


Europa, la región de mayor crecimiento para Gruma

 [milenio.com/negocios/europa-la-region-de-mayor-crecimiento-para-gruma](https://www.milenio.com/negocios/europa-la-region-de-mayor-crecimiento-para-gruma)

Milenio Digital



Con un aumento del 20 por ciento en el volumen de ventas al cierre del tercer trimestre del año, Europa se convirtió en el mercado de mayor crecimiento para **Gruma**, empresa mexicana con presencia en más de 120 países en todo el mundo.

De acuerdo con cifras de la compañía, reportadas a la Bolsa Mexicana de Valores (**BMV**), entre julio y septiembre de 2019, el volumen de ventas en la región fue de 110 mil toneladas, lo que implicó un crecimiento a doble dígito que posicionó a la región europea como la de mayor crecimiento en el periodo.

Por unidades de negocio, en el de molienda de maíz el volumen de ventas registró un aumento de 23 por ciento, principalmente a ventas extraordinarias, entre ellas una mayor compra por parte de algunos clientes en el **Reino Unido** ante posibles disrupciones por el **Brexit**.

Asimismo, el crecimiento estuvo impulsado por la atracción de nuevos clientes en Asia y un incremento en las adquisiciones de los clientes existentes.

Mientras que en el negocio de **tortilla se registró un aumento** de 11 por ciento en las ventas, asociado a diversos factores como nuevos clientes particularmente en el Reino Unido; mayor abasto a cadenas globales de restaurantes en algunos países, en especial en **Holanda y Rusia**.

También mayor uso de tortillas para platillos de cocina de Medio Oriente en restaurantes locales, especialmente en **España, Alemania y Francia**; y el lanzamiento de la marca Mission en varios países de **Europa**, norte de **África** y **Medio Oriente**, además de la introducción de nuevos productos.

En lo que se refiere a las ventas netas, la región europea también lideró el crecimiento de la compañía a nivel internacional.

Las ventas netas en **Europa** fueron de mil 532 millones de pesos, lo que implicó un incremento del 10 por ciento en comparación con el tercer trimestre de 2018, superando el dinamismo observado en Estados Unidos, el principal mercado de la compañía.