

Fecha <b>20.10.2022</b>	Sección <b>Termómetro Económico</b>	Página <b>PP-22</b>
----------------------------	--	------------------------

**Crecen ventas de Gruma impulsadas por operaciones en Estados Unidos**  
• Sus ventas y flujo operativo crecieron a doble dígito en 3T.



Continúa en siguiente hoja

Página 1 de 2  
\$ 70400.00  
Tam: 320 cm2

Fecha <b>20.10.2022</b>	Sección <b>Termómetro Económico</b>	Página <b>PP-22</b>
----------------------------	--	------------------------

Consumo de tortilla va en aumento

# Crece ventas de Gruma por buena demanda en EU

- Los altos niveles de inflación afectaron las operaciones de la productora de harina de maíz en México y en otras regiones

Judith Santiago  
judith.santiago@eleconomista.mx



Las ventas en el mercado de EU ayudaron a Gruma a presentar buenos números en el presente trimestre a la BMV. FOTO: REUTERS

**22%**

**AUMENTÓ** el costo de ventas debido al incremento del precio de las materias primas.

**Gruma, uno** de los productores más grandes de harina de maíz y derivados, informó que sus ventas y flujo operativo (EBITDA) crecieron a doble dígito en el tercer trimestre del año, comparado con igual periodo del 2021, impulsados por sus operaciones en Estados Unidos.

La firma expuso que debido al impacto de la inflación en las materias primas, energía y combustible, así como mayores costos de mano de obra en Estados Unidos, el costo de ventas aumentó 22%, a 927.5 millones de dólares en comparación con el 2021. Como porcentaje de ventas netas subió a 64.5% desde 64 por ciento.

Entre julio y septiembre de este año, las ventas de Gruma aumentaron 21%, a 1,438.7 millones de dólares en comparación con los mismos meses del año pasado, impulsados por más ventas en EU y por el traspaso de costos.

El EBITDA aumentó 13%, a 208 millones de dólares, en el periodo de comparación. En tanto, la utilidad neta mayoritaria creció 5%, a 77.1 millones de dólares.

Gruma destacó que el consumo de tortillas mantiene un crecimiento constante a nivel mundial y con la innovación de productos se adaptan a las nuevas tendencias alimenticias para atender la demanda de los consumidores por opciones “saludables”.

“Nuestra operación de tortilla sigue creciendo gracias a una tendencia positiva de consumo y, hasta la fecha, no hemos visto ningún tipo de intercambio dentro de nuestra línea de productos

o sustitución hacia productos más baratos”, aseguró la empresa en su reporte enviado a la Bolsa Mexicana de Valores.

En Estados Unidos las ventas subieron 4% a 405,000 toneladas métricas, por el buen desempeño de los negocios de tortilla y harina de maíz.

En el negocio de tortilla se observó un mayor consumo de productos hechos de maíz debido a la inflación, aunado al crecimiento de la línea de productos “Better for You”, así como por nuevos productos.

El crecimiento en volumen de ventas de harina de maíz reflejó la demanda de clientes industriales debido a un mayor costo del maíz, sumado a la continua preferencia de cocinar en casa. Lo anterior impulsó las ventas en la Unión Americana que aumentaron 25%, a 826.2 millones de dólares.

Monex destacó en un reporte que en EU Gruma aumentó sus ingresos y el EBITDA de 25 y 33%, respectivamente, cifras que incluyen el aumento en el volumen de 4.4 por ciento.

Contrario a los trimestres previos, en México Gruma aumentó sus ingresos en 18%, pero un ajuste en el EBITDA por un aumento en costos.

**25%**

**CRECIERON** las ventas en Estados Unidos de la empresa productora de harina de maíz.