

# Gruma invierte US\$ 43 millones en 1T21 y crece en internacionalización

---

 [oportimes.com/gruma-invierte-us-43-millones-en-1t21-y-crece-en-internacionalizacion/](https://oportimes.com/gruma-invierte-us-43-millones-en-1t21-y-crece-en-internacionalizacion/)

Gruma invirtió 43 millones de dólares en el primer trimestre de 2021, mientras ha mantenido un crecimiento de sus ventas externas.

Durante el primer trimestre del año en curso, los proyectos principales de **la empresa** fueron:

- Aumento de capacidad de producción en la planta de tortilla en **Malasia**.
- Renovaciones y mantenimiento en preparación para la reapertura de la planta de tortilla en Omaha, Nebraska, **Estados Unidos**.
- Avances en la construcción de la nueva planta de tortilla en Indiana, Estados Unidos.
- Equipo de transporte y distribución en **México**.
- Mantenimiento y mejoras tecnológicas en general en toda la compañía.

## Gruma

---

En general, la empresa es uno de los principales productores de harina de maíz nixtamalizado y de tortillas en Estados Unidos, y de harina de maíz nixtamalizado en México.

También es un importante productor de harina de **maíz** nixtamalizado y tortillas en **Centroamérica**, de tortillas y otros panes planos (incluyendo pitta, naan, chapati, bases para pizza y piadina) en **Europa**, **Asia** y **Oceanía**, y de grits de maíz en Europa y el **Medio Oriente**.

En el primer trimestre de 2021, el volumen de ventas de Gruma disminuyó 3%, a 363,000 toneladas métricas.

Al mismo tiempo, el volumen de ventas de tortilla permaneció sin cambio en 216,000 toneladas métricas debido a una lenta recuperación en el segmento institucional, el cual no ha llegado a los niveles pre pandemia.

Prácticamente, el crecimiento en el volumen de ventas en el canal minorista contrarrestó la caída en el canal institucional, reflejando la tendencia de comer más en casa, mientras que los consumidores continúan familiarizándose con la versatilidad de la tortilla tanto en las poblaciones hispanas como de no hispanos en los Estados Unidos.

## Ventas consolidadas de Gruma

En tanto, el crecimiento en volumen en el negocio de tortilla para el canal minorista, se impulsó especialmente por las tortillas de harina de trigo super soft y las tortillas bajas en carbohidratos.

El volumen de ventas de harina de maíz bajó 7%, a 147,000 toneladas métricas debido a la acumulación de inventarios por parte de sus clientes durante el primer trimestre de 2020, por el efecto de Covid-19.

Además, los volúmenes tanto de tortilla como de harina de maíz, se afectaron por las consecuencias de las graves condiciones climatológicas durante febrero del 2021.