

Fecha 02.08.2021	Sección Empresas	Página PP-20
---------------------	---------------------	-----------------

PRIMER SEMESTRE 2021
PRODUCTORAS
DE ALIMENTOS SUPERAN
VENTAS PRECOVID.

CONSUMO

Las productoras de alimentos superan en 16% el nivel de ventas preCovid

En el primer semestre, Bachoco, Bimbo, Herdez, Lala y Gruma tuvieron ingresos hasta 27% más altos que en 1S2019

Arca Continental y Cuervo se ubican 12 y 36% por encima de las entradas del 1S de 2019

ALEJANDRA RODRÍGUEZ
 mrodriguezg@elfinanciero.com.mx

En el primer semestre de este año, las productoras de alimentos que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), Grupo Lala, Grupo Herdez, Grupo Bimbo, Gruma y Bachoco reportaron en conjunto ingresos 16 por ciento por arriba de los obtenidos en el mismo periodo del 2019, previo a la emergencia sanitaria del Covid, apoyados en las compras de pánico, alzas en precios y la mayor demanda de alimentos y bebidas en casa.

“La pandemia trajo cambios en la forma de comprar a lo largo de 2020 y 2021. Aunque con los cambios de semáforo epidemiológico no se ha llegado a las prohibiciones del año pasado, ha seguido incrementándose el gasto en productos para el consumo en casa en niveles históricos”, explicó Fabián Ghirardelly, *country manager* de la División Worldpanel

de Kantar.

Al primer semestre del 2021, las entradas de Bachoco, Gruma, Bimbo, Herdez y Lala sumaron 299 mil 847 millones de pesos, un alza de 3 por ciento anual y de 16 por ciento más en comparación con lo obtenido previo a la pandemia en 2019.

En particular, Bachoco y Gruma, que registraron un alza de 27 y 18 por ciento respectivamente en ventas, en comparación con el primer semestre del 2019, fueron las que reportaron el mayor crecimiento en la demanda de sus productos.

Por su parte para Bimbo sus ingresos se incrementaron 15 por ciento en la primera mitad del 2021, en comparación con el mismo periodo del 2019, apoyados por el consumo dentro de los hogares y el retorno de restaurantes y hoteles.

“Continuamos viendo una demanda fuerte y tasas de crecimiento extraordinarias, mantuvimos y aumentamos nuestra participación de mercado en nuestras categorías clave y vimos una recuperación en aquellos canales y categorías más afectados durante la pandemia”,

expresó Daniel Servitje, presidente del Consejo de la panificadora.

Sobre Bimbo, analistas de Barclays expresaron que, dado que la empresa está experimentando un aumento en los costos de los productos básicos, el flete y los costos laborales, en los próximos trimestres podrían aumentar sustancialmente los precios.

Con la fuerte demanda de salsas y los enlatados de verduras y atún, Grupo Herdez reportó un alza del 9.2 por ciento en sus ingresos contra el 2019, en tanto que Grupo Lala vio una mayor demanda de leche y el yogurt que le permitieron aumentar en 7 por ciento sus ingresos sus ingresos, en comparación con el 2019.

ARCA 12% ARRIBA Y KOF CERCA DE RECUPERARSE

La segunda embotelladora de Coca Cola más grande de América Latina, Arca Continental, reportó un alza de 12 por ciento en sus ingresos frente al primer semestre de 2019.

“Como resultado de nuestros es-



Fecha	02.08.2021	Sección	Empresas	Página	PP-20
-------	------------	---------	----------	--------	-------

fuerzos para apoyar a los clientes durante la pandemia, capitalizamos la recuperación del consumo en segmentos clave, a medida que las restricciones de movilidad se levantaron parcialmente, generando sólidos resultados financieros en el segundo trimestre de 2021”, dijo Arturo Gutiérrez, director general de Arca Continental, durante la presentación de su reporte.

