



Relación con Inversionistas

ir@gruma.com

Tel: 52 (81) 8399-3349

www.gruma.com

San Pedro Garza García, N.L., México; 17 de octubre de 2018

GRUMA REPORTA RESULTADOS DEL TERCER TRIMESTRE DE 2018

DATOS SOBRESALIENTES

El desempeño de GRUMA durante el tercer trimestre de 2018 mostró crecimiento en volumen y ventas netas en todas las regiones, y el UAFIRDA consolidado subió al mismo ritmo que las ventas netas.

El **volumen de ventas** consolidado aumentó 3%. Las **ventas netas** crecieron 8% debido al mayor volumen, aumentos de precios en GIMSA y al efecto de la debilidad del peso. Las ventas netas crecieron a pesar del impacto de Ps.146 millones por la adopción de la Norma Internacional de Información Financiera 15 ("NIIF 15"), efectiva en enero de 2018, mediante la cual ciertos gastos de venta se reclasifican como una deducción a ventas netas.

El **UAFIRDA** consolidado subió 8% por aumentos en todas las subsidiarias, con excepción de Gruma Europa, y por el efecto de la debilidad del peso. El margen UAFIRDA se mantuvo sin cambio en 16.4%.

La **utilidad neta mayoritaria** se vio afectada por un mayor costo de financiamiento y por una mayor tasa efectiva de impuestos, en ambos casos por eventos no recurrentes en 3T17.

Las ventas netas y el UAFIRDA de las operaciones fuera de México representaron 73% y 71%, respectivamente, de los resultados consolidados. La compañía reportó US\$1,110 millones de **deuda** al cierre del trimestre, US\$91 millones menos que al cierre de 2T18. La razón **Deuda Neta/UAFIRDA** fue de 1.4x.

Datos Financieros Relevantes

(millones de pesos)

	3T18	3T17	Var
Volumen de Ventas (miles de toneladas)	1,027	993	3%
Ventas Netas	18,488	17,135	8%
Utilidad de Operación	2,436	2,312	5%
Margen de Operación	13.2%	13.5%	(30) pb
UAFIRDA	3,023	2,802	8%
Margen UAFIRDA	16.4%	16.4%	-
Utilidad Neta Mayoritaria	1,275	1,659	(23)%



Deuda
(millones de dólares)

Sep'18	Sep'17	Var vs Sep'17		Jun'18	Var vs Jun'18	
		(\$)	(%)		(\$)	(%)
1,110	1,118	(8)	(1)%	1,201	(91)	(8)%

RESULTADOS CONSOLIDADOS

3T18 versus 3T17

El **volumen de ventas** aumentó 3% a un millón 27 mil toneladas impulsado por todas las subsidiarias.

Las **ventas netas** subieron 8% a Ps.18,488 millones, las cuales fueron mayores en todas las subsidiarias. El crecimiento en el volumen de ventas, los aumentos de precio en GIMSA en enero y en agosto de este año, así como el efecto de la debilidad del peso principalmente en las cifras de Gruma Estados Unidos y Grupa Europa, lo cual representó aproximadamente el 39% de la variación, contribuyeron a la mejora. El cambio en la mezcla de ventas en el negocio de tortilla de Gruma Estados Unidos, junto con incrementos selectivos de precio en tortilla al canal minorista a finales de junio pasado, también impulsaron el aumento en ventas netas. Las ventas netas tuvieron un impacto negativo de Ps.146 millones debido a la adopción de la NIIF 15.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 62.2% de 62.6% debido a un mejor desempeño en el corporativo y la división tecnología. En términos absolutos, el costo de ventas subió 7% a Ps.11,497 millones, debido principalmente al aumento en volumen de ventas, la depreciación del peso y mayores costos de ciertos suministros.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas subieron a 24.6% de 24.0% debido primordialmente a un reembolso fiscal en 3T17 relacionado con impuestos sobre activos, lo cual se reportó bajo gastos administrativos. En términos absolutos, los gastos de venta y administración aumentaron 11% a Ps.4,546 millones debido al mencionado reembolso y a la depreciación del peso. La adopción de la NIIF 15 tuvo un impacto positivo de Ps.146 millones.

Otros gastos, neto, fueron Ps.9 millones versus un producto de Ps.5 millones. La diferencia de Ps.14 millones se debió a deterioro de activos de larga duración.

La **utilidad de operación** creció 5% a Ps.2,436 millones. El margen de operación bajó a 13.2% de 13.5%.

El **UAFIRDA** subió 8% a Ps.3,023 millones. El margen UAFIRDA se mantuvo sin cambio en 16.4%.



El **costo de financiamiento, neto**, fue de Ps.432 millones, Ps.369 millones más, debido principalmente a (1) menor producto financiero relacionado con una recuperación de impuesto al activo en 3T17; y (2) un mayor gasto financiero debido a mayor deuda y mayores tasas de interés, además de una mayor proporción de la deuda denominada en pesos y al efecto de la debilidad del peso.

Los **impuestos a la utilidad** fueron de Ps.729 millones, 23% más, y la tasa efectiva de impuestos fue de 36.3%. Lo anterior fue derivado de impuestos diferidos por el uso de pérdidas fiscales en 3T17.

La **utilidad neta mayoritaria** se redujo 23% a Ps.1,275 millones, debido principalmente al impacto de impuestos diferidos y, en menor grado, al mayor gasto financiero y menor producto financiero por la recuperación de impuesto al activo en 3T17.

