



GRUMA

Relación con Inversionistas

ir@gruma.com

Tel: 52 (81) 8399-3349

www.gruma.com

San Pedro Garza García, N.L., México; 25 de abril de 2018

GRUMA REPORTA RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2018

DATOS SOBRESALIENTES

El desempeño de GRUMA mostró una mejora continua en las ventas netas en todas las regiones, con excepción de Gruma Centroamérica, y expansión de márgenes, particularmente en los Estados Unidos.

El **volumen de ventas** a nivel consolidado se mantuvo sin cambio y las **ventas netas** fueron 1% menores debido al efecto de la apreciación del peso en las cifras de Gruma Estados Unidos y Gruma Europa, y a la adopción de la Norma Internacional de Información Financiera 15 ("NIIF 15"), mediante la cual, a partir de enero de 2018, ciertos gastos de venta deben reclasificarse como una deducción a ventas netas.

El **UAFIRDA** consolidado se mantuvo sin cambio ya que el aumento en Gruma Estados Unidos fue contrarrestado por el efecto de la apreciación del peso y por gastos de proyectos de tecnologías de información. El margen UAFIRDA mejoró 10 puntos base.

Las ventas netas y el UAFIRDA de las operaciones fuera de México representaron 73% y 74%, respectivamente, de los resultados consolidados. La compañía reportó US\$1,135 millones de **deuda** al cierre del trimestre, US\$106 millones más que al cierre de 4T17. La razón **Deuda Neta/UAFIRDA** fue de 1.5x.

Datos Financieros Relevantes

(millones de pesos)

	1T18	1T17	Var
Volumen de Ventas (miles de toneladas)	971	970	0%
Ventas Netas	17,532	17,677	(1)%
Utilidad de Operación	2,146	2,180	(2)%
Margen de Operación	12.2%	12.3%	(10) pb
UAFIRDA	2,692	2,697	0%
Margen UAFIRDA	15.4%	15.3%	10 pb
Utilidad Neta Mayoritaria	1,282	1,282	0%

Deuda

(millones de dólares)

Mar'18	Mar'17	Var vs Mar'17		Dic'17	Var vs Dic'17	
		(\$)	(%)		(\$)	(%)
1,135	734	401	55%	1,030	106	10%



RESULTADOS CONSOLIDADOS

1T18 versus 1T17

El **volumen de ventas** se mantuvo sin cambio en 971 mil toneladas. El crecimiento en volumen alcanzado en todas las subsidiarias se vio contrarrestado por fuertes reducciones en Gruma Europa, ocasionado por volatilidad en el negocio de molienda de maíz.

Las **ventas netas** disminuyeron 1% a Ps.17,532 millones. Las ventas netas fueron mayores en todas las subsidiarias, con excepción de Gruma Centroamérica. Sin embargo, el efecto de la apreciación del peso en las cifras de Gruma Estados Unidos y Gruma Europa y la adopción de la NIIF 15 provocaron una caída en las ventas netas a nivel consolidado. El impacto consolidado de la adopción de la NIIF 15 para 1T18 fue de Ps.128 millones.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas subió a 62.9% de 62.4%. Excluyendo el efecto de la adopción de la NIIF 15, las ventas netas como porcentaje de ventas netas se hubieran mantenido sin cambio. En términos absolutos, el costo de ventas se mantuvo estable en Ps.11,021 millones, debido principalmente a la apreciación del peso en las cifras de Gruma Estados Unidos y Gruma Europa, al medirse en términos de pesos.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas aumentaron ligeramente a 25.1% de 25.0% debido primordialmente a una menor absorción. En términos absolutos, los gastos de venta y administración disminuyeron 1% a Ps.4,393 millones, en línea con el impacto de la apreciación del peso en las cifras de Gruma Estados Unidos, y con la mencionada adopción de la NIIF 15.

Otros ingresos, neto, fueron Ps.28 millones versus un gasto de Ps.48 millones. La mejora se debió principalmente a ganancias en coberturas de gas natural.

