

Fecha 26.08.2022	Sección Finanzas y Dinero	Página PP-12-13
---------------------	------------------------------	--------------------

"La inflación se ve hasta en la sopa"

13.77%

encarecieron los alimentos en la primera quincena de agosto.



Crónica

Las mesas vacías son el signo más claro del impacto de la inflación en los restaurantes, un flagelo que no respeta códigos postales. Restauranteros de la Ciudad de México reestructuran sus menús y su plantilla laboral. Los sibaritas cambian su rib eye por unas enfrijoladas. Todos, a la espera de un tiempo mejor.

Hacen todo lo posible por seguir en operación

Inflación hasta en la sopa: el encarecimiento de los alimentos desde la perspectiva de los restaurantes

Ana Karen García / El Economista
ana.garcia@eleconomista.mx

Las mesas vacías lucen muy parecidas en *Birote* y en *La Esquina de los Milagros*, aunque entre esos restaurantes hay 13 kilómetros de distancia y sus propuestas gastronómicas son totalmente diferentes. Uno está ubicado en una colonia del oriente de la Ciudad de México, y el otro en el bullicioso y turístico barrio de Coyoacán, al sur de la capital, pero ambos comparten el impacto de la inflación, que no respeta código postal.

Después de muchos domingos de haber esperado hasta media hora para tener mesa y desayunar en *La Esquina de los Milagros*, hace unas

semanas, por primera vez, llegué y había varias mesas disponibles. Lo mismo pasó en *Birote*: la mesa larga que solía compartir con otros comensales la tuve toda para mí.

Adriana Noriega, cofundadora de *Birote*, me dijo que notorio el impacto de la ola inflacionaria; las familias que hace unos meses llegaban completas, con niños y abuelos, a las mesas de su cafetería cada tercer día, ahora vienen una vez por quincena, y sin los niños o sin los abuelos.

En otro punto de la caótica ciudad, Alejandro González, dueño de *La Esquina de los Milagros*, sabe que la crisis inflacionaria está pegando fuerte porque sus clientes castigan las propinas. Después de 25 años de abrir diario a su clientela las puertas de ese comedero frente a la fuente de Los Coyotes, González ha aprendido que cuando los clientes dejan

menos de 10% en la propina la señal es inequívoca: la gente no tiene dinero y si lo tiene, lo cuida más.

Las quesadillas, las enchiladas, el pozole y hasta las aguas de sabores están resintiéndose el aumento de los precios. Las ventas de la pozolería *Las Tías* lo han resentido de manera clara: "Viene menos gente o tal vez vienen menos veces. El caso es que a todos nos está pegando", dijo Ricarda Vargas, integrante de la familia propietaria de este local ubicado en la colonia 20 de Noviembre, un barrio de obreros y comerciantes.

Los negocios que preparan alimentos y los sirven a los comensales en



Página 1 de 4
\$ 213780.00
Tam: 1018 cm2

Continúa en siguiente hoja

Fecha	Sección	Página
26.08.2022	Finanzas y Dinero	PP-12-13

sus mesas están siguiendo de cerca el aumento en los precios de productos fundamentales en la dieta de los mexicanos: *Birote* registró cómo la tortilla de maíz pasó de 14 pesos por kilo a inicios del año a superar los 20 pesos actualmente.

La pozolería *Las Tías*, en donde “un pozole sin todos los ingredientes no es pozole”, notaron cómo el costal de cebolla al por mayor que compraban hace unos meses en 400 pesos ahora lo pagan en 1,000 y 1,200 pesos. La cebolla, conocida por ser una verdura asequible y fuente inigualable de sabor, está entre los cinco productos que más se han encarecido en el 2022.

Esto ha encendido las alarmas con más fuerza: lo que encarece más es la comida, lo más básico entre lo básico. Durante julio del 2022, el nivel de precios de los alimentos y bebidas trepó 13.9% en comparación con el mismo mes del año pasado. Esta ola de inflación, además de *ajustar* los bolsillos de las familias, está dejando muchas mesas vacías en los negocios de comida.

Ricarda, Alejandro y Adriana tienen como fuente de ingreso principal las ventas de sus respectivos locales de comida. En los tres casos son negocios familiares, que están moviendo “cielo, mar y tierra” para no trasladar el aumento en costos a los precios de sus productos o para no bajar la calidad.

Fabrizio Cajeme, propietario de *Tenabari*, una

pizzería ubicada en la Condesa, una de las colonias con más afluencia de extranjeros, reconoció que en su local no se ha mostrado tan claro el fenómeno de las mesas vacías y, de hecho, han llegado nuevos clientes. “Yo creo que la clientela se da cuenta de que han subido los precios de todo, y quienes ya nos conocen, al ver que yo mantengo los mismos precios pues siguen viniendo, y también llegan nuevos comensales”, dijo.

