, su valor Beta que mide su volatilidad en relación con el mercado al que pertenece fue el más alto, con un valor de 0.9872.

En los tres años de análisis, 2019, 2020 y 2021, la cuenta más representativa del activo circulante fue Cuentas

por cobrar a clientes y otras cuentas por cobrar, neto, con un porcentaje de participación promedio del 54.52 %, más de la mitad del circulante de Grupo Bimbo corresponde a esta cuenta, por lo que es importante estar atento a la recuperación de esas cuentas por cobrar toda vez que los clientes podrían poner en riesgo su liquidez y la capacidad de cumplir con sus compromisos inmediatos.

El cliente principal de Grupo Bimbo es Walmart que al año 2021 representó el 13.93 % de las ventas totales. Wal-Mart, al igual que Grupo Bimbo cotiza en la BMV, tuvo un crecimiento de 4.8 % en 2021. Además, reportó la apertura de 122 tiendas en México y nueve en Centroamérica. Wal-Mart es la emisora más valiosa de la BMV con 1.325 billones de pesos en valor de mercado por lo que sus resultados son favorables y pueden cubrir su deuda con Grupo Bimbo. Entre otros clientes de Grupo Bimbo, se encuentran Costco, Oxxo, Chedraui y Burger King, pero ninguno de ellos representa más del 10 % de sus ventas. De modo que, al ser Walmart el cliente principal, se podría asumir que no hay riesgo de incumplimiento.

### 3.4 Reducción a Porcientos

**Cuadro 1 Cuentas representativas del activo circulante de Grupo Bimbo S.A.B. de C.V.**

Cuentas/Año	2021(\$)	%	2020(\$)	%	2019(\$)	%
Total activo circulante	55,411	100	50,403	100	44,197	100
Efectivo y equivalentes de efectivo	8,748	15.38	9,268	18.32	6,251	14.14
Cuentas por cobrar a clientes y otras cuentas por cobrar, neto	27,170	58.67	27,447	54.32	26,198	59.28
Inventarios	15,710	25.67	10,893	23.53	9,819	22.22

**Cuadro 2 Cuentas representativas del pasivo a corto plazo de Grupo Bimbo S.A.B. de C.V.**

Cuenta/Año	2021(\$)	%	2020(\$)	%	2019(\$)	%
Total pasivo a corto plazo	80,760	100	81,265	100	54,620	100
Derechos a corto plazo de la deuda a largo plazo	10,625	13.14	600	0.98	5,408	9.9
Cuentas por pagar a proveedores	35,752	44.27	26,679	43.55	22,972	42.06
Otras cuentas por pagar y pasivos acumulados	24,102	29.84	24,903	40.64	18,473	33.83
Pasivos por arrendamientos	5,793	7.17	5,153	8.41	4,599	8.42

### 3.5 Razones Simples

Se calcularon diferentes razones financieras para evaluar la liquidez, solvencia, rentabilidad y actividad de Grupo Bimbo durante los años 2019, 2020 y 2021. Las razones analizadas permitieron identificar el comportamiento financiero de la empresa en estos períodos críticos.

**Cuadro 3 Razones simples de Grupo Bimbo S.A.B. de C.V.**

Categoría	Cuentas	2021	2020	2019
<b>Razones de Liquidez</b>	Disponible / Pasivo a CP	11 %	15 %	11 %
	AC Circulante - Inventarios / Pasivo a CP	49 %	65 %	65 %
	Activo Circulante / Pasivo a CP	66 %	85 %	81 %
<b>Razones de Solvencia</b>	Pasivo Total / Activo Total	76 %	71 %	72 %
	Pasivo a LP / Activo Total	45 %	51 %	56 %
	Capital Contable / Activo Total	23 %	26 %	18 %
<b>Razones de Rentabilidad</b>	Utilidad Bruta / Ventas Netas	53 %	54 %	53 %
	Utilidad en Operación / Ventas Netas	18 %	8 %	7 %
	Utilidad Neta / Ventas Netas	5 %	3 %	3 %
<b>Razones de Actividad</b>	Costo de Ventas / Inventarios	1185 %	1401 %	1407 %
	Ventas Netas / Activo Fijo Neto	123 %	125 %	124 %
	Ventas Netas / Activo Total	125 %	188 %	185 %

