



Relación con Inversionistas
ir@gruma.com
Tel: 52 (81) 8399-3349
www.gruma.com

San Pedro Garza García, N.L., México; 21 de febrero de 2018

GRUMA REPORTA RESULTADOS DEL CUARTO TRIMESTRE DE 2017

DATOS SOBRESALIENTES

El desempeño de GRUMA en el 4T17 le permitió permanecer en línea con las expectativas de los resultados anuales, a pesar de los impactos temporales por los huracanes en los Estados Unidos durante 3T17.

Cabe destacar que durante 4T17 el desempeño en Gruma Estados Unidos reflejó el efecto de una semana menos de operaciones en comparación con 4T16. Por lo tanto, el volumen de ventas a nivel consolidado se mantuvo sin cambio y las ventas netas disminuyeron 3%. Los resultados consolidados también se vieron afectados por el efecto de la apreciación del peso en las cifras de Gruma Estados Unidos, al medirse en términos de pesos.

En forma comparable, el volumen de ventas y las ventas netas subieron 2% y 1%, respectivamente, a nivel consolidado.

El UAFIRDA consolidado disminuyó 1% ya que Gruma Estados Unidos se vio afectado por una semana menos de operaciones. A pesar de esto, el margen UAFIRDA mejoró 20 puntos base a 16.4%, impulsado principalmente por Gruma Estados Unidos.

Las ventas netas y el UAFIRDA de las operaciones fuera de México representaron 73% y 69%, respectivamente, de los resultados consolidados. La compañía reportó US\$1,030 millones de **deuda** al cierre del trimestre, US\$88 millones menos que al cierre de 3T17. La razón **Deuda Neta/UAFIRDA** fue de 1.5x.

Datos Financieros Relevantes (millones de pesos)

	4T17	4T16	Var
Volumen de Ventas (miles de toneladas)	1,037	1,040	0%
Ventas Netas	18,331	18,819	(3)%
Utilidad de Operación	2,484	2,478	0%
Margen de Operación	13.5%	13.2%	30 pb
UAFIRDA	3,010	3,041	(1)%
Margen UAFIRDA	16.4%	16.2%	20 pb
Utilidad Neta Mayoritaria	1,845	1,703	8%



Deuda
(millones de dólares)

Dic'17	Dic'16	Var vs Dic'16		Sep'17	Var vs Sep'17	
		(\$)	(%)		(\$)	(%)
1,030	775	255	33%	1,118	(88)	(8)%

RESULTADOS CONSOLIDADOS

4T17 versus 4T16

El **volumen de ventas** se mantuvo sin cambio en 1,037 mil toneladas. El crecimiento en volumen en GIMSA y Gruma Centroamérica compensó las reducciones en Gruma Estados Unidos, ocasionado por la semana adicional en 4T16. Excluyendo la semana adicional, el volumen de ventas consolidado hubiera crecido 2%.

Las **ventas netas** disminuyeron 3% a Ps.18,331 millones debido al mencionado efecto de la semana adicional en 4T16 en Gruma Estados Unidos y al efecto de la apreciación del peso en las cifras de Gruma Estados Unidos, esto al medirse en términos de pesos. Mayores ventas en GIMSA y en Gruma Europa fueron contrarrestadas por el mencionado efecto de la semana adicional en 4T16 y por la apreciación del peso durante el trimestre.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 61.9% de 62.5% impulsado por Gruma Estados Unidos, GIMSA y Gruma Europa. En términos absolutos, el costo de ventas disminuyó 4% a Ps.11,344 millones por la semana adicional de operaciones en 4T16 en Gruma Estados Unidos y por la apreciación del peso en las cifras de Gruma Estados Unidos al medirse en términos de pesos.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas aumentaron a 25.6% de 24.3% debido primordialmente a Gruma Estados Unidos como resultado de una menor absorción de gastos fijos, por la semana menos de operaciones, y también por GIMSA. En términos absolutos, los gastos de venta y administración aumentaron 3% a Ps.4,690 millones.

Otros ingresos, neto, fueron Ps.187 millones versus un gasto de Ps.6 millones. La mejora se debió principalmente a ingresos financieros de Ps.171 millones relacionados con una recuperación de impuestos sobre activos, el cual se había registrado en 3T17 bajo costo integral de financiamiento, neto.

