



SEGUNDO TRIMESTRE DE 2025: RESILIENCIA Y CONTRASTES EN LA INDUSTRIA GLOBAL DE ALIMENTOS

El segundo trimestre de 2025 reveló una industria alimentaria global en equilibrio inestable: si bien los precios de materias primas mostraron cierta moderación respecto a los picos de 2023 y 2024, los consumidores en mercados desarrollados siguieron mostrando cautela y sensibilidad al precio. En paralelo, los mercados emergentes —particularmente América Latina y Asia— continuaron exhibiendo dinamismo en consumo, amortiguando el débil desempeño de Estados Unidos y Europa.

A la volatilidad cambiaria —con un dólar debilitado que alivió parte de la presión sobre ingresos inter-

nacionales y un peso mexicano fortalecido que encareció el financiamiento para empresas locales— se sumaron cambios estructurales en el consumo: preferencia por productos más saludables, empaques de conveniencia y bebidas bajas en calorías. Las grandes compañías respondieron con innovación, disciplina en costos y diversificación geográfica, aunque con resultados dispares.

En este escenario, los reportes de PepsiCo, Grupo Nutresa, Grupo Bimbo y Coca-Cola para el 2T25, junto con el balance semestral de Nestlé, ofrecen un panorama preciso de los retos y oportunidades que enfrenta la industria.



PEPSICO: INGRESOS ESTABLES, GOLPE CONTABLE EN UTILIDADES

PepsiCo reportó ingresos netos de 22,726 millones de dólares, un incremento de 1% frente al mismo trimestre de 2024. El crecimiento orgánico fue de 2.1%, reflejando cierta aceleración respecto al 1T25. Sin embargo, el beneficio por acción (EPS) reportado cayó un 59%, hasta 0.92 dólares, debido principalmente a un cargo por deterioro de activos intangibles en las marcas Rockstar y Be & Cheery. Este ajuste contable redujo la utilidad neta atribuible a 1,263 millones de dólares, muy por debajo de los 3,083 millones del año anterior.

Al excluir partidas extraordinarias, el EPS ajustado (core EPS) fue de 2.12 dólares, una caída moderada de 5% en términos de moneda constante. En el desglose regional, el negocio en Europa, Medio Oriente y África (EMEA) creció 8% reportado, pero perdió seis puntos por efecto cambiario. Latinoamérica mostró fortaleza con alza de 6% en alimentos, mientras que en Norteamérica las divisiones de alimentos y bebidas apenas avanzaron, confirmando la debilidad del consumo.

La compañía ratificó su guidance 2025: crecimiento orgánico de ingresos de un dígito bajo y EPS ajustado estable frente al año anterior.



reportó ingresos netos de

22,726 MILLONES de dólares

un incremento de 1% frente al mismo trimestre de 2024



GRUPO NUTRESA: CRECIMIENTO DE DOBLE DÍGITO Y UTILIDAD RÉCORD

El conglomerado colombiano sobresalió por su dinamismo. En el primer semestre del año registró ventas consolidadas por COP 10 billones, un alza de 14.5% interanual. El EBITDA alcanzó COP 1.48 billones, creciendo 24.4% y con un margen de 14.7%. La utilidad neta consolidada llegó a COP 712,767 millones, casi duplicando la cifra del año anterior (+94.8%).

Por segmentos, en Colombia los ingresos ascendieron a 5.8 billones de pesos (+9.6%), con fuerte impulso de café (+21.3%), chocolates (+16.9%) y galletas (+11%). En el exterior, las ventas totalizaron 4.2 billones de pesos (+22.1% en moneda local), equivalentes a 1,001 millones de dólares (+14.3% en USD).

El crecimiento fue acompañado de un estricto control de gastos: los costos operativos disminuyeron 0.5% pese al entorno inflacionario, lo que llevó a un aumento de 35.8% en la utilidad operativa. Además, la venta de participaciones minoritarias contribuyó a la mejora de resultados. Nutresa resaltó el avance de su proyecto de transformación organizacional, enfocado en agilidad, eficiencia y rentabilidad.



