

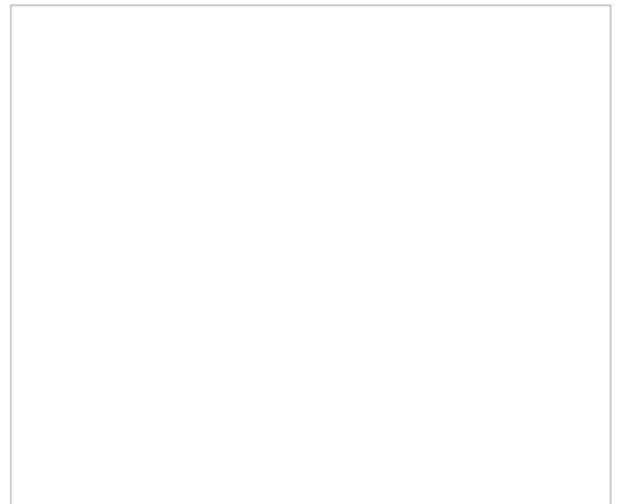
# Gruma, de Juan González Moreno, mantiene su apuesta global

Gruma, que preside y dirige Juan González Moreno, sigue apostando a la globalización de sus marcas y expandiendo su presencia geográfica.

Por: [Newsweek](#)

23 Mar 2017

En medio de una tendencia internacional encaminada al proteccionismo económico, Gruma, que preside y dirige Juan González Moreno, sigue apostando a la globalización de sus marcas y expandiendo su presencia geográfica.



Hasta ahora, la compañía líder en la producción de harina de maíz, tortillas y wraps a nivel internacional, tiene 79 plantas de producción al rededor del mundo; 24 en México, 29 en Estados Unidos; 5 en Costa Rica, 2 en Guatemala, 1 en El Salvador, 1 en Nicaragua, 1 en Ecuador y 2 más en Honduras.

Asimismo, tiene 2 plantas en Reino Unido, 2 en España, 2 en Holanda, 1 en Italia, 2 en Rusia, 1 en Turquía, 1 en Ucrania, 1 en China, 1 en Malasia y 1 en Australia.

Vale recordar que la empresa mexicana inició su proceso de globalización hace 44 años, al abrir su primera planta en Costa Rica, marcando así la pauta a seguir por otras compañías de la industria agroalimentaria de México, como Bimbo.

Asimismo, Gruma es pionera en la conquista del mercado asiático, geografía a la que últimamente han volteado a ver otras empresas mexicanas ante la renegociación del Tratado de Libre Comercio y la clara necesidad de no depender en sus exportaciones sólo de Estados Unidos.

En este mercado, Gruma lleva operando más de 10 años, pues fue en septiembre de 2006 cuando abrió su primera planta en China, presencia que reforzó con la apertura de una planta más en Malasia, en octubre del año pasado.

La empresa de Juan González Moreno ya distribuía sus productos en Malasia desde 2007, sin embargo ante un incremento en la demanda en el mercado asiático se realizó una inversión de 55 millones de dólares en la construcción de una planta ubicada en este país, con la capacidad para producir 30 mil toneladas de tortillas al año, frituras y panes planos como wraps y bases para pizza.

Esta diversificación, le ha valido a la compañía para democratizar sus ingresos y no depender de la situación económica de un sólo país.

De acuerdo con los estados de resultados de la empresa, de los 18 mil 819 millones de pesos reportados por ventas al cierre del cuarto trimestre de 2016, el 75% provienen del extranjero, lo que ha impulsado las ganancias de Gruma por efectos cambiarios. En ese periodo, la utilidad neta de la compañía fue de mil 797 millones de pesos.