La **utilidad de operación** se mantuvo sin cambio en Ps.2,484 millones. El margen de operación mejoró a 13.5% de 13.2%.



El **UAFIRDA** se redujo 1% a Ps.3,010 millones, incluyendo el efecto de una semana menos de operaciones en los Estados Unidos. El margen UAFIRDA mejoró a 16.4% de 16.2%.

El **costo de financiamiento, neto**, fue de Ps.410 millones, un aumento de Ps.188 millones, debido principalmente a (1) la reclasificación en 4T17 a la cuenta de otros ingresos de un ingreso financiero por Ps.171 millones relacionado con una recuperación de impuesto al activo; y (2) mayores gastos financieros debido a una mayor deuda.

Los **impuestos a la utilidad** fueron Ps.234 millones, 49% menos que en 4T16 debido principalmente a cancelación de impuestos diferidos en Gruma Estados Unidos por la reducción de la tasa corporativa de impuestos en los Estados Unidos al pasar de 35% a 21%. La tasa efectiva fue de 11.3%.

La **utilidad neta mayoritaria** fue de Ps.1,845 millones, 8% más debido primordialmente a menores impuestos y al incremento en la participación en GIMSA al pasar de 85% a 100% por la compra de las acciones públicas de GIMSA y del interés minoritario en ciertas plantas de GIMSA.

SITUACIÓN FINANCIERA

Diciembre 2017 versus septiembre 2017

Datos Sobresalientes de Balance

Los **activos totales** fueron Ps.60,850 millones, un incremento de 5% reflejando especialmente aumentos en (1) propiedad, planta y equipo, por el programa de inversiones de la compañía y la depreciación del peso; y, en menor medida, (2) clientes en GIMSA y Gruma Centroamérica por al aumento en su volumen de ventas; y (3) inventarios en Gruma Estados Unidos y Gruma Europa por compras de maíz.

Los **pasivos totales** se mantuvieron sin cambio en Ps.34,872 millones. El aumento en proveedores por compras de maíz en GIMSA fue contrarrestado con reducciones en otras cuentas por pagar por menores impuestos diferidos en Gruma Estados Unidos, esto debido a la reducción de la tasa de impuestos corporativa en Estados Unidos.

El **capital contable** fue de Ps.25,978 millones, 13% más que en septiembre 2017 debido a los resultados de la compañía y el efecto de la depreciación del peso.



Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA fue de US\$1,030 millones, US\$88 millones menos que en septiembre 2017. Aproximadamente 86% de la deuda de GRUMA está denominada en dólares.

Deuda (millones de dólares)

Dic'17	Dic'16	Var vs Dic'16		Sep'17	Var vs Sep'17	
		(\$)	(%)		(\$)	(%)
1,030	775	255	33%	1,118	(88)	(8)%

Perfil de Vencimientos de Deuda (millones de dólares)

	Tasa	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	TOTAL
Bono 2024 (USD)	4.875%							400.0	400.0
Crédito Sindicado Rabobank Plazo (USD)	LIBOR + 1.00%		18.8	22.5	26.3	82.5			150.0
Crédito Sindicado Rabobank Revolvente (USD)	LIBOR + 1.00%					250.0			250.0
Crédito Revolvente Scotiabank (USD)	LIBOR + 0.75%			65.0					65.0
Otros:									
MXN	7.62%	126.2							126.2
USD	1.92%	15.5							15.5
EUR	1.48%	5.1	5.1	3.9	2.5	2.2	2.0	2.0	22.8
TOTAL	3.96% (prom.)	146.8	23.9	91.4	28.8	334.7	2.0	402.0	1,029.5

INVERSIONES

Las inversiones de GRUMA durante 2017 fueron de US\$275 millones y de US\$61 millones en 4T17. Durante el trimestre, las inversiones fueron destinadas principalmente a (1) Estados Unidos, por la nueva planta de tortilla en Dallas y la expansión de la planta de tortilla en Florida; (2) Europa, por la planta de tortilla en Rusia, la expansión de la planta de tortilla en Holanda y la automatización del sistema de empaclado en la planta de panes planos en Inglaterra; y (3) México, principalmente por la construcción de una planta de tortilla en Puebla y mejoras tecnológicas en GIMSA.



RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

4T17 versus 4T16

Gruma Estados Unidos

El **volumen de ventas** disminuyó 6% a 346 mil toneladas debido al efecto extraordinario de una semana adicional de operaciones durante 4T16, lo cual ocurre cada cinco a seis años de acuerdo a sus cierres contables anuales. Excluyendo la semana adicional durante 4T16, el volumen de ventas hubiera crecido 1%, impulsado por las ventas de tortilla al canal minorista.



El negocio de **tortilla** bajó 6% debido a la semana adicional. Excluyendo esa semana, el volumen de ventas de tortilla hubiera subido 1%, impulsado por el canal minorista, donde el volumen se benefició principalmente del crecimiento de (1) productos base como la tortillas de harina de trigo *Super Soft*; (2) productos de especialidad como la tortilla *Street Taco* (taquera); y (3) alternativas más saludables (por ejemplo, productos orgánicos, libres de gluten y bajos en carbohidratos). Este crecimiento también se vio respaldado por una mayor distribución en formatos de *clubs* y por mejoras en la formulación de productos existentes, haciéndolos *clean label* (incluyendo el relanzamiento de la línea de *wraps*). Por otro lado, el canal institucional se vio afectado por la decisión de la compañía de reducir la cantidad de algunos *SKUs* en función de su rentabilidad.

El volumen de ventas de **harina de maíz** disminuyó 7% debido a la semana adicional. Excluyendo esa semana, el volumen de ventas de harina de maíz se habría mantenido sin cambio.

Las **ventas netas** se redujeron 3% a Ps.10,160 millones reflejando la semana adicional de operaciones durante 4T16. Excluyendo la semana adicional, las ventas netas hubieran subido 4% debido al aumento en el volumen de ventas, y al cambio en la mezcla de ventas en el negocio de tortilla, favoreciendo *SKUs* de mayor precio, tales como las mencionadas tortillas de harina de trigo *Super Soft*, la tortilla *Street Taco* y, en general, alternativas más saludables. Además, una mejor administración de promociones contribuyó a este crecimiento.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 55.5% de 58.1% impulsado principalmente por (1) el cambio en la mezcla de ventas dentro del canal minorista del negocio de tortilla hacia *SKUs* de mayor margen; (2) menor depreciación ya que en 3T17 terminó la depreciación acelerada de ciertos activos de la actual planta en Dallas que no se utilizarán en la planta nueva; y (3) la cancelación de provisiones relacionadas con seguro de responsabilidad civil para reflejar nuestros gastos reales. En términos absolutos, el costo de ventas disminuyó 7% a Ps.5,638 millones.



Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas aumentaron a 30.1% de 28.6% debido principalmente a (1) una menor absorción de gastos fijos debido a una semana menos de operaciones; (2) proyectos de tecnología de información; y (3) el pago a un cliente minorista relacionado con pérdidas de inventario en algunas de sus tiendas. En términos absolutos, los gastos de venta y administración subieron 2% a Ps.3,061 millones debido a los mencionados factores y también por un mayor uso de servicios de refrigeración por venta de productos libres de conservadores a clientes institucionales.

Otros gastos, neto, fueron Ps.21 millones versus otros ingresos, neto, de Ps.30 millones en 4T16. La diferencia de Ps.51 millones se debió principalmente a pérdidas en coberturas de maíz y gas natural durante 4T17, así como a baja de activos, mientras que en 4T16 la compañía reportó ganancias por coberturas tanto de maíz como de gas natural.

La **utilidad de operación** subió 1% a Ps.1,439 millones. El margen operativo mejoró a 14.2% de 13.6%.

El **UAFIRDA** se mantuvo sin mucho cambio en Ps.1,767 millones. El margen UAFIRDA mejoró a 17.4% de 16.8%.

GIMSA

El **volumen de ventas** creció 4% a 540 mil toneladas impulsado especialmente por (1) mayoristas que expandieron su distribución; (2) mayor demanda por parte de productores grandes de *snacks* en México; y (3) la transferencia a GIMSA de un cliente de *snacks* que solía ser abastecido por Gruma Estados Unidos.



