

Mayor demanda de tortilla en el mundo impulsa a Gruma

Comparte esta noticia

Gruma registró un aumento en sus ventas netas al cierre del tercer trimestre de este año, impulsado por una mayor demanda de tortilla a nivel mundial.



El Maíz es también un alimento cultural para el colectivo mexicano. (Especial)

REDACCIÓN
Ciudad de México / 23.10.2021 21:11:21

LAS MÁS VISTAS

Paulina Rubio antes y después: 'La Chica Dorada' comparte foto



en traje de baño a sus 50 años y las redes 'estallan'

La empresa mexicana Gruma, líder a nivel mundial en producción de harina de maíz nixtamalizado, tortillas y wraps, registró un aumento en sus ventas netas al cierre del tercer trimestre de este año, impulsado por una mayor demanda de tortilla a nivel mundial.



2



"Eso parece un récord mundial": levantan a la serpiente más grande del mundo con grúa



3

"Mi hijo se equivocó": Mamá de J Balvin reacciona a polémica por la canción 'Perra'



4

Escuela recomienda no usar las palabras 'papá' y 'mamá' para evitar discriminación



5

¿Se jalaron del cabello? Tras año de volverse virales, niña logra soplar vela de pastel de cumpleaños

Enlaces Patrocinados

Vive la experiencia de la F1 con StarClub

Heineken

Participa por grandes premios de la F1

Heineken

por Taboola

De forma consolidada, la firma registró un volumen de ventas de 1 millón 54 mil toneladas métricas en el tercer trimestre del año, lo que generó un incremento de 2 por ciento en las ventas netas durante el periodo, las cuales se ubicaron en 23 mil 903 millones de pesos.

Este incremento, se explica por un aumento en el volumen de ventas en la división de los Estados Unidos; incrementos en los precios de harina de maíz en las divisiones de los Estados Unidos y México; y mayores ventas netas en sus operaciones de tortilla a medida que la economía de los Estados Unidos y de Europa se siguen reabriendo.

En Estados Unidos, el canal minorista de tortilla continúa en niveles históricos por una fuerte base de clientes generada en los últimos años, y principalmente por la demanda de la línea de productos "Better For You", la cual ha sido extremadamente bien recibida por el mercado objetivo de la compañía.

En Europa, el negocio de tortilla presentó un aumento en el volumen de ventas del 16 por ciento 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.

"De hecho, ya hemos alcanzado los niveles que traíamos antes de la pandemia, al mismo tiempo que hemos alcanzado un récord histórico en los volúmenes de venta", refirió al respecto Gruma, en su estado de resultados del tercer trimestre.

Asimismo, en Centroamérica, el volumen de ventas subió 1 por ciento 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 por ciento a 24 mil toneladas métricas y las ventas netas aumentaron 6 por ciento a mil 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, lanzó a mediados de este septiembre dos nuevos productos al mercado, que atienden las necesidades de quienes buscan el consumo de alimentos saludables, pero sin sacrificar el sabor.

Se trata de las nuevas tortillas de harina de coliflor y harina de almendras sin gluten, que combinan los sabores y texturas auténticos Mission Foods. Estas nuevas y frescas ofertas están disponibles ahora en tiendas selectas y se implementarán en todo el país a fines de 2021.

Estas nuevas opciones en el mercado estadounidense se suman a los lanzamientos de abril de este 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, y la distribución se expandirá durante todo el año.

**PORQUE LA INFORMACIÓN MANDA
PORQUE VAMOS CONTIGO
PORQUE ESTAMOS LISTOS...**

MILENIO
MÉXICO

PUBLICIDAD



