

Fecha <b>05.08.2019</b>	Sección <b>Empresas y Negocios</b>	Página <b>26</b>
----------------------------	---------------------------------------	---------------------

EU, SU PRINCIPAL MERCADO

# Gruma obtiene 73% de sus ventas del extranjero

Redacción  
EL ECONOMISTA

LA MULTINACIONAL **Gruma** continúa ganando mercado en el extranjero; sus operaciones fuera de México representaron 73% de sus ventas netas durante el segundo trimestre del 2019; en la misma sintonía, de su flujo operativo (EBITDA), 75% lo aportan sus negocios en el exterior.

Mediante un comunicado, la empresa mexicana informó que, de los 19,314 millones de pesos que registró en ventas netas entre abril-junio, 73% provino de Estados Unidos, Europa, Centroamérica, Asia y Oceanía.

“En Estados Unidos, nuestro principal mercado, hemos logrado importantes crecimientos en ventas gracias al lanzamiento de productos más saludables, como las tortillas bajas en carbohidratos y libres de gluten, el incremento de restaurantes de comida mexicana y empresas productoras de tortilla. En este sentido, **Gruma** espera seguir aumentando sus ventas en este mercado a partir de la introducción de nuevos productos”, detalló.

Cabe mencionar que durante el segundo trimestre del año, las ventas netas de esta subsidiaria ascendieron a 10,592 millones de pesos, es decir, 55% del total. Además, fueron 4% superiores a las reportadas en el mismo trimestre del año anterior.

De Europa, en donde **Gruma** ha logrado importantes crecimientos en ventas de grits para snacks al captar nuevos clientes en Italia, Turquía e Israel, provino 7% de sus

ventas netas, que fueron de 1,420 millones de pesos.

“En lo referente al negocio de tortilla, éste ha aumentado debido al lanzamiento de nuevos productos, la fidelidad de nuevos clientes en el canal minorista del Reino Unido, Alemania e Italia, y exportaciones al norte de África desde el viejo continente. Además de un mayor consumo de wraps en cadenas globales de restaurantes de comida rápida y para platillos típicos del Medio Oriente en restaurantes locales”, señaló el comunicado.

En esta división, destacó que, en Rusia, las ventas de **Gruma** han venido creciendo a tasas superiores a 15% anual, gracias a la aceptación de sus productos, tanto en el canal de restaurantes como en el de autoservicios. Asia y Oceanía aportaron 5% de las ventas. “En el continente asiático y luego de más de 10 años de presencia en China, los productos de Mission están en todo el territorio chino”.

En lo que respecta al EBITDA de la empresa, EU aporta 64%, Europa 4%, Centroamérica 4%, y Asia y Oceanía 3 por ciento.

Respecto a las inversiones, en el 2018 ascendieron a 4,404 millones de pesos, destinados principalmente a incrementar la capacidad de producción en las plantas de EU, Asia, Oceanía y Europa.

## \$19,314

**MILLONES**

fueron las ventas netas de **Gruma** durante el segundo trimestre de este 2019.



Fecha <b>05.08.2019</b>	Sección <b>Empresas y Negocios</b>	Página <b>26</b>
----------------------------	---------------------------------------	---------------------



**Gruma** invirtió 4,404 millones de pesos durante el 2018, principalmente en sus plantas en el extranjero. FOTO: REUTERS