

Fecha <b>10.08.2020</b>	Sección <b>Nacional</b>	Página <b>5</b>
----------------------------	----------------------------	--------------------

# Ventas históricas de firmas de alimentos durante la pandemia

Lejos de verse afectadas, como ha sucedido en el campo, las empresas de alimentos más grandes que operan en México se han beneficiado de la pandemia de Covid-19. Durante el segundo trimestre de 2020, lapso en el que el confinamiento social fue más estricto, registraron fuertes incrementos en sus ventas, llegando a ser, en algunos casos, históricas.

Compañías mexicanas como Bimbo, Grupo Lala y Gruma, que además tienen alcance internacional, registraron un segundo trimestre atípico, con importantes alzas en sus ingresos, como consecuencia de mayores compras de los consumidores ante el confinamiento, dado que muchos productos que ofrecen son alimentos esenciales.

En su reporte trimestral, Grupo Bimbo informó que registró ventas netas récord para un segundo trimestre, al alcanzar 86 mil 411 millones de pesos, aumento de

19.9 por ciento respecto de los 72 mil 94 millones de igual periodo del año pasado.

Estoy muy orgulloso de los resultados excepcionales del trimestre. Ahora más que nunca veo el gran beneficio de ser una compañía global con amplia diversificación, manifestó Daniel Servitje, presidente de Bimbo, en el reporte.

Grupo Bimbo es la empresa de panificación más grande del mundo, con 197 plantas en 33 países. Entre sus productos destacan pan de caja, bollería, pan dulce, pastelitos, galletas, tortillas, botanas saladas y confitería, entre muchos más.

Otra empresa fuertemente beneficiada fue Gruma, una de las productoras de maíz más grandes del mundo, que tuvo un incremento de 25 por ciento en sus ventas netas, al pasar de 19 mil 314 millones de pesos en el segundo trimestre de 2019 a 24 mil 146 millones en igual periodo de 2020.

A pesar de que el mundo ha expe-

rimentado rrupciones, debido a la pandemia, Gruma ha sido capaz de continuar creciendo, aumentando fuertemente sus ventas netas y mejorando sus márgenes a niveles históricos, destacó la empresa.

Por su parte, Grupo Lala, compañía enfocada en la elaboración de productos lácteos y cárnicos, registró un incremento de 6.5 por ciento en sus ventas netas, al avanzar de 18 mil 876 millones a 20 mil 48 millones de pesos.

La pandemia actual ha reiterado la resiliencia y adaptabilidad del modelo de negocio en Lala, con una fuerte demanda de productos, en particular nuestros alimentos básicos de alta calidad, como se demuestra en los resultados del segundo trimestre. Nuestra capacidad de rápida adaptación nos ha permitido continuar mejorando, comentó la empresa.

