

Gruma, con perspectivas positivas para 2022 gracias a su fortaleza internacional: analistas

 milenio.com/negocios/gruma-con-perspectivas-positivas-para-2022-analistas



La empresa mexicana **Gruma es de las pocas firmas en México que goza de fortaleza ante la depreciación del peso frente al dólar**, e incluso los movimientos del tipo de cambio resultan una buena noticia para la compañía.

Lo anterior, está directamente relacionado con la **amplia diversificación internacional de la compañía**, líder a nivel mundial en producción de harina de maíz nixtamalizado, tortillas y wraps, pues cerca del 70% de sus ingresos globales están denominados en dólares.

“Gruma es de las pocas empresas en el país que no resienten los efectos negativos que producen los efectos cambiarios; de hecho, la fortaleza del dólar frente al peso es una buena noticia para la compañía debido al crecimiento que está registrando en sus operaciones fuera de México, de donde provienen cerca del 70% de sus ingresos”, explicó Gabriela Siller, directora de análisis económico y financiero de Banco Base.

Además de la fortaleza del dólar, las expectativas para Gruma son positivas, ya que **tanto sus ventas como utilidades en Estados Unidos y Europa, principalmente, registran una tendencia creciente.**

Sólo al cierre del tercer trimestre de 2021, la firma registró un volumen de ventas de 1 millón 054 mil toneladas métricas en el tercer trimestre del año, de forma consolidada, lo que generó un incremento de 2% en las ventas netas durante el periodo, las cuales se ubicaron en 23 mil 903 millones de pesos.

Este incremento, se explicó por un aumento en el volumen de ventas en la división de los Estados Unidos y mayores ventas netas en sus operaciones de tortilla a medida que la economía de Estados Unidos y de Europa se siguen reabriendo.

En Europa, el negocio de tortilla presentó un aumento en el volumen de ventas del 16% debido a una recuperación estable en el canal institucional, aunado a una exitosa estrategia de penetración en el mercado minorista de Mission desde principios de año.

Asimismo, en Centroamérica, el volumen de ventas subió 1% a 62 mil toneladas métricas como resultado de una mayor demanda en productos selectos de harina de maíz y tortilla; y en Asia y Oceanía el volumen de ventas creció 10% a 24 mil toneladas métricas y las ventas netas aumentaron 6% a 1,217 millones de pesos.

La **mayor demanda de los productos de tortilla de Gruma**, son consistentes con la innovación que ha implementado la compañía a nivel mundial para atender las necesidades de sus consumidores.

Prueba de ello es que, Gruma, a través de Mission Foods en Estados Unidos, lanzó a mediados de septiembre dos nuevos productos al mercado, que atienden las necesidades de quienes buscan el consumo de alimentos saludables, pero sin sacrificar el sabor.

Te recomendamos: Gruma apoyará a estados del país para asegurar producción de maíz. Se trata de las **nuevas tortillas de harina de coliflor y harina de almendras sin gluten**, que combinan los sabores y texturas auténticas de Mission Foods. Estas nuevas y frescas ofertas están disponibles ahora en tiendas selectas y se implementaron en todo el país desde finales de 2021.

Estas nuevas opciones en el mercado estadounidense se suman a los lanzamientos de abril de ese año: Fresh Signature, una nueva y audaz entrada en la categoría de panes planos que amplía la oferta de la compañía de productos auténticos y de alta calidad con sabores de inspiración mundial.

Fresh Signature contempla seis nuevos panes planos artesanales horneados en el horno de piedra patentado por Mission. Los nuevos artículos se lanzaron inicialmente en el noreste de la unión americana, y la distribución se sigue expandiendo..

Aunado a ello, **no se prevé que la nueva ola de contagios por covid 19, afecte a la compañía**, ya que al tratarse de una empresa del sector de alimentos, la demanda de sus productos se mantiene en crecimiento en comparación con otros productos o compañías relacionadas con el consumo discrecional.

“Durante la pandemia la empresa se vio beneficiada, pues los consumidores cambiaron sus patrones de consumo, redirigiendo su gasto al consumo básico y disminuyendo su consumo discrecional. A pesar de que, los consumidores han retomado poco a poco sus tendencias anteriores (los de 2019), la perspectiva para Gruma hacia el 2022 es positiva, pues pertenece a un sector esencial, el cual seguirá siendo impulsado por la recuperación económica del país”, agregó Gabriela Siller.