

**Panaderías contra supermercados**

La industria panificadora denunció que algunas tiendas ganan terreno porque cocinan las rosca y las mantienen congeladas por meses. JAVIER RÍOS PÁG. 14

**CdMx. Reparten rosca y juguetes incluyentes para miles en el Zócalo**

La jefa de Gobierno, Clara Brugada, partió en el Zócalo una megarrosca de 400 metros, celebró a las "Reinas Magas" y entregó 15 mil juguetes que van contra "estereotipos de género".



**Día de los Reyes Magos**

**Panaderías defienden su rosca de supermercados**

**Reto.** Julián Castañón, líder de la industria, reveló que sacrifican utilidades para ganar mercado y acusa a tiendas de vender el producto tras congelarlo por meses.

**NILSA HERNÁNDEZ**  
CIUDAD DE MÉXICO

Para ganarle espacio a los supermercados y su alta competitividad (con todo y revendedores) en la venta de rosca de Reyes,

panaderos mexicanos tradicionales deciden sacrificar parte su utilidad, expuso Julián Castañón Fernández, presidente de la Cámara Nacional de la Industria Panificadora (Canainpa).

En entrevista explicó que incluso los centros comerciales venden producto preparado que almacenaron en congeladora, estrategia que les permite tener una oferta masiva frente a lo



que ellos pueden hacer.

“Nuestras roscas se hacen de forma tradicional, con producto fresco, no como los supermercados que las hacen desde octubre, no vamos a decir nombres, pero hay una por ahí que las tienen congeladas desde hace seis o siete meses” reveló.

José Félix Sambroso, administrador de la panificadora Tahona, estima vender más de 20 mil roscas entre el 5 y 7 de enero, pero si ve un impacto de 10 a 15 por ciento en su volumen de venta porque los clientes consumen de los centros comerciales, pues ellos llegan a comercializarlas hasta 30 por ciento más baratas.

Sam's Club reveló que ellos venden más de 17 mil roscas diariamente en los 173 establecimientos que tienen; revelan que 77 por ciento se venden entre el 4 y 7 de enero, Y de éstas, al menos 6 de cada 10 son de tamaño grande, catalogado para 8 a 10 personas.

MILENIO consultó a Costco sobre el tema pero no obtuvo respuesta; en redes sociales usuarios reportan que la empresa decidió llenar pasillos enteros de este producto para evitar escasez.

Resonó el caso de Ximena Figueroa, quien compró en Guadalupe 800 roscas de Reyes a la empresa de *retail* para revenderlas.

A pesar de este panorama, los panaderos locales se dicen confiados de que los consumidores mexicanos elijan la calidad y tradición frente a las modas y precio.

“La gente poquito a poquito regresa, primero toma una moda, pero la calidad es diferente y regresan porque era la misma rosca que compraba su mamá o su abuelita, al final de cuentas se trata de una tradición, de familias”, resaltó Julián Castañón.

Ayer domingo, la jefa de Gobierno de la Ciudad de México, Clara Brugada, partió la megarrosca de 400 metros lineales por los festejos del Día de Reyes Magos en el Zócalo; incluyó la entrega de más de 15 mil juguetes lúdicos.

### Estimación anual

Para este año el presidente de Canainpa estimó que las ventas de la industria tradicional a nivel nacional serán de 3 mil millones de pesos, 5 por ciento mayor a diferencia de 2024, del cual obtienen una

utilidad estimada de 455 millones, es decir, alrededor de 15.7 por ciento de los que ingresan.

Recordó que ellos ya viven con una presión importante en su costo de operación porque el precio de los insumos aumentó hasta 15 por ciento, principalmente en harina y mantequilla.

Luis Miguel Martínez, ex presidente de Canainpa y dueño de la Pastelería Maiper, destacó que esperan que este sea un buen año en ventas, pero sí tendrán que sacrificar utilidad para solventar gastos.

“El alza de precios nos pega mucho a pasteleros y panaderos, entonces es muy poco el margen de utilidad que tenemos y es más difícil porque la rosca de Reyes en mi negocio es artesanal, nosotros hacemos todo a mano, lo que encarece el producto”, expresó.

Sam's Club vende en México 17 mil cada día en sus 173 establecimientos





**Lajefa de Gobierno de la Ciudad de México, Clara Brugada, partió la pieza de 400 metros lineales en el Zócalo. JAVIER RÍOS**

