

Fecha: 29-07-2025
 Medio: Diario Financiero
 Supl.: Diario Financiero
 Tipo: Noticia general

Pág.: 34
 Cm2: 411,5

Tiraje: 16.150
 Lectoría: 48.450
 Favorabilidad: ☐ No Definida

Título: Utilidad de la mexicana Femsa cae más de 73% en segundo trimestre por consumo débil y condiciones climáticas adversas



Utilidad de la mexicana Femsa cae más de 73% en segundo trimestre por consumo débil y condiciones climáticas adversas

■ “El tráfico promedio en tienda fue inferior a nuestras expectativas” en México, mientras que fuera de ese país la tendencia fue más positiva, dijo el CEO de la empresa.

POR DÉBORAH DONOSO MOYA

La embotelladora y minorista mexicana Femsa reportó este lunes una importante caída en sus utilidades durante el segundo trimestre, que terminaron por arrastrar el desempeño de los primeros seis meses del año, producto de “la desafiante combinación de un entorno de consumo débil y condiciones climáticas adversas” en su país base.

La firma detalló que su ganancia (atribuible a los propietarios de la controladora) para el período abril-junio cayó 73,6% a 2.712 millones de pesos mexicanos (US\$144 millones).

Considerando el semestre, el retroceso fue de 44,9%. Por su parte, los ingresos presentaron mejor comportamiento: las cifras aumentaron 6,3% para los tres meses a junio, y 8,3% para los seis meses.

Según comentó el CEO de la compañía, José Fernández Carbajal, en la división

Proximidad Américas México –que opera las tiendas de conveniencia Oxxo–, “el tráfico promedio en tienda nuevamente fue inferior a nuestras expectativas, mientras que la mayoría de las tendencias fuera de México fueron positivas”.

“Observamos que las categorías de conveniencia como refrescos, cerveza y tabaco tuvieron un desempeño inferior al de otras categorías en todos los canales durante el trimestre”, agregó.

Respecto de la embotelladora Coca-Cola Femsa, el ejecutivo aseguró que navegó el mismo entorno desafiante en México, “el cual se está

abordando agresivamente con estrategias de empaque puntuales y segmentadas, así como con actividad promocional adicional y control de gastos”.

El reporte arrastró las acciones del conglomerado hasta un 6,7%, su mayor caída desde febrero de 2024.

Fuera de México

Entre los aspectos positivos, Fernández destacó que “las operaciones de proximidad y bebidas entregaron resultados sólidos, que, combinados con el impulso favorable de las divisas, ayudaron a mitigar el impacto” más general.

En el caso de la embotelladora, esta “continuó mejorando su posición competitiva y obtuvo sólidos resultados, particularmente liderados por ciertos mercados en Sudamérica, ayudados además por los vientos a favor producidos por las divisas”.

Tras este desempeño, el ejecutivo dijo que están enfocados en revertir las tenden-

cias de tráfico y volumen, y en gestionar favorablemente los costos y gastos en la segunda mitad del año. “Nuestras empresas han demostrado repetidamente su resiliencia, por lo que creemos que contamos con la estrategia y el equipo adecuados para la tarea”, dijo.

La división que maneja Oxxo en México, EEUU y América Latina, mostró una caída de 0,4% en las ventas de mismas tiendas, pese a que los ingresos subieron 6,9% en el segundo trimestre.

La firma ha centrado su estrategia en sus negocios clave: comercio minorista, bebidas y soluciones digitales en América Latina y Europa. Como parte de esta apuesta, ha decidido abrir más tiendas Oxxo en México y expandir Valora en Europa. En paralelo, ha vendido activos no estratégicos, como su operación logística, que traspasó al Grupo Traxion por US\$ 214 millones en México, Brasil y Colombia el año pasado.

Mientras pausó la expansión de sus locales en Chile y Perú, así como su división de salud en México.

Lea más en DFSUD.com.

