

Gruma se alía con Alibabá y vende tortillas por Internet

■ **SUSANA GONZÁLEZ G.**

Mediante la plataforma Alibabá, considerada “el gigante del comercio electrónico de China”, **Gruma** comenzó a vender tortillas y totopos de maíz por Internet a escala mundial, con lo que espera un incremento en sus ventas anuales.

El pasado 6 de septiembre, durante una gira de trabajo que realizó por China, el presidente Enrique Peña Nieto atestiguó la firma de un acuerdo entre Alibabá y ProMéxico, el organismo de la Secretaría de Economía que se encarga de promover las exportaciones y atraer inversión extranjera directa (IED). Con el acuerdo se pretende impulsar la incursión de las empresas del país en el comercio electrónico, principalmente de las pequeñas y medianas (Pymes), impulsar la venta de productos nacionales en la región asiática y vincular firmas mexicanas con los consumidores chinos.

Gruma manifestó ayer que respalda dicho acuerdo e informó que su presidente y director general, **Juan González Moreno**, expresó que la empresa “aprovechará todas las oportunidades de negocio que se le presenten a escala global para seguir llevando el sabor de México al mundo”.

Los totopos y tortillas que ya comercializa **Gruma** por conducto de Alibabá no provienen

de México, sino de China, porque serán fabricados ahí, “bajo su marca global Mission”.

Mercado global

Gruma tiene una planta en Shanghai, cuya capacidad instalada de producción anual es de 38 mil toneladas de tortillas de maíz y de trigo, así como panes planos y frituras que se venden en China, además en Asia-Pacífico y Medio Oriente.

Hace 11 años **Gruma** llegó a China y ha mantenido “un crecimiento constante, alcanzando día con día nuevos mercados, clientes y consumidores, lo cual la consolida como la empresa mexicana líder a escala mundial en la producción de harina de maíz, tortillas y *wraps*”, ponderó la misma firma.

Con la venta por Internet de tortilla y totopos, “**Gruma**-Mission Foods Asia espera un aumento en ventas por esta vía este año, pues el crecimiento en presencia y comercialización de sus productos en los sitios de Alibabá es cada vez más importante”, indicó la empresa.

Refirió que Alibabá cuenta con 423 millones de compradores a escala global y en 2016 registró transacciones por 485 mil millones de dólares. Los *websites* de la red ofrecen pago en línea, búsqueda para comparación de precios y almacenamiento de datos.

