

Gruma recibe alza de calificación de Fitch Ratings a octavo escalón de grado inversión

Gruma, el mayor productor de harina de maíz y tortillas del mundo, recibió un aumento de calificación global por parte de Fitch Ratings ante su situación financiera y perspectivas de desempeño.

La nota de la compañía pasó de 'BBB' a 'BBB+', del noveno al octavo escalón en grado de inversión, mientras que su perspectiva se mantuvo estable, dio a conocer la evaluadora de riesgo en un reporte.

“El alza en las calificaciones refleja la consistencia de Gruma al mantener una posición financiera sólida”, escribió Fitch Ratings en el reporte. “El perfil financiero de la compañía se encuentra entre los más sólidos del sector de alimentos empacados”.

La calificadora estima que el apalancamiento (deuda sobre flujo operativo) de la empresa se mantendrá debajo de 2.0 veces, lo que se combina con un flujo de fondos libre y una liquidez fuerte, rubros que han mantenido así pese a un entorno de pandemia y presión de costos de insumos.

Gruma continuará orientada al crecimiento orgánico, por lo que Fitch no anticipa inversiones o adquisiciones significativas que impacten notoriamente su perfil crediticio.

El flujo de fondos libre de la compañía podría bajar este año ante mayores requerimientos de capital de trabajo, inversiones y dividendos, pero crecería en 2022 gracias a un mayor flujo operativo.

Por su parte, el volumen de ventas orgánico de la firma también disminuiría este año, ante la normalización de los patrones de consumo y un aumento de precios para compensar mayores costos, sin embargo, sus ingresos consolidados sí crecerían en 2021.

Las presiones en rentabilidad que enfrenta Gruma, derivadas de los costos de materias primas y otros insumos, serán mitigadas por la compañía gradualmente con aumentos de precios y estrategias de cobertura y reducción de gastos, estima Fitch. Su margen de flujo de operación se mantendrá en 15% en 2021 y 2022.

La calificación de la empresa mexicana también toma en cuenta el reconocimiento de sus marcas y su diversificación geográfica, con una favorable exposición al mercado estadounidense.