

Fecha <b>04.08.2020</b>	Sección <b>Dinero</b>	Página <b>1-3</b>
----------------------------	--------------------------	----------------------

**SEGUNDO TRIMESTRE****EU da mayor impulso a Gruma**

Las tortillas son cada vez más populares en Estados Unidos, situación que favoreció a Gruma, pues informó que durante el segundo trimestre del año sus resultados financieros fueron positivos debido a ello. Las ventas y el EBITDA fueron impulsados por las filiales en el extranjero, en particular en EU.



Foto: Especial

**FAVORECEN RESULTADOS DE GRUMA**

# Las tortillas, cada vez más populares en EU

Las ventas netas en Estados Unidos durante el segundo trimestre de este año aumentaron 14% a tasa anual

**POR ERÉNDIRA ESPINOSA**  
eréndira.espinosa@gmm.com.mx

Gruma informó que durante el segundo trimestre del año sus resultados financieros fueron positivos gracias a que las tortillas son cada vez más populares en Estados Unidos.

Mientras otras empresas se han visto afectadas por el covid-19, Gruma ha tenido un fuerte desempeño, según la fabricante de tortillas y harina de maíz esto se debe a que en el país vecino está creciendo la demanda de tortillas, wraps y harina de maíz.

“Durante el segundo trimestre del año, los excelentes resultados reportados en ventas netas y

EBITDA de Gruma fueron impulsados por sus subsidiarias fuera de México, principalmente por Estados Unidos, que representaron el 61 y 70%, respectivamente de las cifras consolidadas globales”, expuso en un comunicado.

La compañía acotó que en el mercado norteamericano el volumen de ventas de la multinacional mexicana subió 5% a 383 mil toneladas. El volumen de ventas de harina de maíz creció 5% y el de tortilla 6%, cifras que fueron impulsadas principalmente por compras de consumidores en supermercados y tiendas de conveniencia a nivel nacional debido a la pandemia del covid-19.

“En el canal de retail (tien-

das y supermercados) se registró la mayor venta de tortillas de maíz, de trigo y wraps Mission en todas sus presentaciones, por arriba de las ventas a *foodservice*. En cuanto a la harina de maíz Maseca, la presentación de paquete fue la que registró un aumento extraordinario en ventas a consecuencia de la pandemia”, afirmó.

Según Gruma, las ventas netas en Estados Unidos durante el segundo trimestre aumentaron 14% respecto al mismo periodo, pero del año pasado, sumaron 14 mil 536 millones de pesos, mientras que la utilidad de operación creció 14% a 2 mil 141 millones de pesos y el EBITDA subió 15%

Continúa en siguiente hoja



Fecha <b>04.08.2020</b>	Sección <b>Dinero</b>	Página <b>1-3</b>
----------------------------	--------------------------	----------------------

para ubicarse en los dos mil 798 millones de pesos.

Para responder a la demanda de tortillas y harina en la unión americana, la empresa se apoyó en sus plantas de Mexicali, Tijuana y Monterrey.



Foto: Especial

Las ventas netas y el EBITDA de las operaciones en Estados Unidos alcanzaron 61% y 70%, respectivamente.



Foto: Espec

Para atender la demanda en Estados Unidos, la empresa se apoyó en sus plantas de Mexicali, Tijuana y Monterrey.

# 14.5

MILLONES

de pesos totalieron las ventas durante abril y junio de este año en el mercado estadounidense, reportó Gruma en su reporte financiero trimestral.