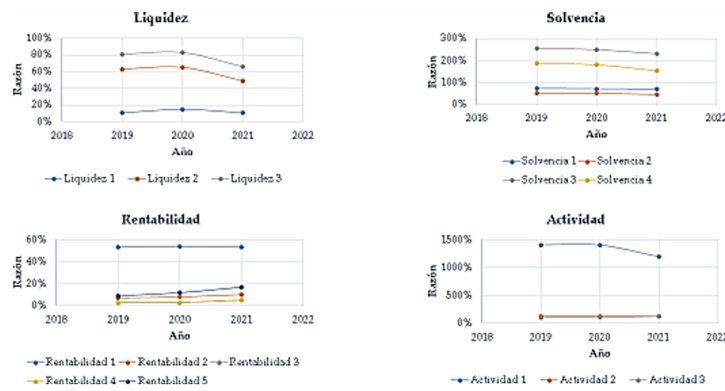


Figura 1 Razones simples para Grupo Bimbo S.A.B. de C.V..

### 3.6 Método de Tendencias

El análisis de tendencias muestra la evolución de las principales cuentas financieras de Grupo Bimbo durante el período 2017-2021. Se utilizó el año 2017 como año base (100 %) para calcular el porcentaje de cambio en cada cuenta.

Cuadro 4 Método de tendencias de Grupo Bimbo S.A.B. de C.V.

Cuenta/Año	2021	2020	2019	2018	2017	2021	2020	2019
	(Cifras Absolutas en Mill. \$)					% con respecto al 2017		
Activo total	337,640	387,653	279,981	263,536	255,249	130	119	198
Pasivo Total	226,054	233,640	200,770	178,741	182,225	91	85	77
Capital Contable	181,606	88,611	78,311	84,576	77,024	39	34	30
Ventas	348,887	321,091	341,936	289,329	266,483	150	123	109
Costos	165,575	152,689	158,184	135,669	124,785	61	57	51
Consolidada	17,282	18,551	7,275	6,811	5,669	6	4	5

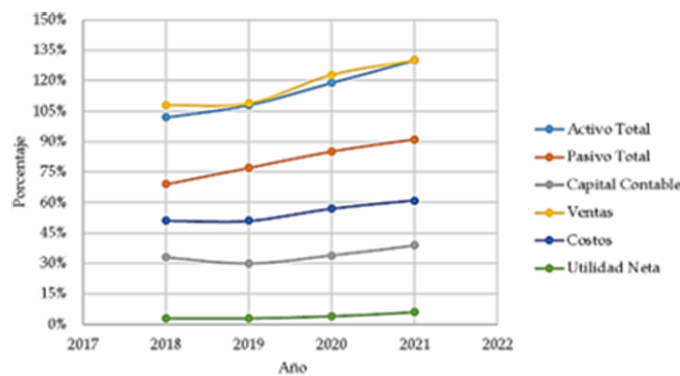


Figura 2 Método de tendencias para Grupo Bimbo S.A.B. de C.V.

### 4. Conclusiones

Grupo Bimbo pertenece a uno de los sectores que mostraron mayor resiliencia a la situación de pandemia debido a la demanda constante de sus productos. Sin embargo, si las empresas como Grupo Bimbo confían su desempeño en este factor, podrían verse afectadas por eventos extraordinarios, los cuales no se consideraron en este análisis, como el conflicto bélico en Ucrania o la amenaza de una recesión global.

Grupo Bimbo presentó un comportamiento atípico por mostrarse sólido ante los estragos de la pandemia, mientras que el sector turismo, transporte, automotriz, minero o construcción tuvieron impactos fuertes y significativos.

Grupo Bimbo hace dos años presentó su estrategia de sustentabilidad y actualmente apuesta su crecimiento hacia esa dirección, lo cual podría atribuirle un crecimiento en el largo plazo.

