

Venden más Gruma y Bimbo al extranjero

Silvia Olvera

Monterrey, México (22 marzo 2021).- El apetito que el mundo tiene por las tortillas de Gruma y el pan de Bimbo es cada vez más evidente, y en donde Estados Unidos es el mayor mercado.

Prueba de ello es que en cinco años la participación de los ingresos que vienen del exterior aumentaron para ambas compañías mexicanas.

En el 2016, el 75 por ciento de las ventas de Gruma vino fuera de México y para el 2020 avanzó un punto porcentual.

Para el caso de Bimbo, el 68 por ciento de sus ingresos en el 2016 provino del extranjero y en el 2020 representó el 71 por ciento.

Ambas compañías señalaron en sus reportes financieros que son el productor de tortillas y harina de maíz, en el caso de Gruma, y el de pan, en el de Bimbo, más grandes del mundo.

Dentro de sus ingresos, Gruma informó que Estados Unidos es su mayor mercado, el cual el año pasado aportó 48 mil 956 millones de pesos, lo que representó el 53 por ciento de sus ingresos totales, que fueron por 91 mil 103 millones.

En una reciente conferencia telefónica con analistas financieros, Raúl Cavazos Morales, director financiero de Gruma, destacó el avance de la empresa en diversos mercados, principalmente en Estados Unidos, en donde ya no sólo venden a la población hispana, sino también a otras de otro origen.

Además añadió que cada vez más amplían sus canales de venta y de productos, y próximamente hasta base para preparar pizza introducirán, como lo han hecho en Asia y Australia.

"Esperamos comenzar operaciones en Estados Unidos en la producción de algunas líneas de productos diferentes: pita, sin gluten y algunos otros productos particularmente de pan plano".

Para ello, explicó, buscan tener una nueva marca y una nueva división.

Cavazos refirió que están haciendo inversiones para nuevas líneas adicionales en diversos países.

Bimbo no desglosa el mercado estadounidense, sino que lo ubica como Norteamérica, incluyendo a Canadá, de donde provino el año pasado el 53 por ciento de sus ventas totales.

Sin embargo, en su conferencia telefónica con analistas financieros, su presidente, Daniel Servitje, destacó que la empresa fue nombrada como la de mayor crecimiento en el rubro de productos de gran consumo en Estados Unidos.

Añadió que algunas de sus marcas, como Thomas Bagels, y otras líneas, como bollos y panecillos, contribuyeron a ganar participación de mercado.

Además, en el 2020 duplicaron las ventas vía comercio electrónico al canal minorista en Estados Unidos.

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

ESTA NOTA PUEDES ENCONTRARLA EN:

<https://www.elnorte.com/venden-mas-gruma-y-bimbo-al-extranjero/ar2148222>

Fecha de publicación: 22 marzo 2021