En cambio, la principal embotelladora por volumen de venta del sistema Coca Cola, Coca Cola Femsa todavía se ubica 2 por ciento debajo de los ingresos que reportó en la primera mitad del 2019.

La satanización del consumo de

refrescos por el riesgo de obesidad y el cierre temporal de hoteles, bares, salas de conciertos, cines y la cancelación de eventos deportivos, afectó a los ingresos de la empresa, que prevé que al cierre de este año ya habrá recuperado sus niveles de venta previo al Covid.

“Esperamos que las proyecciones de movilidad actuales y la cartera adicional e iniciativas comerciales nos permitan alcanzar nuestra línea base de volumen de 2019 para el año completo de 2021”, anticipó

John Santa Maria, CEO de Coca Cola Femsa en conferencia con analistas.

CUERVO, LA GRAN GANADORA DE LA PANDEMIA

Por su parte la productora de bebidas alcohólicas Cuervo reportó un alza de 36 por ciento en sus ventas, en comparación con el primer semestre de 2019, alentada por el mayor consumo de bebidas alcohólicas.

“En México y Sudamérica los resultados han comenzado a recuperarse gracias a la reapertura de los canales *on-premise* (que incluye centros de consumos dentro del local como restaurantes, bares y cines) lo que ha sido favorable para el mix”, reconoció Barclays.

COCA COLA FEMSA ES LA

única que aún se encuentra con ventas 2% debajo de los ingresos reportados previo a la primera mitad del 2019, antes del coronavirus.

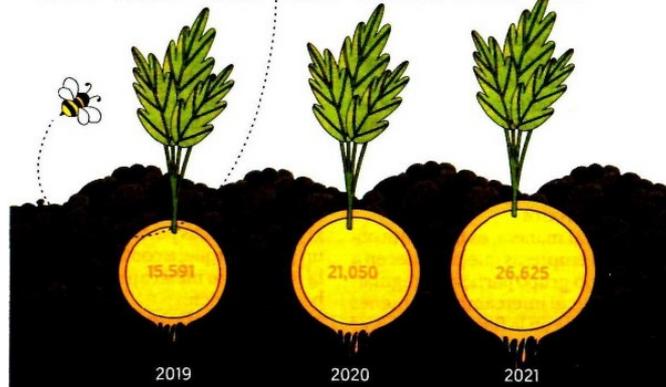
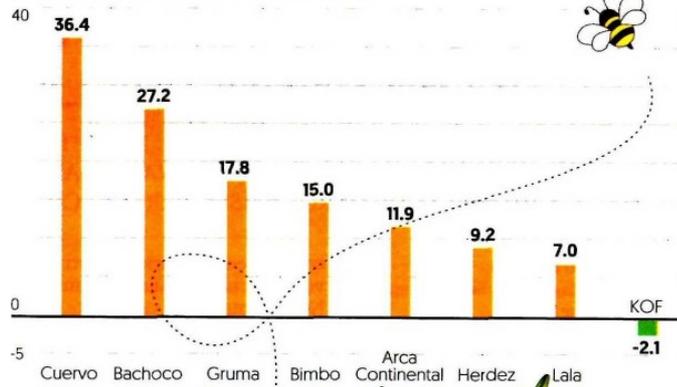


Fecha 02.08.2021	Sección Empresas	Página PP-20
---------------------	---------------------	-----------------

Gran impulso

Las ventas de la mayoría de las empresas de alimentos y bebidas de la BMV tuvieron variaciones positivas.

■ Var% anual de los ingresos al 1S21 vs. 1S19



Abren cartera

A junio del 2021, las inversiones de capital de las empresas de alimentos y bebidas fueron de 26 mil 625 mdp, un alza de 71% respecto a 2019.

■ Millones de pesos en Capex al primer semestre de cada año

Fuente: El Financiero con datos de Lala, Herdez, Bimbo, Gruma y Bachoco

Gráfico: Nelly Vega