La **utilidad de operación** disminuyó 2% a Ps.2,146 millones. El margen de operación bajó a 12.2% de 12.3%.

El **UAFIRDA** se mantuvo sin cambio en Ps.2,692 millones. El margen UAFIRDA mejoró a 15.4% de 15.3%.

El **costo de financiamiento, neto**, fue de Ps.262 millones, Ps.190 millones menos, debido principalmente a menores pérdidas en coberturas de tipo de cambio relacionadas con compras de maíz en GIMSA.



En el renglón de **impuestos a la utilidad**, en Gruma Estados Unidos hubo una reducción en la tasa efectiva de impuestos de 36% en 1T17 a 25%; sin embargo, los impuestos consolidados aumentaron debido a impuestos diferidos versus 1T17, cuando GRUMA tuvo un beneficio en impuestos diferidos por el uso de pérdidas fiscales por amortizar. Además, en el primer trimestre de 2018 los impuestos fueron mayores ya que la apreciación del peso crea un impacto negativo en préstamos intercompañía denominados en dólares. Este efecto se podría revertir si el peso se deprecia nuevamente. La tasa efectiva de impuestos también se vio afectada por pérdidas en las divisiones de Tecnología y Servicios Corporativos, en relación con menores actividades de construcción y proyectos de tecnologías de información, que no pudieron deducirse durante el período, creando pérdidas fiscales por amortizar.

La **utilidad neta mayoritaria** se mantuvo sin cambio en Ps.1,282 millones, debido a que el menor costo de financiamiento fue contrarrestado por mayores impuestos diferidos.

SITUACIÓN FINANCIERA

Marzo 2018 versus diciembre 2017

Datos Sobresalientes de Balance

Los **activos totales** se mantuvieron sin cambio en Ps.60,748 millones. Hubo mayores saldos de efectivo, pero también mayores inventarios de maíz en México debido a retrasos en la cosecha de invierno de maíz, lo cual contribuyó a que la mayoría de nuestras compras de maíz se llevaran a cabo en enero en lugar de diciembre. Propiedad, planta y equipo fue menor por el efecto de la apreciación del peso en los activos de Gruma Estados Unidos.

Los **pasivos totales** se mantuvieron sin cambio en Ps.34,769 millones. Un mayor nivel de deuda, debido a mayores necesidades de capital de trabajo principalmente en GIMSA, fue contrarrestado con reducciones en otras cuentas por pagar relacionadas básicamente con pagos de dividendos y compensación variable.

El **capital contable** se mantuvo sin cambio en Ps.25,989 millones.





Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA fue de US\$1,135 millones, US\$106 millones más que en diciembre 2017. Aproximadamente 78% de la deuda de GRUMA está denominada en dólares.

Deuda (millones de dólares)

Mar'18	Mar'17	Var vs Mar'17		Dic'17	Var vs Dic'17	
		(\$)	(%)		(\$)	(%)
1,135	734	401	55%	1,030	106	10%

Perfil de Vencimientos de Deuda (millones de dólares)

	Tasa	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	TOTAL
Bono 2024 (USD)	4.875%							400	400
Crédito Sindicado Rabobank Plazo (USD)	LIBOR + 1.00%		18.8	22.5	26.3	82.5			150
Crédito Sindicado Rabobank Revolvente (USD)	LIBOR + 1.00%					250			250
Crédito Revolvente Scotiabank (USD)	LIBOR + 0.75%			65					65
Otros:									
MXN	7.85%	229							229
USD	2.50%	18							18
EUR	1.48%	5.1	5.3	4	2.5	2.2	2.1	2.1	23.4
TOTAL	4.51%(prom.)	252.1	24	91.5	28.8	334.7	2.1	402.1	1,135.3

INVERSIONES

Las inversiones de GRUMA fueron US\$33 millones en 1T18. 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) México, principalmente por la construcción de una planta de tortilla en Puebla y mejoras tecnológicas en GIMSA; y (3) Europa, por la automatización del sistema de empaque en la planta de Holanda y en una de las plantas en Inglaterra.



RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

1T18 versus 1T17

Gruma Estados Unidos

El **volumen de ventas** subió 1% a 337 mil toneladas. El negocio de **tortilla** creció 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); (3) tortillas de maíz en paquetes con menor cantidad; y (4) alternativas más saludables (sobre todo bajas en carbohidratos y libres de gluten). Por otro lado, el canal institucional se vio afectado por la decisión de la compañía de reducir la venta de algunos *SKUs* en función de su rentabilidad. El volumen de ventas de **harina de maíz** subió 1% debido principalmente al canal minorista por una mayor la distribución a tiendas de formato tipo *club*, aunado a mayores exhibiciones y promociones otorgadas por grandes minoristas.



Las **ventas netas** aumentaron 3% a Ps.9,434 millones debido a (1) el crecimiento en el volumen de ventas, pero de manera más importante por (2) el cambio en la mezcla de ventas en ambos canales del negocio de tortilla favoreciendo *SKUs* de mayor precio, sobre todo en el canal minorista; (3) el cambio en la mezcla de ventas hacia el canal minorista en el negocio de tortilla, ya que las ventas del canal institucional disminuyeron debido a la mencionada reducción en base a rentabilidad; y (4) el cambio en la mezcla de ventas dentro del negocio de harina de maíz, favoreciendo al canal minorista. Adicionalmente, un mejor manejo de promociones en el canal minorista del negocio de tortilla ayudó a este crecimiento.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas aumentó a 57.5% de 57.4% debido a la adopción de la NIIF 15, lo cual resultó en una menor absorción de costos. En términos absolutos, el costo de ventas subió 3% a Ps.5,422 millones, en línea con el crecimiento en volumen y por aumentos de costos, primordialmente en el negocio de tortilla, en relación con (1) mayores costos de harina de trigo como resultado principalmente de mayores distancias recorridas para obtener trigo de alta proteína; (2) mayores costos de empaque para cajas de cartón corrugado y bolsas de plástico; (3) mayores salarios debido al crecimiento en volumen y al esfuerzo de la compañía por retener personal en ciertas plantas en medio de un mercado laboral competitivo; y (4) mayores prestaciones por cambios regulatorios.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas disminuyeron a 28.3% de 29.1% debido principalmente a una mejor absorción. En términos absolutos, los gastos de venta y administración se mantuvieron sin cambio.



Otros ingresos, neto, fueron Ps.2 millones versus otros gastos, neto, de Ps.27 millones en 1T17. La mejora de Ps.29 millones se debió principalmente a menores pérdidas en coberturas de maíz y a ganancias en coberturas de gas natural a diferencia de pérdidas en 1T17.

La **utilidad de operación** subió 10% a Ps.1,340 millones. El margen operativo mejoró a 14.2% de 13.3%.

El **UAFIRDA** creció 10% a Ps.1,660 millones. El margen UAFIRDA mejoró a 17.6% de 16.4%.

GIMSA

El **volumen de ventas** creció 3% a 492 mil toneladas impulsado especialmente por (1) mayoristas que expandieron su distribución; (2) mayor demanda por parte de grandes productores de *snacks* en México; y (3) mayores ventas de *grits*.



Las **ventas netas** subieron 2% a Ps.4,796 millones debido al mencionado aumento en el volumen de ventas. GIMSA aumentó precios a principios de 2018, sin embargo, las ventas de maíz por Ps.80 millones a Gruma Centroamérica en 1T17, las cuales no fueron reportadas como volumen de ventas, y menores precios en términos de pesos en exportaciones a Gruma Estados Unidos por un peso más fuerte, ocasionaron menores precios promedio. Además, la curva de consumo en los inventarios de clientes y el cambio en la mezcla de ventas hacia el canal minorista y hacia *grits*, impactaron los precios promedio.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 72.8% de 74.2% reflejando un menor costo de maíz y energía, principalmente por la apreciación del peso. Además, la mencionada venta de maíz por Ps.80 millones a Gruma Centroamérica con márgenes mínimos beneficiaron la comparación contra 1T17. En términos absolutos, el costo de ventas se mantuvo sin cambio en Ps.3,491 millones, debido a las mencionadas reducciones en costos a pesar del crecimiento en volumen de ventas.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas aumentaron a 16.1% de 15.7% debido primordialmente a (1) mayores gastos de fletes, por el cambio en la mezcla de ventas hacia clientes donde la compañía cubre este gasto, y también por mayores tarifas; y (2) presiones inflacionarias en general, derivadas de gasolina, mano de obra, entre otros. En términos absolutos, los gastos subieron 5% a Ps.774 millones.