Las **ventas netas** subieron 5% a Ps.5,117 millones debido básicamente a (1) el mencionado aumento en el volumen de ventas; y (2) al efecto neto de los cambios de precio implementados durante el año por fluctuaciones cambiarias.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 71.8% de 73.9% como resultado de menores costos de maíz y menos gastos sobre compra de maíz. En términos absolutos, el costo de ventas creció 2% a Ps.3,673 millones, debido al mencionado crecimiento en volumen de ventas.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas aumentaron a 17% de 15.2% debido primordialmente a (1) mayores gastos de fletes, como resultado de un mayor volumen de ventas a clientes donde la compañía cubre este gasto, mayores tarifas y mayores fletes inter-compañía para dar un mejor servicio al cliente; y (2) mayores gastos de mercadotecnia y tecnología de información. En términos absolutos, los gastos subieron 17% a Ps.867 millones.



Otros gastos, neto, fueron Ps.41 millones, representando un cambio de Ps.45 millones, debido principalmente a pérdidas en coberturas de gas natural en comparación con ganancias en 4T16.

La **utilidad de operación** subió 1% a Ps.536 millones y el margen operativo se redujo a 10.5% de 10.9%.

El **UAFIRDA** aumentó 1% a Ps.742 millones. El margen UAFIRDA disminuyó a 14.5% de 15.1%.

Gruma Europa

El **volumen de ventas** disminuyó 3% a 85 mil toneladas, derivado del negocio de **harina de maíz**, debido primordialmente a (1) la decisión de la compañía de reducir el abasto a algunos clientes en Ucrania y Turquía para evitar riesgos de cobranza; y (2) menor demanda debido a un entorno económico difícil en el Medio Oriente. El negocio de la **tortilla** aumentó 8% debido principalmente a (1) mayor distribución al canal minorista y al canal institucional en Rusia debido, en parte, al aumento en la capacidad de producción de la compañía en este país; (2) mayor cobertura en grandes cadenas de supermercados en España; (3) incremento en la base de clientes en Francia derivado de la entrada de GRUMA al canal minorista en este país a mediados de 2017; y (4) mayor consumo de *kebabs*, particularmente en Alemania.



Las **ventas netas** aumentaron 7% a Ps.1,310 millones a pesar de la mencionada disminución en el volumen de ventas, debido principalmente a (1) el cambio en la mezcla de ventas hacia el negocio de tortilla; (2) una mejor mezcla de ventas dentro del negocio de la tortilla hacia el canal minorista, especialmente con las marcas de la compañía; y (3) la apreciación del euro y la libra esterlina frente al dólar.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 73.9% de 76.4% reflejando principalmente (1) eficiencias en producción en el negocio de la tortilla, lo cual generó menores costos de materia prima y empaque; y (2) menor amortización de activos intangibles ya que algunos de estos han sido amortizados en su totalidad. En términos absolutos, el costo de ventas aumentó 4% a Ps.969 millones debido al crecimiento en el volumen de ventas en el negocio de tortilla, cuyos productos son de mayor valor agregado que en el negocio de harina de maíz.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas subieron a 22.9% de 21.3%, y en términos absolutos, los gastos aumentaron 15% a Ps.299 millones debido principalmente al negocio de tortilla por gastos de venta relacionados con una mayor presencia en el canal minorista en algunos países.

Otros ingresos, neto, fueron de Ps.3 millones, en comparación con un gasto de Ps.20 millones en 4T16. La variación de Ps.23 millones está relacionada principalmente con baja de activos en 4T16.



La **utilidad de operación** fue de Ps.45 millones, en comparación con Ps.9 millones, y el margen operativo subió a 3.4% de 0.7%.

El **UAFIRDA** aumentó 71% a Ps.107 millones y el margen UAFIRDA mejoró a 8.1% de 5.1%.

Gruma Centroamérica

El **volumen de ventas** subió 6% a 55 mil toneladas debido principalmente a (1) ventas extraordinarias de maíz a canales de gobierno en Guatemala; y (2) ventas extraordinarias de harina de maíz en Honduras relacionadas con sobre inventarios ante incertidumbre política.

Las **ventas netas** se mantuvieron sin cambio en Ps.1,282 millones, el mencionado aumento en volumen de ventas fue completamente compensado con la apreciación del peso.



