

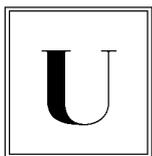
CORPORATIVO



#OPINIÓN

GRUMA Y LA PANDEMIA

Las ventas de la empresa fuera de México ya significan 74% de su facturación, donde destacan los crecimientos de nueve por ciento en Gruma EU



Uno de los alimentos que a nivel global ha visto crecer su consumo en la pandemia ha sido la tortilla. La versatilidad del alimento y su mayor disponibilidad en los anaqueles explican ese crecimiento donde el gran ganador ha sido Gruma, el gigante de la harina de maíz y la tortilla; la empresa fue fundada por don **Roberto González Barrera**, quien decidió la expansión internacional en Estados Unidos a partir del creciente mercado hispano, pero luego llegó a otras regiones.

La tortilla se ve por los consumidores como un alimento saludable, que si bien en México tiene negocios especializados también ha llegado a supermercados, tiendas de conveniencia y abarrotes. Sólo en el cuarto trimestre de 2020, Gruma, que comanda **Juan Antonio González Moreno**, vio crecer en nueve por ciento sus ventas en EU con tortillas de maíz, pero también de trigo con su marca Super Suave, que ha ganado aceptación por ser un alimento bajo en carbohidratos.

Pero, como le digo, la tortilla cada vez se ve como un producto global que lo mismo se consume en Sudáfrica, Australia, pasando por América Latina, y Europa donde acaba de iniciar la expansión de su planta en España.

Las acciones de Gruma cotizan desde hace años en EU y el fuerte repunte en ventas las ha impulsado 48 por ciento en los últimos 12 meses. Al cierre del cuarto trimestre de 2020, el volumen de ventas de Gruma creció dos por ciento a nivel mundial con todo y crisis del coronavirus, donde se incluyen las ventas de harina de

maíz nixtamalizado, tortillas y wraps. Las ventas netas llegaron a 21 mil 940 millones de pesos, con un alza de 13 por ciento frente al mismo lapso de 2019, un incremento que se explica por el buen desempeño de todas sus subsidiarias.

Y bueno, Gruma continúa consolidándose como una empresa más global y en el cuarto trimestre del año pasado, las ventas de operaciones fuera de México representaron 74 por ciento, donde destacan los crecimientos de nueve por ciento en Gruma EU; siete por ciento en GIMSA, que es la parte de México y 22 por ciento en Centroamérica, lo que ha dinamizado las inversiones de la empresa en varios países. Como le digo, Gruma es de las empresas que ha sorteado bien la pandemia con un producto que ha llevado al taco a casi todo el planeta.

LA RUTA DEL DINERO

Le comentaba de los amagos del gobierno federal para darle la vuelta a la Reforma en Telecomunicaciones, y por lo pronto los operadores afiliados a la Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información (Caniet) se oponen a que el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) de libertad tarifaria a América Móvil, que dirige **Daniel Hajj Abounard**. El argumento se sustenta en el mandato constitucional que define la condición de preponderancia y que es indivisible. Señalan que ver el peso del preponderante por regiones contraviene a lo dispuesto por el artículo 28 y su octavo transitorio, amén de los compromisos internacionales adquiridos por México en el marco del T-MEC.

ROGELIOVARELA@HOTMAIL.COM / @CORPO_VARELA

La tortilla cada vez se ve más como un producto global