Otros ingresos, neto, fueron Ps.25 millones, representando una reducción de Ps.61 millones, debido principalmente a la venta de la marca Mission de GIMSA a Gruma Holding por Ps.94 millones en 1T17.



La **utilidad de operación** bajó 1% a Ps.556 millones y el margen operativo se redujo a 11.6% de 11.9%.

El **UAFIRDA** aumentó 4% a Ps.782 millones. El margen UAFIRDA mejoró a 16.3% de 16.1%.

Gruma Europa

El **volumen de ventas** disminuyó 20% a 81 mil toneladas por el negocio de molienda de maíz. El negocio de **tortilla** aumentó 2% debido principalmente a (1) mayor cobertura geográfica y mayor distribución al canal minorista e institucional en Rusia debido, en parte, al aumento en la capacidad de producción de la compañía en este país; y (2) expansión en la distribución a grandes cadenas de supermercados en España. El volumen de ventas en el negocio de **molienda de maíz** bajó 29%, debido a (1) una menor demanda de *grits* por parte de compañías cerveceras al cambiarse a otros granos, debido básicamente a reducciones en el precio de la cebada; (2) menor demanda de *grits* por parte de productores de *snacks* debido a un entorno económico difícil en el Medio Oriente, lo cual también ha contribuido a que algunos de estos clientes favorezcan a competidores que ofrecen menor rendimiento y calidad; y (3) menor volumen de ventas de subproductos, en línea con la reducción en *grits*.



Las **ventas netas** aumentaron 7% a Ps.1,303 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; y (2) aumentos de precio y racionalización de clientes de bajo precio.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas subió a 77.5% de 76.5% debido principalmente a una menor absorción de costos en relación con (1) la adopción de la NIIF 15, que resultó en menores ventas netas; y, en menor medida (2) una mayor distribución de productos a terceros; y (3) mayores ventas a clientes del canal institucional. En términos absolutos, el costo de ventas aumentó 8% especialmente por el crecimiento en el negocio de tortilla, cuyos productos son de mayor valor agregado que los del negocio de molienda de maíz.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 20.9% de 23.7% debido básicamente a una mejor absorción de gastos. En términos absolutos, los gastos bajaron 6% a Ps.272 millones principalmente por la mencionada adopción de la NIIF 15, lo cual resultó en menores gastos de venta, así como por eficiencias en gastos administrativos en ambas operaciones, incluyendo reducciones de personal, y por menores gastos de mercadería en el negocio de tortilla.



La **utilidad de operación** fue de Ps.24 millones, en comparación con una pérdida operativa de Ps.2 millones, y el margen operativo mejoró a 1.9% de (0.1)%.

El **UAFIRDA** aumentó 78% a Ps.81 millones y el margen UAFIRDA mejoró a 6.2% de 3.7%.

Gruma Centroamérica

El **volumen de ventas** subió 2% a 48 mil toneladas debido principalmente a (1) ventas extraordinarias de harina de maíz en Honduras relacionadas con sobre inventarios ante incertidumbre política; (2) mayores ventas de maíz, al tomar ventaja de oportunidades en el mercado; (3) mayores ventas de arroz al ganar nuevos clientes; (4) mayores ventas de *snacks* ya que la última semana santa tuvo lugar en 1T en lugar de 2T; y (5) mayores ventas de palmito al reanudarse ventas en Francia. Parte del crecimiento señalado fue contrarrestado por menores ventas de harina de maíz en Guatemala, particularmente a canales de gobierno.