El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas aumentó a 62.5% de 60.3% debido especialmente a mayores costos de materias primas, particularmente maíz y arroz; y a mayores costos de energía. En términos absolutos, el costo de ventas subió 4% a Ps.801 millones por los mencionados aumentos en el volumen de ventas, materias primas, y costos de energía. El aumento en el costo de ventas fue parcialmente compensado por la apreciación del peso.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 29.6% de 30.6% debido principalmente a menores gastos de mercadotecnia. En términos absolutos, los gastos disminuyeron 3% a Ps.380 millones, especialmente por los mencionados menores gastos de mercadotecnia y la apreciación del peso.

La **utilidad de operación** como porcentaje de ventas netas bajó a 7.8% de 9.3% debido primordialmente al mencionado aumento en costos. En términos absolutos, la utilidad de operación se redujo 17% a Ps.100 millones.

El **UAFIRDA** disminuyó 11% a Ps.134 millones. El margen UAFIRDA bajó a 10.4% de 11.6%.



Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **utilidad de operación** se redujo 8% a Ps.364 millones. Esto se generó básicamente por el efecto de la apreciación del peso, especialmente en Gruma Estados Unidos, ya que los resultados de esta subsidiaria se reportan bajo conversión simple y el efecto cambiario se refleja en “Otras Subsidiarias y Eliminaciones”.

LLAMADA DE CONFERENCIA

La llamada de conferencia del tercer trimestre se llevará a cabo el jueves 22 de febrero de 2018 a las 11:30 am tiempo del Este (10:30 am hora del Centro/Ciudad de México). Para ingresar a la llamada, favor de marcar: desde los Estados Unidos +1 (855) 327 6837, internacional +1 (631) 891 4304.

PROCEDIMIENTOS CONTABLES

Todas las cantidades consolidadas han sido preparadas de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Las subsidiarias extranjeras se convierten a pesos mexicanos aplicando el tipo de cambio histórico. Sin embargo, en la sección Resultados por Subsidiaria y en la tabla Información Financiera por Subsidiaria de este reporte, las cifras de Gruma Estados Unidos y Gruma Europa fueron convertidas a pesos usando conversión simple al tipo de cambio de Ps.19.7354/dólar al 31 de diciembre de 2017. Las diferencias entre el uso de conversión simple y el tipo de cambio histórico se reflejan en “Otras Subsidiarias y Eliminaciones”.



ACERCA DE GRUMA

Fundada en 1949, GRUMA S.A.B. de C.V. (“GRUMA”) es uno de los productores más grandes de harina de maíz y tortillas en el mundo. Con marcas líderes en la mayoría de sus mercados, GRUMA opera principalmente en los Estados Unidos, México, Centroamérica, Europa, Asia y Oceanía. La compañía tiene sus oficinas corporativas en San Pedro Garza García, México, y cuenta con alrededor de 20,500 empleados y 74 plantas. En 2017, GRUMA logró ventas netas de aproximadamente US\$3,700 millones, de las cuales el 73% provinieron de las operaciones fuera de México. Para mayor información, favor de visitar www.gruma.com.

Este reporte puede contener ciertas declaraciones de expectativas e información referente a GRUMA, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias (GRUMA), que se basan en las creencias de su administración, así como en supuestos hechos con información disponible para GRUMA en ese momento. Tales declaraciones reflejan puntos de vista de GRUMA con respecto a acontecimientos futuros y están sujetas a ciertos riesgos, incertidumbres y supuestos. Muchos factores podrían hacer que los resultados, el desempeño o logros reales de GRUMA sean materialmente diferentes a los resultados históricos o a cualquier resultado, desempeño o logros futuros que se puedan expresar o estar implícitos en tales declaraciones de expectativas. Tales factores incluyen, entre otros, cambios económicos, políticos, sociales, gubernamentales, comerciales u otros factores con repercusión global o en México, Estados Unidos de América, Latinoamérica u otros países en los cuales GRUMA realiza negocios; así como cambios en los precios internacionales del maíz o del trigo. Si uno o más de estos riesgos o incertidumbre se materializa, o si las bases sobre las cuales se hicieron los supuestos resultan ser incorrectas, los resultados reales pueden ser sustancialmente diferentes de los resultados descritos en este documento según los mismos fueron anticipados, creídos, estimados, esperados o trazados. GRUMA no pretende ni asume la obligación de actualizar o revisar y hacer público ninguna de las declaraciones de expectativas, ya sea como resultado de información nueva, acontecimientos futuros o de cualquier otra cosa.