En el primer semestre del año registró ventas consolidadas por

COP 10 BILLONES

UN ALZA DE



interanual



COCA-COLA: CRECIMIENTO COMPARABLE Y DISCIPLINA EN PRECIOS

Coca-Cola reportó ingresos netos de 12.4 mil millones de dólares, lo que representó un crecimiento comparable del 4% frente al 2T24. El volumen global avanzó 2%, con Latinoamérica y Asia-Pacífico como principa-

les motores. En Norteamérica, el desempeño fue más débil, especialmente en bebidas azucaradas, donde persisten presiones regulatorias y de consumo.

El margen operativo se expandió gracias a una estrategia de precios disciplinada y a la fortaleza de las categorías sin azúcar o bajas en calorías. La utilidad neta se mantuvo estable, apuntalada por eficiencias en la cadena de suministro y el control de gastos.

La compañía subrayó su foco en innovación y en portafolio saludable, clave para sostener su liderazgo.

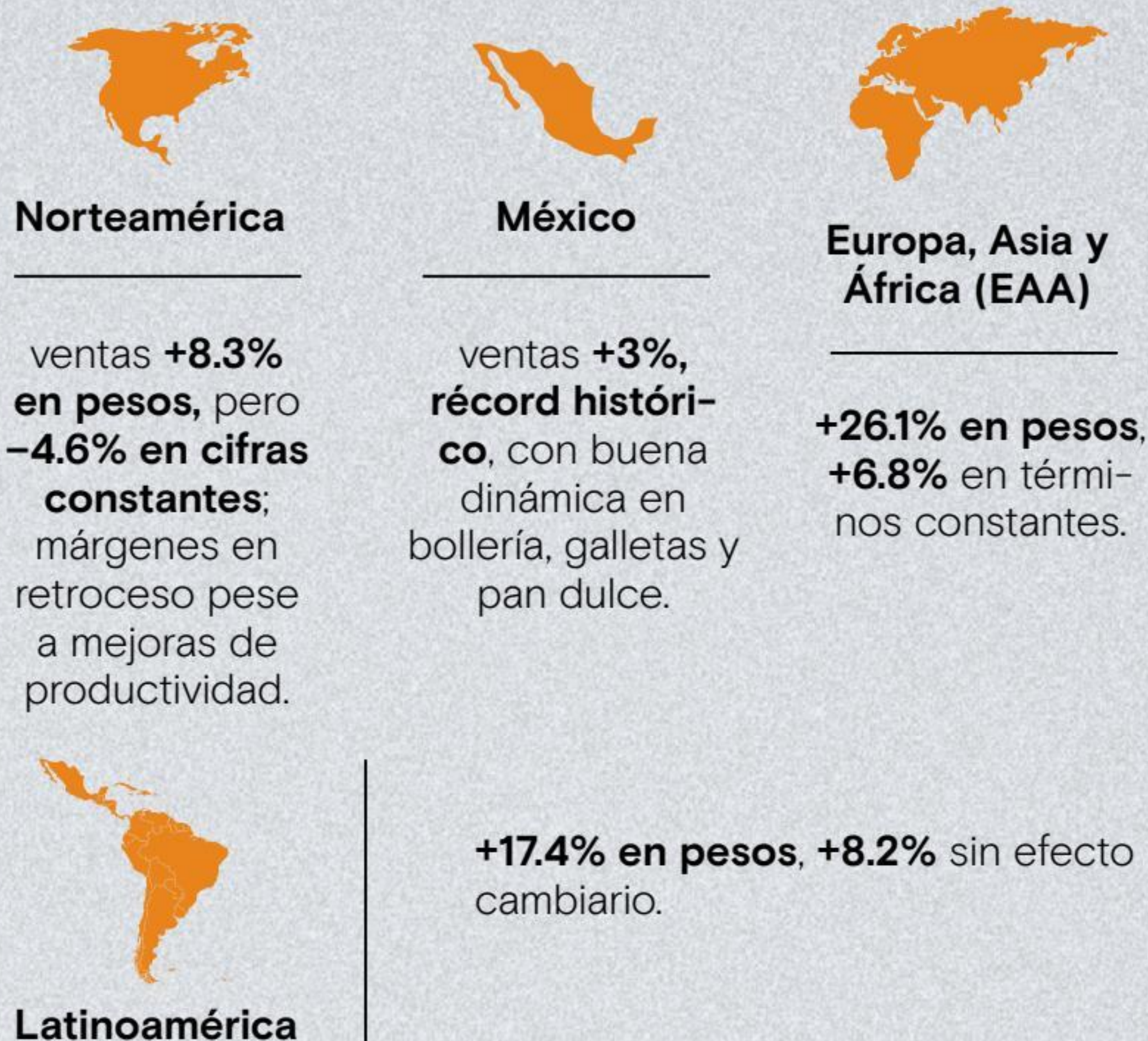


**GRUPO BIMBO: DIVERSIFICACIÓN
SOSTIENE VENTAS, PERO UTILIDAD
RETROCEDE**

Grupo Bimbo reportó ventas netas récord para un segundo trimestre: 107,503 millones de pesos mexicanos (MXN), un aumento de 9.4% respecto a 2024. Sin embargo, al excluir el efecto cambiario, el crecimiento real fue de apenas 0.7%, mostrando que gran parte del avance se explicó por la depreciación del peso frente a otras monedas.

El EBITDA ajustado alcanzó MXN 14,897 millones, un alza de 6.7%, pero con margen en contracción de 30 puntos base, hasta 13.9%. La utilidad neta mayoritaria cayó 14.9%, hasta 2,823 millones de pesos, impactada por mayores gastos financieros y una utilidad operativa más débil.

El desglose regional refleja realidades distintas:



La compañía destacó su resiliencia gracias a la diversificación geográfica y anunció una inversión de más de 2,000 millones de dólares en México entre 2025 y 2028, además de la adquisición de Don Don en Europa del Este, con lo cual refuerza su presencia en 39 países.



**NESTLÉ: REPORTE SEMESTRAL CON
CONTRASTES REGIONALES**

Nestlé presentó sus resultados del primer semestre de 2025, con ventas consolidadas cercanas a CHF 46,300 millones. El crecimiento orgánico fue moderado, liderado por las divisiones de nutrición infantil y café, mientras que en Europa el consumo débil limitó el avance en volúmenes.

En contraste, Asia y otros mercados emergentes mostraron un dinamismo mayor, contribuyendo de forma positiva al balance. El margen operativo se benefició de la reducción de costos energéticos y de la optimización logística.

Nestlé reforzó que su estrategia se centra en la innovación de productos funcionales y de conveniencia, además de la optimización de portafolio, priorizando líneas de alto valor agregado.

**COMPARACIÓN CON
EL PRIMER TRIMESTRE**

Al comparar con el 1T25, se identifican tendencias claras:

- **PepsiCo:** ligera aceleración en ingresos, pero caída fuerte en EPS por deterioros contables, lo que no había afectado el trimestre previo.
- **Nutresa:** mostró una notable mejora secuencial en rentabilidad y utilidades netas, consolidando uno de los desempeños más sólidos de la región.
- **Bimbo:** sostuvo crecimiento en ventas, pero la presión en márgenes y utilidades fue mayor que en 1T25.
- **Coca-Cola:** mantuvo consistencia, replicando el patrón del trimestre anterior: crecimiento estable y márgenes sólidos.
- **Nestlé:** su reporte semestral confirmó la dinámica ya vista en 1T25: crecimiento impulsado por emergentes y debilidad en Europa. ^(A)