Las **ventas netas** disminuyeron 10% a Ps.1,045 millones debido a (1) la adopción de la NIIF 15; (2) el efecto de la apreciación del peso; y (3) el cambio en la mezcla de ventas hacia marcas *flanker* en harina de maíz y a la mencionada venta de maíz.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas aumentó a 65.2% de 63.7% debido especialmente a (1) menor absorción por la mencionada adopción de la NIIF 15; y (2) el cambio en la mezcla de ventas hacia marcas *flanker* en harina de maíz y hacia maíz, los cuales generan márgenes menores. En términos absolutos, el costo de ventas bajó 8% a Ps.681 millones por la señalada apreciación del peso y por menores costos de materias primas, especialmente maíz.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 27.4% de 31.3% debido principalmente a (1) menores gastos de venta por la adopción de la NIIF 15; y a (2) ahorros en sueldos por eficiencias en auditoría y menores gastos de mercadotecnia. En términos absolutos, los gastos disminuyeron 21% a Ps.286 millones, especialmente por las mencionadas reducciones en gastos y por el efecto de apreciación del peso.

La **utilidad de operación** como porcentaje de ventas netas aumentó a 7.4% de 5.2% y, en términos absolutos, la utilidad de operación subió 29% a Ps.78 millones.

El **UAFIRDA** mejoró 22% a Ps.112 millones. El margen UAFIRDA subió a 10.8% de 8%.





Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **utilidad de operación** se redujo 57% a Ps.148 millones. Esto se generó básicamente por (1) 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 por (2) reducciones en la división Tecnología, debido a menores inversiones, y por mayores gastos en Servicios Corporativos por proyectos de tecnologías de información. El efecto cambiario se refleja en “Otras Subsidiarias y Eliminaciones”.

LLAMADA DE CONFERENCIA

La llamada de conferencia del primer trimestre se llevará a cabo el jueves 26 de abril 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.18.3445/dólar al 31 de marzo de 2018. 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 incertidumbres 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		
	1T18	1T17	VAR (%)
VENTAS NETAS	17,532	17,677	(1)
COSTO DE VENTAS	11,021	11,031	(0)
UTILIDAD BRUTA	6,511	6,646	(2)
MARGEN BRUTO (%)	37.1%	37.6%	
GASTOS DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN	4,393	4,418	
OTROS GASTOS (INGRESOS), NETO	(28)	48	
UTILIDAD DE OPERACIÓN	2,146	2,180	(2)
MARGEN OPERATIVO (%)	12.2%	12.3%	
COSTO DE FINANCIAMIENTO, NETO	262	452	
GASTOS FINANCIEROS	243	167	
PRODUCTOS FINANCIEROS	(16)	(13)	
RESULTADO EN INSTRUMENTOS FINANCIEROS DERIVADOS	101	472	
FLUCTUACIÓN CAMBIARIA	(66)	(175)	
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	601	432	
RESULTADO NETO	1,284	1,296	(1)
RESULTADO NETO MAYORITARIO	1,282	1,282	(0)
RESULTADO POR ACCIÓN ¹	2.97	2.96	0
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	546	517	
UAFIRDA ²	2,692	2,697	(0)
UAFIRDA/VENTAS(%)	15.4%	15.3%	
INVERSIONES (MILLONES US\$)	33	58	

