

Fecha <b>24.02.2022</b>	Sección <b>Dinero</b>	Página <b>1-2</b>
----------------------------	--------------------------	----------------------



Foto: Gruma

**CUARTO TRIMESTRE DE 2021**

## Gruma incrementa sus utilidades

En el cuarto trimestre de 2021, las ventas de Gruma aumentaron 17%, hasta los 25 mil 718 millones de pesos; mientras que el Ebitda, un indicador de rentabilidad para las compañías, avanzó cinco por ciento, a cuatro mil 105 millones de pesos, según el reporte enviado a la Bolsa Mexicana de Valores. El resultado neto mayoritario, es decir, sus ganancias, crecieron 29%, hasta los mil 814 millones de pesos.

**HAY RENTABILIDAD**

## Gruma tiene un trimestre positivo

La recuperación en el consumo durante 2021 llevó a la empresa a tener un buen año

**POR ERÉNDIRA ESPINOSA**  
erendira.espinosa@gmm.com.mx

Durante el cuarto trimestre del año, las ventas de Gruma aumentaron 17%, hasta los 25 mil 718 millones de pesos; mientras que el Ebitda, un indicador de rentabilidad para las compañías, avanzó cinco por ciento, a cuatro mil 105 millones de pesos y el resultado neto mayoritario, es decir, sus ganancias, crecieron 29%, hasta los mil 814 millones de pesos.

“Combinando una demanda estable, con aumentos de precios y una política permanente de administración de costos, logramos un crecimiento en las ventas del

17% en comparación con el cuarto trimestre de 2020, el cual fue un trimestre récord para nosotros. Si comparamos nuestro desempeño con los niveles previos a la pandemia en 2019, las ventas netas han crecido 32 por ciento y el Ebitda ha crecido 29 por ciento”, afirmó la compañía en el reporte financiero enviado a la Bolsa Mexicana de Valores.

### IMPULSO

- Las ventas de las operaciones fuera de México representaron el 74% del total de la multinacional
- Las ventas netas crecieron en todas las regiones: Europa 32%, Estados Unidos 15%, México 14%, Asia/Oceanía 12% y Centroamérica 10%.

**17**

**POR CIENTO**

fue el alza durante el cuarto trimestre

## Productos saludables, una clave

Gruma destacó que mantiene un sólido desempeño operativo y una tendencia de crecimiento, principalmente en sus operaciones fuera de México, esto gracias a la fuerte demanda de sus productos, en especial su línea saludable.

Respecto de sus operaciones en Estados Unidos, mencionó que el volumen de ventas registró un crecimiento de 5.6% en harina de maíz, reflejo de mayor demanda de clientes industriales y minoristas a medida que la economía continúa reabriendo. “El volumen de venta de tortilla creció 1.2%”.

