

Eleva Gruma 3% flujo operativo



Silvia Olvera
Monterrey, México (24 julio 2019).- Mejores ventas en volumen e ingresos en sus mercados del exterior, así como un beneficio por la adopción del NIIF (Normas internacionales de información financiera), contribuyeron a un alza del 3 por ciento

Gruma registró ingresos por 19 mil 314 millones de pesos, un incremento del 2 por ciento en el segundo trimestre. Foto: Ardiayo

del flujo operativo de Grupo Maseca (Gruma), en relación a mismo periodo de 2018,, al alcanzar en el segundo trimestre los 3 mil 178 millones de pesos.

Notas Relacionadas



Invierte Gruma 570 mdp en México y EU



Registra Gruma baja en flujo y utilidad



Crece 8% flujo operativo de Gruma



Coloca Gruma deuda por 3 mil mdp

El mayor productor de tortillas y harina de maíz del mundo, describió que principalmente Estados Unidos contribuyó a sus resultados, país en el cual implementaron diversas estrategias de ventas a través de diferentes canales y presentaciones de productos, incluyendo opciones más saludables.

A pesar de una contracción del 1 por ciento en su volumen de ventas, por una caída del 3 por ciento en el mercado mexicano, Gruma registró ingresos por 19 mil 314 millones de pesos, un incremento del 2 por ciento en periodos comparados.

La cifra de ventas provino de resultados mixtos, ya que si bien en todos sus territorios tuvieron incrementos, ello se debió a mayores precios en sus productos, pero al mismo tiempo la empresa no trasladó el alza en sus costos de insumos a sus clientes grandes del negocio de la tortilla.

Además la fortaleza del Peso frente al dólar, y la del dólar contra otras monedas, afectó el resultado en términos de pesos.

Durante el periodo su utilidad de operación se contrajo 6 por ciento, mientras que su utilidad neta mayoritaria en un 3 por ciento, por mayores gastos de administración y mayor costo de financiamiento.

La compañía reveló que de abril a junio realizó inversiones por 20 millones de dólares, principalmente para sus plantas de Malasia, Puebla y Tijuana.

Hacia adelante, Gruma mencionó que enfocará sus esfuerzos en seguir posicionando sus marcas Mission y Guerrero en Estados Unidos, que actualmente son las número uno, respectivamente en ese país, pero también en el caso de la primera expandirla hacia otras regiones.

Al tiempo que quieren masificar sus productos de tortillas y panes planos a nivel internacional, así como seguir impulsando la transición del método tradicional al método de harina de maíz, y los nuevos usos de éste último producto.

H