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	Mar-18	Mar-17	VAR (%)	Dic-17	VAR (%)
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	4,104	3,881	6	3,230	27
CLIENTES	7,065	6,248	13	7,172	(1)
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	2,826	1,851	53	2,940	(4)
INVENTARIOS	11,701	9,399	24	10,790	8
ACTIVO CIRCULANTE	26,170	21,938	19	24,708	6
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO, NETO	28,059	25,324	11	29,327	(4)
ACTIVO TOTAL	60,748	53,894	13	60,821	(0)
DEUDA A CORTO PLAZO	4,628	3,792	22	2,897	60
PASIVO CIRCULANTE	16,048	14,405	11	14,752	9
DEUDA A LARGO PLAZO	16,093	9,960	62	17,310	(7)
PASIVO TOTAL	34,769	28,110	24	34,843	(0)
CAPITAL CONTABLE MAYORITARIO	25,989	23,949	9	25,984	0
CAPITAL CONTABLE TOTAL	25,979	25,783	1	25,978	0
ACTIVO CIRCULANTE/PASIVO CIRCULANTE	1.63	1.52		1.67	
PASIVO TOTAL/CAPITAL CONTABLE TOTAL	1.34	1.09		1.34	
DEUDA/UAFIRDA ³	1.83	1.23		1.78	
UAFIRDA/GASTOS FINANCIEROS ³	13.05	16.67		14.31	
VALOR CONTABLE POR ACCIÓN ¹	60.27	55.34		60.04	

¹ En base a 431,221,046 acciones para marzo 2018 y 432,749,079 acciones para marzo y diciembre 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			
		1T18	1T17	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS¹	VOLUMEN DE VENTAS ²	337	334	3	1
Harina de maíz, tortilla y otros	VENTAS NETAS	9,434	9,162	272	3
	UTILIDAD BRUTA	4,012	3,908	104	3
	Margen Bruto	42.5%	42.6%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	1,340	1,217	124	10
	Margen Operación	14.2%	13.3%		
	UAFIRDA	1,660	1,499	161	11
	UAFIRDA/Ventas	17.6%	16.4%		
GIMSA	VOLUMEN DE VENTAS	492	480	12	2
Harina de maíz y otros	VENTAS NETAS	4,796	4,699	97	2
	UTILIDAD BRUTA	1,305	1,213	92	8
	Margen Bruto	27.2%	25.8%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	556	561	(5)	(1)
	Margen Operación	11.6%	11.9%		
	UAFIRDA	782	755	26	3
	UAFIRDA/Ventas	16.3%	16.1%		
GRUMA EUROPA¹	VOLUMEN DE VENTAS ²	81	101	(21)	(20)
Harina de maíz, tortilla y otros	VENTAS NETAS	1,303	1,221	82	7
	UTILIDAD BRUTA	293	288	6	2
	Margen Bruto	22.5%	23.5%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	24	(2)	26	1,473
	Margen Operación	1.9%	(0.1%)		
	UAFIRDA	81	46	36	78
	UAFIRDA/Ventas	6.2%	3.7%		
GRUMA CENTROAMÉRICA	VOLUMEN DE VENTAS	48	47	1	2
Harina de maíz y otros	VENTAS NETAS	1,045	1,157	(113)	(10)
	UTILIDAD BRUTA	363	421	(57)	(14)
	Margen Bruto	34.8%	36.3%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	78	60	17	29
	Margen Operación	7.4%	5.2%		
	UAFIRDA	112	92	20	22
	UAFIRDA/Ventas	10.8%	8.0%		
OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES³	VOLUMEN DE VENTAS	14	7	7	97
	VENTAS NETAS	954	1,438	(484)	(34)
	UTILIDAD BRUTA	538	818	(280)	(34)
	Margen Bruto	56.4%	56.9%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	148	344	(196)	(57)
	Margen Operación	15.5%	23.9%		
	UAFIRDA	56	305	(249)	(82)
	UAFIRDA/Ventas	5.9%	21.2%		
CONSOLIDADO	VOLUMEN DE VENTAS	971	970	2	0
	VENTAS NETAS	17,532	17,677	(145)	(1)
	UTILIDAD BRUTA	6,511	6,646	(135)	(2)
	Margen Bruto	37.1%	37.6%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	2,146	2,180	(34)	(2)
	Margen Operación	12.2%	12.3%		
	UAFIRDA	2,692	2,697	(5)	(0)
	UAFIRDA/Ventas	15.4%	15.3%		

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.