## Referencias

- [1] BMV. Bolsa Mexicana de Valores. (2023). Clasificación. Recuperado de: <https://www.bmv.com.mx/es/mercados/clasificacion>
- [2] Bolsa Mexicana de Valores, BMV. (2021). Información Periódica Grupo Bimbo. Recuperado de: [https://www.bmv.com.mx/es/emisoras/informacionfinanciera/BIMBO-5163-CGEN\\_CAPIT](https://www.bmv.com.mx/es/emisoras/informacionfinanciera/BIMBO-5163-CGEN_CAPIT)
- [3] Bolsa Mexicana de Valores, BMV. (2020). Información Periódica Grupo Bimbo. Recuperado de: [https://www.bmv.com.mx/es/emisoras/informacionfinanciera/BIMBO-5163-CGEN\\_CAPIT](https://www.bmv.com.mx/es/emisoras/informacionfinanciera/BIMBO-5163-CGEN_CAPIT)
- [4] CEPAL. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020). Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación. *Informe Especial COVID-19*, (4). [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45734/S2000438\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45734/S2000438_es.pdf)
- [5] Cardona, D. (2020, 31 de Julio). Sector consumo frecuente, resiliente por excelencia. *El Economista*. <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Sector-consumo-frecuente-resiliente-por-excelencia-20200730-0111.html>
- [6] Esquivel, G. (2020). Los impactos económicos de la pandemia en México. *Economía UNAM*, 17(51), 28--44. <http://revistaeconomia.unam.mx/index.php/ecu/article/view/543/576>
- [7] Grupo Bimbo. (2021). Informe Anual Integrado 2021. Recuperado de: [https://grupobimbo-com-assets.s3.amazonaws.com/s3fs-public/reportes2022/bimbo\\_informe\\_anual2021.pdf](https://grupobimbo-com-assets.s3.amazonaws.com/s3fs-public/reportes2022/bimbo_informe_anual2021.pdf)
- [8] Grupo Bimbo. (2020). Informe Anual Integrado 2020. Recuperado de: [https://grupobimbo-com-assets.s3.amazonaws.com/s3fs-public/reportes-2021/GBInforme-Anual-2020\\_0\\_1.pdf](https://grupobimbo-com-assets.s3.amazonaws.com/s3fs-public/reportes-2021/GBInforme-Anual-2020_0_1.pdf)
- [9] Grupo Bimbo. (2022). Informe Anual Integrado 2022. Recuperado de: [https://grupobimbo-com-assets.s3.amazonaws.com/s3fs-public/reportes-2023/GBINFORME%20ANUAL\\_19.pdf](https://grupobimbo-com-assets.s3.amazonaws.com/s3fs-public/reportes-2023/GBINFORME%20ANUAL_19.pdf)
- [10] Landazuri Aguilera, Y., & Ruíz Pérez, R. (2021). El desempeño del sector productos de consumo frecuente en época de pandemia. Recuperado de: <http://www.repositorioinstitucional.uson.mx/bitstream/20.500.12984/6298/3/Archivo%20pdf%206.pdf>
- [11] Méndez, A. (2022, 17 de febrero). Crecen ingresos de Wal-Mart en 2021 y abre 122 nuevas tiendas. *El Economista*. <https://www.eleconomista.com.mx/mercados/>
- [12] Pérez-Sánchez, B., & Alarcon-Cajas, Y. R. (2021). Estrategias del grupo económico familiar Bimbo. *Investigación Valdizana*, 15(3), 185--193.
- [13] Ríos, C. G., & Castro, J. A. M. (2021). Actividad económica y rentabilidad: aprendizaje de la crisis COVID-19 para empresas de consumo frecuente mexicanas. *Contaduría y Administración*, 66(5), 7.
- [14] Santiago, J. (2022, 5 de enero). Empresas de bebidas y alimentos en Bolsa operarán bajo presión este año. *El Economista*. <https://www.eleconomista.com.mx/mercados/>
- [15] Sánchez, S. (2019, 21 de octubre). Las empresas de consumo logran el mejor desempeño en Bolsa en lo que va de año. *Expansión*. <https://expansion.mx/mercados/2019/10/21/firmas-de-consumo-las-de-mejor-desempeno-en-bo>
- [16] Segura, A. (2021, 19 de noviembre). Consumo frecuente en tiempos de pandemia. *El Economista*. <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/>

**Marcelino, M., Martínez, C., & Morán, H.** (1 de noviembre de 2023). *Comportamiento financiero de Grupo Bimbo en*

*los primeros años de la pandemia de COVID-19. Boletín UPIITA. 18 (99).*