

## Gruma y Alibaba venderán más tortillas por internet

EL MERCADO CAUTIVO DE LA FIRMA DE E-COMMERCE, DE 423 MILLONES A ESCALA GLOBAL

# Alibaba y Gruma buscan aumentar venta de tortilla

La empresa mexicana respalda el acuerdo firmado por el presidente Enrique Peña Nieto con China para fortalecer lazos comerciales, apunta el director general, Juan González Moreno

Marisela López/México

Las tortillas y totopos de maíz que produce la empresa mexicana Gruma en China estarán a un clic de más de 423 millones de compradores cautivos del grupo asiático Alibaba en todo el mundo.

Gruma, uno de los productores más grandes de harina de maíz y tortillas a escala global, vende ya estos alimentos bajo su marca global Mission en los sitios electrónicos de la firma más importante de comercio electrónico a escala internacional; la empresa de Jack Ma realizó transacciones por 485 mil millones de dólares en 2016.

En un comunicado, la firma mexicana informó que este año Gruma-Mission Foods Asia espera un aumento en ventas por esta vía, pues el crecimiento en presencia y comercialización de sus productos en los sitios de Alibaba es cada vez más relevante.

Recientemente ProMéxico firmó un convenio con Alibaba para impulsar la venta de productos mexicanos en Asia y vincular empresas nacionales con consumidores chinos.

De esta alianza, el presidente y director general de la compañía mexicana, Juan González Moreno, dijo: "Gruma respalda el acuerdo logrado por el presidente Enrique Peña Nieto con China para fortalecer los lazos comerciales entre ambos países y seguir llevando el sabor de

México al mundo".

La empresa llegó hace 11 años a China; sus productos bajo la marca Mission están en todo ese territorio, además de otros países de la región Asia-Pacífico y Oriente Medio, los cuales son elaborados en su moderna planta de Shanghái, cuya capacidad instalada de producción anual es de 38 mil toneladas de tortillas de maíz, tortillas de trigo, y panes planos como wraps y frituras.

El llamado gigante del comercio electrónico opera Taobao.com, el sitio más grande de compras de China; Tmall.com, dedicado a la venta de productos de manera directa entre los consumidores y las marcas, y Alibaba.com, que conecta a los exportadores chinos con empresas en otros lugares del mundo.

### Presencia internacional

La compañía que fue fundada en 1949, cuando Roberto González Barrera inició la producción y venta de harina de maíz en el noreste de México como materia prima para la producción de tortillas y otros productos derivados del maíz, inauguró el pasado 22 de este mes en Stupino, Rusia, su planta número 75 en el mundo.

En ella se invirtieron 50 millones de dólares para producir cada año más de 50 mil toneladas de tortilla de trigo y frituras de maíz.

En su reporte anual de 2016, Gruma explicó que su estrategia es enfocarse en sus negocios base: harina de maíz y tortilla, así

como expandir su portafolio de productos hacia la categoría de panes planos en general. También aprovecharía la creciente popularidad de la comida mexicana y, de manera más importante, de la tortilla en los mercados de Estados Unidos, Europa, Asia y Oceanía, y la adopción de ésta por parte de los consumidores de diversas regiones del mundo para la preparación de recetas o platillos no relacionados con la comida mexicana.

Su objetivo es entrar y crecer en los mercados de tortilla y panes planos en diferentes países, además de posicionar su marca Mission. "Creemos que los mercados en otros continentes como Europa, Asia y Oceanía nos ofrecen oportunidades importantes de crecimiento", indicó en su reporte anual. M

## CLAVES

### Los reclamos

De enero a junio, las compras con tarjeta de crédito y débito en e-commerce aumentaron 120% anual, informó la Condusef.

Estas compras equivalen a 58 mil 40 millones de pesos; es decir, 73 por ciento mayor con lo registrado en 2016, según el reporte del Banxico.

En el primer semestre de 2017 se registraron un millón 455 mil reclamaciones, lo que representó un incremento de 87% respecto a 2016.





El grupo llegó al gigante asiático hace 11 años con productos bajo la marca Mission.