

Fresh Del Monte Produce ha implementado recientemente aumentos de precios en sus productos recién cortados para ayudar a compensar algunos de los costos crecientes que enfrenta en la categoría de productos frescos, indicó el CEO y presidente.

Hablando sobre las ganancias para el segundo trimestre financiero, en la que Del Monte registró sólidos resultados, incluido un fuerte repunte interanual de las ganancias, se le preguntó a Mohammad Abu-Ghazaleh sobre el impacto de las presiones sin precedentes de la cadena de suministro y el aumento de los costos para los productores de banano y comercializadores.

"Las presiones de costos, afectan a toda la industria, no solo para los bananos, sino a toda la industria para todo lo que es empaque, envío, materiales, fertilizantes", comentó.

"Usamos en nuestros *inputs* nuestro tipo de packaging y producción en el campo que se ha visto afectada. Sin embargo, hemos dado varios pasos al aumentar el precio de los cortes frescos, y en el suministro de corte fresco. Implementamos aumentos de precios en los últimos dos meses para compensar parte de este aumento de costos, que de alguna manera nos ha ayudado".

"Y a medida que avanzamos, buscamos diferentes formas de reducir el impacto del costo y esperamos poder llegar con nuestros clientes, a formas de mitigar estos aumentos de costos aumentando también nuestros precios".

Abu-Ghazaleh también habló sobre las dificultades que los productores y comercializadores de banano continúan enfrentando en los mercados a medida que los minoristas utilizan su influencia para presionar a la baja los precios.

Explicó que hubo cierta "estrechez" en el mercado del banano en el primer semestre del año con suministros de Centroamérica - especialmente Guatemala y Honduras - debido a los huracanes. Esta situación hizo que Del Monte tuviera que comprar fruta extra de Ecuador para asegurar que la oferta de banano fuera constante en el mercado.

"No hay escasez en ese sector. Y mientras hablamos, sabemos que hay una presión sobre los precios del banano en el mercado debido a la oferta y al apalancamiento de los minoristas sobre los actores de la industria", señaló.

"Y es lamentable que no podamos encontrar una forma conveniente para todos de mantenernos como productores y comercializadores para sobrevivir en este tipo de entorno".

Menores estrictiones por Covid-19 impulsaron ganancias del segundo trimestre

La semana pasada, Del Monte registró un sólido segundo trimestre financiero que experimentó un gran repunte en las ganancias brutas, que la compañía ha atribuido a restricciones menores sobre reuniones sociales en mercados clave.

En el trimestre que terminó el 2 de julio, Del Monte registró un aumento del 40% en la utilidad bruta a 110 millones de dólares, con un margen que aumentó del 7,2% al 9,6%.

Las ventas netas aumentaron un 5% a USD 1.141,6 millones, mientras que los ingresos netos aumentaron más del doble de USD 17,9 millones a USD 47,2 millones. El EBITDA ajustado fue de USD 83,6 millones, en comparación con USD 63,5 millones en el período del año anterior.

"Nuestro sólido desempeño durante el segundo trimestre de 2021 refleja restricciones menores sobre reuniones sociales en algunos de nuestros mercados clave, en comparación con el período del año anterior", dijo Abu-Ghazaleh.

"Nuestra piña, fruta recién cortada y productos alimenticios preparados lideraron el crecimiento de las ventas y la rentabilidad, a pesar de las presiones inflacionarias y de costos, que se espera que continúen".