

Fecha 16.12.2019	Sección Negocios	Página 23
---------------------	---------------------	--------------

En una década, ventas de Gruma incrementan 140% en Australia

Fortaleza. La comercialización de sus productos alcanza 120 mdd al año; su producción anual supera las 50 mil toneladas de tortillas, frituras y panes planos

REDACCIÓN
CIUDAD DE MÉXICO

Después de 10 años de haber inaugurado su planta en Melbourne, Australia, las ventas del fabricante en la producción de harina de maíz y tortillas Gruma aumentaron 140 por ciento en esas instalaciones, pues hace una década éstas eran de entre 45 y 50 millones de dólares y actualmente alcanzan 120 millones.

Esta operación, que comenzó con una inversión de 60 millones de dólares, tiene hoy una capacidad para producir anualmente más de 50 mil toneladas de producto como tortillas, frituras y panes planos como los *wraps* y atender a sus clientes y consumidores de más de 30 países en la región de Oceanía.

En un comunicado emitido por el décimo aniversario de su presencia en Australia, Gruma informó que la fábrica da empleo a 361 trabajadores.

Los productos de esta planta se comercializan bajo su marca global Mission, cuyo portafolio de productos es muy atractivo, pues además de fabricar tortillas produce *flat breads* (panes planos) y frituras.

Gruma informó que en 2012 integró a su proceso de producción el primer robot de pila instalado, así como la primera línea de prensas TT3000, que elabora 8 mil 500 toneladas de producto anualmente. También se introdujo el primer robot de envasado en 2014.

En 2018 Mission Foods Australia fue reconocida como Fabricante del Año en el segmento de panadería minorista en toda la industria de comestibles de esa nación.

“Nuestra planta en Melbourne se ha caracterizado por ser de nueva generación y por su compromiso no solo con la vanguardia en innovación tecnológica, sino también con su personal”, afirmó el presidente y director general de Gruma a escala global, Juan González Moreno.

De acuerdo con analistas de Intercam Casa de Bolsa, los resultados de la empresa del tercer trimestre de este año estuvieron por arriba de lo esperado, pues sus ventas netas subieron 8.5 por ciento mientras el Ebitda se incrementó 9.1 por ciento.

“El aumento en ventas se debe, principalmente, a una mejora en volumen de más 3 por ciento, en especial por Gruma Europa, mayores precios en las divisiones Gruma Estados Unidos y Gimsa —productor de harina de maíz— y por la apreciación del dólar frente al peso”, indicó Intercam.

En una presentación para inversionistas de este año, la empresa señaló que observa en el mercado de Asia y Oceanía oportunidades de desarrollo, con crecimientos de dos dígitos y en donde con su marca de tortilla Mission se coloca en la primera posición de ese mercado.

Gruma tiene en el mercado 70 años con 72 plantas ubicadas en 17 naciones, pero con presencia en más de 110 países.

En 2018 se le reconoció como Fabricante del Año en el segmento de panadería minorista en esa nación

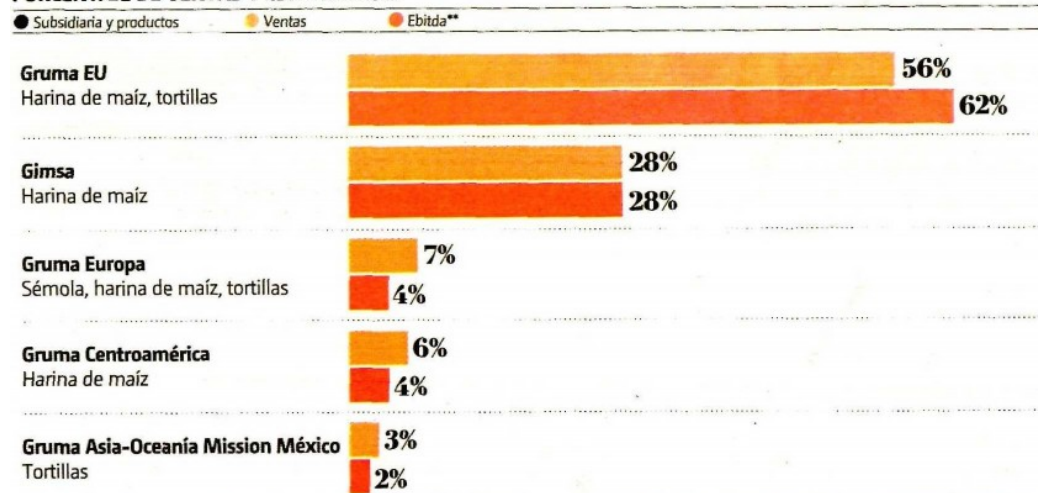


Fecha 16.12.2019	Sección Negocios	Página 23
----------------------------	----------------------------	---------------------

Presencia

Gruma es el mayor productor de harina de maíz y tortilla a escala global con operaciones en Estados Unidos, México, Centroamérica, Europa, Asia y Oceanía.

PORCENTAJE DE VENTAS Y EBITDA A 2018



FUENTE: Gruma - GRÁFICO: Juan Carlos Fleicer

**Ganancias antes de impuestos