La razón por la que los precios de su local han podido mantenerse también obedece a las particularidades del barrio en el que se encuentra y al apoyo económico que aportan el resto de actividades de Fabrizio, que también tiene ingresos por su arte literario, su música y sus pinturas. Fabrizio tiene, además, tiendas de instrumentos musicales que, por cierto, él mismo ha visto encarecerse “de manera impresionante” en los últimos meses.

Pero incluso él, que tiene otros ingresos y que ubicó su local en uno de los barrios más comerciales de la ciudad, ya siente el golpe del alza en los precios de sus insumos. Y aseguró que después de años con el mismo menú, una vez que “se acaban sus folletos” va a tener que subir los precios de su carta.

Inflación y precios

La inflación es más que sólo pagar más por las cosas que compramos cotidianamente. Me di cuen-

ta al llegar a *La Esquina de los Milagros*: menos meseros que antes, preguntar por un platillo y enterarme que ya no lo preparan. La inflación nos obliga a observar cómo “los precios se inflan” y también de ver cómo esto arrebató calidad en la vida de las personas.

Alejandro González, de *La Esquina de los Milagros*, dijo que desde la crisis por Covid-19 tuvo que cambiar por completo el menú que tenía, sacar los platillos que tenían camarones o pescado, quitar los cortes de carne.

“Sabemos que en un momento de crisis lo que corresponde es revisar tu menú y llevarlo más bien a lo que es la cultura gastronómica nacional. A nosotros al frijolito, al maíz y al chile. Eso siempre tiene gusto en la gente, siempre se va a vender bien, la gente lo agradece y tiene un costo bastante moderado. Elaborar platillos sencillos que requieren de insumos más baratos, como unas enfrijoladas, termina siendo más rentable que vender un *ribeye*”, dijo.

Pero un menú completamente distinto tampoco es suficiente para sortear la crisis. También hubo que recortar el personal. En *La Esquina de los Milagros* antes de la pandemia trabajaban 32 personas; entre confinamientos y la ola inflacionaria, hoy la plantilla del restaurante es solo la mitad.

En *Birote* y la pozolería *Las Tías* la historia ha sido un poco diferente, por-

que los miembros de la familia son también quienes hacen la compra de insumos, cocinan y atienden a los comensales. Esta cooperación familiar les ha permitido amortiguar un poco el golpe de la crisis inflacionaria.

Cada mes, desde que se inició el 2022, se han registrado nuevos récords en la tasa de inflación. Lo que más presiona al alza: las frutas, las verduras, los productos de origen animal, los alimentos procesados y las bebidas. Comer se hace cada vez más caro y preparar alimentos para vender, también.

La menor afluencia en restaurantes, el *ticket* promedio más bajo e incluso lapsos más largos con mesas vacías ya alertan a los restauranteros sobre el impacto de la crisis inflacionaria en las cartaras de los mexicanos, pero se mantienen operando y reestructurando sus negocios y, sobre todo, a la espera de comensales que vuelvan a dar vida a sus mesas vacías.

Durante julio del 2022, la tasa de inflación interanual se ubicó en

8.15%

su nivel más alto registrado en 20 años. Los alimentos procesados y los agropecuarios concentran los productos que más se han encarecido y que tienen mayor incidencia en el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC).

Fecha 26.08.2022	Sección Finanzas y Dinero	Página PP-12-13
----------------------------	-------------------------------------	---------------------------



Viene menos gente o tal vez vienen menos veces. El caso es que a todos nos está pegando”.

Ricarda Vargas

INTEGRANTE DE LA FAMILIA
PROPIETARIA DE LA POZOIERIA LAS TÍAS



Después de años con el mismo menú, una vez que se me acaban los folletos de promoción voy a tener que subir los precios”.

Fabrizio Cajeme

PROPIETARIO DE PIZZERIA TENABARI



Las familias que hace unos meses llegaban completas, con niños y abuelos, a las mesas de su cafetería cada tercer día, ahora vienen una vez por quincena”.

Adriana Noriega,
COFUNDADORA
DE BIROTE



En un momento de crisis lo que corresponde es revisar tu menú y llevarlo más bien a lo que es la cultura gastronómica nacional”.

Alejandro González

DUEÑO DE LA ESQUINA DE
LOS MILAGROS



Fecha 26.08.2022	Sección Finanzas y Dinero	Página PP-12-13
----------------------------	-------------------------------------	---------------------------



Las señales son inequívocas, sobre todo para quienes ya tienen experiencia en el negocio de la comida: las mesas permanecen más tiempo vacías, la gente comienza a dejar propinas menos generosas, los responsables se ven obligados a cambiar los menús para no subir los [precios](#). FOTOS EE: ERIC LUGO.