

Fecha 17.09.2018	Sección Dinero	Página 1-3
----------------------------	--------------------------	----------------------

GRUMA

PLAN: MÁS TORTILLERÍAS

Duplicar sus ventas hacia 2028 es la meta de Gruma, razón por la cual tiene el potencial de llegar a más tortillerías y de adquirir empresas en otros mercados. En 10 años los ingresos de la empresa podrían alcanzar 149 mil 193 millones de pesos; en tanto, en ese mismo lapso, la inversión neta pasaría a 4 mil 56 millones de pesos, según un análisis de Intercam.

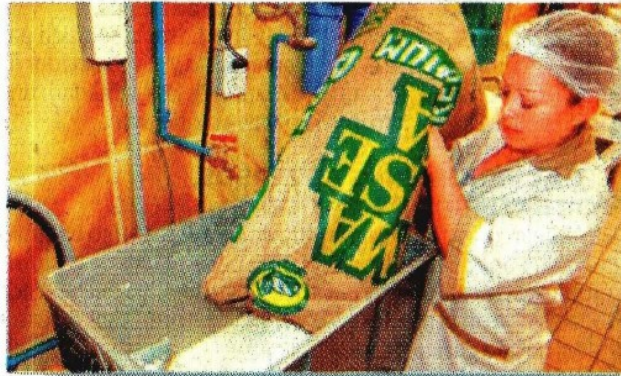


Foto: Gruma

OPORTUNIDADES PARA GRUMA

Con potencial para dar la vuelta a la tortilla

Intercam Casa de Bolsa considera que tiene posibilidades para adquirir más empresas

POR ERÉNDIRA ESPINOSA
erendira.espinosa@gimm.com.mx

El fabricante de harina y productos de maíz **Gruma** tiene el potencial para llegar a más tortillerías y adquirir empresas en otros mercados, estrategias que le ayudarían a duplicar sus ventas hacia 2028.

Lo anterior, porque pese a que Gruma es el productor y distribuidor de harina de maíz y tortillas más grande en el mundo, "en México, 65% de los productores de tortillas utilizan el método tradicional, por lo que **Gruma** podría buscar que éstos utilicen su harina de maíz

para fabricar tortillas y así aumentar su participación de mercado".

El método tradicional de elaboración consiste en la cocción de maíz con agua y cal para obtener el maíz nixtamalizado, el cual es molido hasta formar una masa que luego es utilizada para preparar tortillas; con la harina de maíz de **Gruma**, sólo se requiere de agua para formar la masa y así preparar tortillas.

Con base en un análisis de Intercam Grupo Financiero, los ingresos de la compañía podrían alcanzar los 149 mil 193 mi-

llones de pesos en diez años, cifra relevante si se compara con las ventas estimadas para este año, que

son de 74 mil 618 millones de pesos; en tanto, en ese mismo lapso, la inversión neta de la compañía pasaría de mil 745 a cuatro mil 56 millones.

Intercam consideró que **Gruma** es una empresa defensiva, factor relevante en momentos de incertidumbre global: "Creemos que sus ingresos no se verán

severamente afectados en caso de una desaceleración económica, debido a que los productos que ofrece son de consumo básico, especial-



Continúa en siguiente hoja

Fecha 17.09.2018	Sección Dinero	Página 1-3
----------------------------	--------------------------	----------------------

mente en México, Estados Unidos y Latinoamérica”.

Lo anterior, porque las tortillas son básicas en la dieta de las personas en el país y habitantes de descendencia mexicana en Estados Unidos, a lo que hay que añadir que esta comida es más popular en Europa, Asia y Oceanía.

Otro mercado en donde el consumo va al alza es EU; allí, expuso Intercam, además de pequeñas firmas hay empresas con mayor capacidad de distribución como Olé Mexican Foods, El Milagro y La Tortilla Factory, junto con las divisiones de producción de tortilla de Tyson, General Mills, Hormel Foods y Bimbo,

clientes de **Gruma** en la industria de harina de maíz.

COMPITEN
Minsa, Cargill, Hari Masa, Bunge y Molinos Anáhuac también se dedican a elaborar la harina para tortillas.

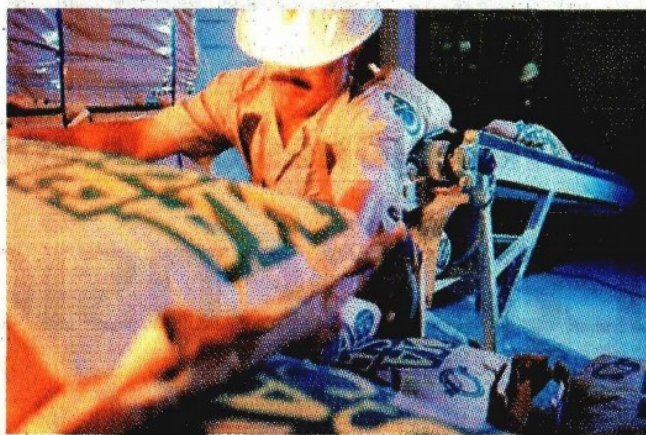


Foto: Cortesía

En México, 65% de los productores de tortillas recurre al método tradicional, por lo que Gruma podría buscar que utilicen sus harinas.