GRUMA, S.A.B. DE C.V., Y SUBSIDIARIAS
RESUMEN FINANCIERO
(Millones de pesos)

ESTADO DE RESULTADOS	TRIMESTRES			ACUMULADO ENERO-DICIEMBRE		
	4T17	4T16	VAR (%)	2017	2016	VAR (%)
VENTAS NETAS	18,331	18,819	(3)	70,581	68,206	3
COSTO DE VENTAS	11,344	11,769	(4)	43,803	42,151	4
UTILIDAD BRUTA	6,987	7,050	(1)	26,778	26,056	3
MARGEN BRUTO (%)	38.1%	37.5%		37.9%	38.2%	
GASTOS DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN	4,691	4,567		17,595	17,140	
OTROS GASTOS (INGRESOS), NETO	(187)	6		(137)	(206)	
UTILIDAD DE OPERACIÓN	2,484	2,478	0	9,319	9,122	2
MARGEN OPERATIVO (%)	13.5%	13.2%		13.2%	13.4%	
COSTO DE FINANCIAMIENTO, NETO	410	222		1,263	438	
GASTOS FINANCIEROS	252	185		793	657	
PRODUCTOS FINANCIEROS	158	(32)		(58)	(64)	
RESULTADO EN INSTRUMENTOS FINANCIEROS DERIVADOS	(86)	(118)		614	(555)	
FLUCTUACIÓN CAMBIARIA	87	187		(86)	400	
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	234	458		1,782	2,449	
RESULTADO NETO	1,840	1,797	2	6,274	6,234	1
RESULTADO NETO MAYORITARIO	1,845	1,703	8	6,218	5,922	5
RESULTADO POR ACCIÓN ¹	4.26	3.94	8	14.37	13.68	5
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	516	541		2,009	1,899	
DETERIORO DE ACTIVOS DE LARGA DURACIÓN	10	22		15	(56)	
UAFIRDA ²	3,010	3,041	(1)	11,344	10,964	3
UAFIRDA/VENTAS(%)	16.4%	16.2%		16.1%	16.1%	
INVERSIONES (MILLONES US\$)	61	107		275	295	

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	Dic-17	Dic-16	VAR (%)	Sep-17	VAR (%)
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	3,230	5,467	(41)	3,695	(13)
CLIENTES	7,172	6,466	11	6,497	10
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	3,036	1,818	67	2,516	21
INVENTARIOS	11,115	8,682	28	10,617	5
ACTIVO CIRCULANTE	25,193	23,109	9	23,883	5
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO, NETO	28,885	26,313	10	26,772	8
ACTIVO TOTAL	60,850	56,358	8	57,849	5
DEUDA A CORTO PLAZO	2,897	3,725	(22)	3,244	(11)
PASIVO CIRCULANTE	14,781	14,246	4	14,041	5
DEUDA A LARGO PLAZO	17,310	12,230	42	16,910	2
PASIVO TOTAL	34,872	30,658	14	34,779	0
CAPITAL CONTABLE MAYORITARIO	25,984	23,872	9	23,076	13
CAPITAL CONTABLE TOTAL	25,978	25,700	1	23,070	13
ACTIVO CIRCULANTE/PASIVO CIRCULANTE	1.70	1.62		1.70	
PASIVO TOTAL/CAPITAL CONTABLE TOTAL	1.34	1.19		1.51	
DEUDA/UAFIRDA ³	1.78	1.46		1.77	
UAFIRDA/GASTOS FINANCIEROS ³	14.31	16.70		15.67	
VALOR CONTABLE POR ACCIÓN ¹	60.04	55.16		53.32	

¹ En base a 432,749,079 acciones para diciembre 2017 y 2016 y septiembre 2017.

² UAFIRDA = utilidad de operación + depreciación, amortización y deterioro de activos de larga duración +/- gastos (ingresos) no relacionados con la operación.

³ Últimos doce meses.

