

Fecha 20.10.2022	Sección Negocios	Página 3
----------------------------	----------------------------	--------------------

Impulsan ventas y EBITDA de 25% y 33% en EUA a Gruma en 3T22

Las ventas netas y el EBITDA de las operaciones fuera de México representaron 75% y 86%, respectivamente, de las cifras consolidadas de Gruma en el 3T22

El creciente aumento por el gusto de consumir tortillas y la innovación de Gruma para atender la demanda de sus consumidores en el mundo, con productos saludables y que cubren las nuevas tendencias alimenticias, dan como resultado un aumento en su volumen de ventas de 4% durante el tercer trimestre del año (3T22) con respecto al mismo periodo del año pasado.

Las ventas netas de la compañía aumentaron 21%

a \$1.4 mil millones de dólares, impulsadas principalmente por su mercado más importante, Estados Unidos, así como por Europa y Centroamérica.

En la Unión Americana, la compañía de origen regiomontano registró un excelente resultado en ventas netas al reportar un aumento de 25% a \$826 millones de dólares y en su volumen de ventas de 4% respecto al 3T21. En Estados Unidos el consumo de tortilla de maíz sigue creciendo y su línea de productos "Better for You", de su marca global Mission, mantiene un crecimiento constante.

La empresa en Europa mantiene una fuerte expansión en el mercado de la tortilla, impulsada principalmente por las cadenas de autoservicio y Food Service. En el 3T22 sus ventas netas ascendieron a \$105.3

millones de dólares, es decir con respecto al mismo periodo del año pasado aumentaron 18%.

Cabe recordar que recientemente en México, la empresa se comprometió a no subir los precios de su harina de maíz hasta febrero de 2023 en apoyo a la estrategia gubernamental de contener la inflación en el país.

El EBITDA consolidado de la multinacional presentó un crecimiento de 13% proveniente principalmente de su subsidiaria en Estados Unidos, donde creció 33% respecto al mismo periodo del año anterior y el margen EBITDA de Gruma Corp. alcanza el 18.9%.

Las ventas netas y el EBITDA de las operaciones fuera de México representaron 75% y 86%, respectivamente, de las cifras consolidadas de Gruma en el tercer trimestre del año.

■ Planta de Mission en Estados Unidos.

