

## Impulsa EU a Gruma

Silvia Olvera

(04-diciembre-2015).-

El apetito por la tortilla en Estados Unidos está beneficiando a Grupo Maseca (Gruma).

El creciente posicionamiento de la comida mexicana, una mayor población hispana y mejores propiedades nutricionales en relación al pan, le han permitido a la compañía generar del país vecino el 60 por ciento de sus ingresos globales.

Un análisis de JP Morgan reveló que su división Gruma Corporation, que consolida a Europa y Estados Unidos, tendrá un incremento anual compuesto del 25 por ciento en el 2015 y 2016 en su flujo operativo.

La correduría refirió que la empresa regia se ha posicionado bien en un país (EU) en donde tiene muchos competidores, pero regionales.

En Estados Unidos tiene el 35 por ciento de participación de mercado, un porcentaje muy alto para una sola empresa, detalló.

Algunas trasnacionales, como Bimbo, Tyson, Hormel Foods y General Mills no tienen más del 5 por ciento de participación de mercado en su ramo.

"La empresa entró en 1977 a Estados Unidos a través de la adquisición de un pequeño productor de tortillas llamado Mission Foods", explicó JP Morgan.

Desde entonces logró con su método de procesamiento de maíz seco ampliar su cartera de productos, marcas y distribución.

Además, ha sabido sacar ventaja con el posicionamiento que tiene la tortilla frente al pan en territorio estadounidense.

JP Morgan agregó que de acuerdo al último reporte de la Oficina del Censo en Estados Unidos, del 2002 al 2013 la industria del pan ha tenido un crecimiento moderado con una tasa promedio anual del 3 por ciento, dentro de un mercado que tiene un valor de 11 mil millones de dólares.

En cambio, la industria de la tortilla, que incluye también los llamados chips, ha crecido en promedio un 9 por ciento anual, hasta alcanzar en el 2013 un valor de 10 mil millones de dólares.

Gruma también ha logrado capitalizar la creciente población hispana, pero también que la comida mexicana se está popularizando en otras etnias.

Una encuesta de la Asociación de Restaurantes de Estados Unidos reveló que después de la comida china, la mexicana es la más común en compras para llevar.

Además, ya le ganó terreno a los sándwiches y a las hamburguesas, y los comensales aprecian más los sitios donde hay un menú con comida étnica, como la mexicana.

"Esto podría explicar por qué el crecimiento de ventas comparables de alimentos estilo mexicano, como Taco Bell y Chipotle, que han superando propuestas de valor similares con menús de estilo americano", señaló JP Morgan.

"Gruma es un proveedor de tortilla para muchas cadenas de comida de Estados Unidos",

Y para muestra, Taco Bell lleva un alza acumulada de enero a septiembre del 8.4 por ciento en ventas, de acuerdo a sus reportes trimestrales, que incluyen unidades propias y franquicias

Las de McDonald's, por su parte, cayeron 8.6 por ciento.

Le ponen sabor

Estados Unidos le ha sentado bien a Gruma, al crecer su participación en ese mercado.

(Cifras al cierre del tercer trimestre del 2015, en millones de pesos)

Participación que le genera cada región de sus ingresos totales

#### INGRESOS DE GRUMA

\$43,849

México	26.7%
Centroamérica	6.9%
EU	60%
Resto del mundo	6.4%

Fuente: Realización El Norte, con información de los reportes trimestrales

Bien cotizada

El precio de las acciones de Gruma se disparó durante los primeros 9 meses del año.

#### PESOS POR ACCIÓN

02/01/2015	\$152.71
30/09/2015	\$234.80
Variación	53.8%

\*De enero a septiembre del 2015. Fuente: Bloomberg

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

Fecha de publicación: 04-diciembre-2015