

Fecha 21.04.2022	Sección Mercados	Página 14
----------------------------	----------------------------	---------------------



Estados Unidos y Europa catapultaron las ventas del gigante de la tortilla y la harina de maíz mexicano, al primer trimestre del año



a le he comentado que el alza en materias primas presionará, en especial, a las empresas del sector alimentos, y donde se pondrá a prueba la gestión de esos negocios.

En ese contexto, una firma mexicana de alcance global logró salir bien librada es Gruma, que preside **Juan González**, y que como sabe es líder en producción de harina de maíz y tortillas.

Al primer trimestre del año, Gruma siguió mejorando en su rentabilidad a pesar de mayores costos, siendo el precio del maíz el indicador a cuidar, además de algunos costos laborales.

Gruma en estos años ha consolidado un poderío global que le ha permitido en 2022 mejorar sus números en mercados como Estados Unidos y Europa, en especial este último llama la atención por el impacto de la invasión de Rusia a Ucrania en varias economías de la región. El volumen de ventas de la multinacional mexicana en los primeros tres meses del año creció 3 por ciento con un millón 43 mil toneladas métricas impulsado, principalmente, por su subsidiaria en EU.

La explicación de tal desempeño se debe sin duda al retorno a la normalidad, luego de que ha quedado atrás lo más álgido de la pandemia, lo que ha generado un mayor requerimiento de productos de maíz por parte de las cadenas de *food service* al otro lado del río Bravo, así como la alta demanda y éxito que ha logrado en ese país la línea de productos saludables *Better for You*.

Añada que la harina de maíz nixtamalizado en Estados Unidos también registró un crecimiento en volumen de ventas, el cual fue impulsado principalmente por los clientes que elaboran alimentos a base de maíz.

Por lo que toca a Europa, después de haber superado la pandemia, la demanda de tortillas sigue siendo un éxito para la subsidiaria de Gruma en el viejo continente, y en el trimestre sorprendió el crecimiento del volumen de ventas en esa región de 19 por ciento.

Con esto, las ventas netas de Gruma en el periodo alcanzaron mil 264 millones de dólares, lo que significó un crecimiento de 17 por ciento respecto al mismo trimestre de 2021.

Además de un mayor volumen, Gruma ha tenido que compensar el encarecimiento de granos por el conflicto en Ucrania, no obstante en el primer trimestre, la Utilidad de Operación fue de 116 millones de dólares; el flujo libre o EBITDA, 165 millones de dólares; y la utilidad neta, 61 millones de dólares, y si se eliminara el ingreso extraordinario no recurrente de 10 millones de dólares del primer trimestre del año pasado, el crecimiento de su utilidad neta habría sido de 13 por ciento, que no es nada despreciable en un contexto internacional complicado para las empresas de alimentos en todo el mundo.

LA RUTA DEL DINERO

De *manteles largos* la Asociación Mexicana de Empresas de Seguridad privada (AMESP), que preside **Salvador López Contreras**, cumple su primera década de existencia. La entidad agrupa a 164 compañías, y representa a las empresas que más han invertido en capacitación de personal y tecnología.

ROGELIOVARELA@HOTMAIL.COM / @CORPO_VARELA

La firma siguió mejorando en su rentabilidad, a pesar de mayores costos

