

REPORTES BMV

# Precios del maíz tiran 0.9% EBITDA de Gruma

ALEJANDRA RODRÍGUEZ  
mrodriguez@elfinanciero.com.mx

Durante el primer trimestre de 2021, el flujo operativo (EBITDA, por sus siglas en inglés) de Gruma tuvo una caída de 0.9 por ciento anual, al cerrar con 3 mil 472 millones de pesos, por el incremento en el precio del maíz y los estragos de las heladas en Estados Unidos y México.

“Gruma analiza estrictamente los costos y está gestionando el aumento en el costo del maíz, mientras que la volatilidad ha continuado durante el año”, apuntó la empresa en su reporte financiero emitido a la Bolsa Mexicana de Valores (BMV).

Sin embargo, en el primer cuarto de 2021, la utilidad neta de la empresa aumentó 135.1 por ciento anual, al obtener mil 321 millones de pesos, esto en contraste con el mismo periodo de 2020, cuando su utilidad se ubicó en 562 millones de pesos.

De enero a marzo de este año, los ingresos de la firma que preside Juan Antonio González Moreno

*“Somos testigos de la recuperación de la industria alimenticia en el mundo, principalmente en el Food Service”*

JUAN GONZÁLEZ MORENO

Resultados del IT21			
	IT20	IT21	Var%
INGRESOS	21,544	22,179	2.9%
EBITDA	3,505	3,472	-0.9%
UTILIDAD NETA	562	1,321	135.1%

■ Cifras en millones de pesos  
Fuente: GRUMA

alcanzaron los 22 mil 179 millones, equivalentes a un crecimiento de 2.9 por ciento respecto al mismo periodo de 2020.

“Las ventas netas también fueron apoyadas por un alza en precios implementados en GIMSA en México. Por otro lado, las ventas netas fueron impactadas por la fortaleza del peso mexicano contra el dólar estadounidense”, indicó el reporte.

Las ventas de las operaciones fuera de México representaron el 75 por ciento de las cifras consolidadas, principalmente apoyado en las tendencias que favorecen a las tortillas de valor agregado y sus productos derivados que continúan fuertes en Estados Unidos y Europa, pues la tortilla gana mayor aceptación como un producto versátil, más saludable y conveniente para incluir en las dietas de las familias hispanas y no hispanas.

En su reporte financiero, Gruma mostró una continua demanda por sus productos en el canal minorista en los Estados Unidos.

Además de una recuperación acelerada en la industria del canal institucional a nivel global, encaminada a una recuperación a niveles pre pandemia.