GRUMA, S.A.B. DE C.V., Y SUBSIDIARIAS
INFORMACIÓN FINANCIERA POR SUBSIDIARIA
(Millones de pesos)

		TRIMESTRES				ACUMULADO ENERO-DICIEMBRE			
		4T17	4T16	VAR (\$)	VAR (%)	2017	2016	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS¹ Harina de maíz, tortilla y otros	VOLUMEN DE VENTAS ²	346	370	(23)	(6)	1,367	1,374	(7)	(1)
	VENTAS NETAS	10,160	10,479	(318)	(3)	40,471	39,944	526	1
	UTILIDAD BRUTA	4,522	4,387	134	3	17,676	17,098	578	3
	Margen Bruto	44.5%	41.9%			43.7%	42.8%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	1,439	1,423	16	1	5,696	5,600	96	2
	Margen Operación	14.2%	13.6%			14.1%	14.0%		
	UAFIRDA	1,767	1,761	7	0	6,941	6,818	122	2
	UAFIRDA/Ventas	17.4%	16.8%			17.2%	17.1%		
GIMSA Harina de maíz y otros	VOLUMEN DE VENTAS	540	522	18	4	2,039	1,965	75	4
	VENTAS NETAS	5,117	4,861	256	5	19,508	17,866	1,642	9
	UTILIDAD BRUTA	1,444	1,268	176	14	5,335	4,947	388	8
	Margen Bruto	28.2%	26.1%			27.3%	27.7%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	536	532	4	1	2,293	2,274	19	1
	Margen Operación	10.5%	10.9%			11.8%	12.7%		
	UAFIRDA	742	733	9	1	3,084	2,964	121	4
	UAFIRDA/Ventas	14.5%	15.1%			15.8%	16.6%		
GRUMA EUROPA¹ Harina de maíz, tortilla y otros	VOLUMEN DE VENTAS ²	85	88	(3)	(3)	374	370	4	1
	VENTAS NETAS	1,310	1,225	86	7	5,373	5,237	136	3
	UTILIDAD BRUTA	342	289	53	18	1,332	1,223	109	9
	Margen Bruto	26.1%	23.6%			24.8%	23.3%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	45	9	36	409	194	152	42	28
	Margen Operación	3.4%	0.7%			3.6%	2.9%		
	UAFIRDA	107	62	44	71	415	361	54	15
	UAFIRDA/Ventas	8.1%	5.1%			7.7%	6.9%		
GRUMA CENTROAMÉRICA Harina de maíz y otros	VOLUMEN DE VENTAS	55	52	3	6	195	203	(7)	(4)
	VENTAS NETAS	1,282	1,282	0	0	4,533	4,639	(106)	(2)
	UTILIDAD BRUTA	481	509	(28)	(6)	1,704	1,809	(105)	(6)
	Margen Bruto	37.5%	39.7%			37.6%	39.0%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	100	119	(20)	(17)	320	426	(106)	(25)
	Margen Operación	7.8%	9.3%			7.1%	9.2%		
	UAFIRDA	134	149	(16)	(11)	446	534	(88)	(17)
	UAFIRDA/Ventas	10.4%	11.6%			9.8%	11.5%		
OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES³	VOLUMEN DE VENTAS	10	9	1	16	34	48	(14)	(30)
	VENTAS NETAS	462	972	(510)	(52)	696	520	176	34
	UTILIDAD BRUTA	199	597	(398)	(67)	730	979	(249)	(25)
	Margen Bruto	43.1%	61.4%			104.9%	188.3%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	364	394	(30)	(8)	816	669	147	22
	Margen Operación	78.8%	40.5%			117.2%	128.7%		
	UAFIRDA	261	335	(74)	(22)	458	288	170	59
	UAFIRDA/Ventas	56.5%	34.5%			65.8%	55.4%		
CONSOLIDADO	VOLUMEN DE VENTAS	1,037	1,040	(3)	(0)	4,009	3,959	50	1
	VENTAS NETAS	18,331	18,819	(487)	(3)	70,581	68,206	2,374	3
	UTILIDAD BRUTA	6,987	7,050	(63)	(1)	26,778	26,056	722	3
	Margen Bruto	38.1%	37.5%			37.9%	38.2%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	2,484	2,478	6	0	9,319	9,122	198	2
	Margen Operación	13.5%	13.2%			13.2%	13.4%		
	UAFIRDA	3,010	3,041	(31)	(1)	11,344	10,964	380	3
	UAFIRDA/Ventas	16.4%	16.2%			16.1%	16.1%		

¹ Conversión simple. Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

² Todos los datos de volumen de ventas están expresados en miles de toneladas.

³ El efecto por el uso de conversión simple se reporta bajo Otras Subsidiarias y Eliminaciones.