SITUACIÓN FINANCIERA

Septiembre 2018 versus junio 2018

Datos Sobresalientes de Balance

Los **activos totales** se redujeron 7% a Ps.61,003 millones especialmente por (1) menores saldos de efectivo por pago de deuda; (2) menores inventarios en GIMSA por consumo de maíz; y (3) menor propiedad, planta y equipo debido al efecto de la apreciación del peso al comparar el tipo de cambio al final de septiembre 2018 versus al final de junio 2018.

Los **pasivos totales** disminuyeron 11% a Ps.35,422 millones debido a la menor deuda.

El **capital contable** se redujo 1% a Ps.25,581 millones.

Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA fue de US\$1,110 millones, US\$91 millones menos que en junio 2018. Aproximadamente 64% de la deuda de GRUMA está denominada en dólares.

Deuda (millones de dólares)

Sep'18	Sep'17	Var vs Sep'17		Jun'18	Var vs Jun'18	
		(\$)	(%)		(\$)	(%)
1,110	1,118	(8)	(1)%	1,201	(91)	(8)%





Durante 3T18 GRUMA refinanció la mayor parte de su deuda a corto plazo mediante la emisión de Ps.3,000 millones en CEBURES con vencimiento a 5 años, y mediante un crédito sindicado por Ps.2,000 millones con vencimiento en 2021. Esta nueva estructura mejoró significativamente el perfil de deuda en términos de vencimiento, con flexibilidad para realizar pagos anticipados.

Perfil de Vencimientos de Deuda (millones de dólares)

	Tasa	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	TOTAL
Bono 2024 (USD \$400)	4.875%						400.0	400.0	
Crédito Sindicado Rabobank Plazo (USD \$150)	LIBOR + 1.00%		18.8	22.5	26.3	82.5			150.0
Crédito Sindicado Rabobank Revolvente (USD \$250)	LIBOR + 1.00%					160.0			160.0
CEBURES 2023 (MXN \$3,000)	TIE + 0.38%						159.5		159.5
Crédito Sindicado Scotiabank (MXN \$2,000)	TIE + 0.55%				106.3				106.3
Otros:									
MXN	8.27%		111.6						111.6
USD	3.24%		4.5						4.5
EUR	1.48%		1.2	5.0	3.8	2.4	2.1	2.0	18.4
TOTAL	5.61% (prom.)	117.4	23.7	26.3	135.0	244.6	161.4	402.0	1,110.4

INVERSIONES

Las inversiones de GRUMA fueron de US\$40 millones en 3T18. Las inversiones fueron destinadas básicamente a (1) la planta de tortilla en Dallas (la cual inició operaciones en agosto de este año) y a incrementos de capacidad en la planta de tortilla en Florida; (2) mejoras tecnológicas en GIMSA; (3) la construcción de una planta de tortilla en Puebla y aumentos de capacidad en la planta de tortilla en Tijuana; y (4) automatización del sistema de empaclado en las plantas de Holanda y de Inglaterra.



RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

3T18 versus 3T17

Gruma Estados Unidos

El **volumen de ventas** subió 4% a 354 mil toneladas. El volumen de ventas de **harina de maíz** subió 10% ya que la compañía ha ganado clientes en base a su servicio y calidad. El negocio de **tortilla** bajó 1% debido al canal institucional, el cual se vio afectado por la decisión de la compañía de reducir el suministro de algunos *SKUs* en función de su rentabilidad. El canal minorista se benefició principalmente del crecimiento de alternativas más saludables, particularmente las tortillas bajas en carbohidratos.



Las **ventas netas** aumentaron 3% a Ps.10,070 millones debido al crecimiento en el volumen de ventas. Las ventas netas crecieron a una menor tasa que el volumen debido al cambio en la mezcla de ventas hacia el negocio de harina de maíz, el cual tiene menores precios que el negocio de tortilla; y debido a la adopción de la NIIF 15, que generó una reducción en ventas por aproximadamente Ps.63 millones. Excluyendo esta adopción, las ventas netas de Gruma Estados Unidos hubieran subido 4% en lugar de 3%. Estos factores contrarrestaron los mayores precios en el negocio de tortilla, los cuales durante 3T18 se beneficiaron de (1) el cambio en la mezcla de ventas entre ambos canales del negocio de tortilla, favoreciendo *SKUs* de mayor precio, sobre todo en el canal minorista; (2) el cambio en la mezcla de ventas favoreciendo al canal minorista en el negocio de tortilla, ya que las ventas del canal institucional disminuyeron debido a la reducción de la oferta en base a su rentabilidad; y de (3) incrementos selectivos en precios en el canal minorista de tortilla, los cuales se implementaron a finales de junio, orientados a contrarrestar, entre otras cosas, los crecientes costos de mano de obra y transporte.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas aumentó a 58.2% de 56.6% derivado de (1) la mencionada mezcla de ventas favoreciendo al negocio de harina de maíz, el cual tiene un menor margen bruto que el negocio de tortilla; (2) una comparación desfavorable en el negocio de harina de maíz ya que el año pasado hubo menores costos de materias primas como resultado de un ajuste positivo en el costo del maíz basado en inventarios físicos; (3) mayores costos de gastos médicos; y (4) la adopción de la NIIF 15, lo cual resultó en una menor absorción de costos por 40 puntos base. En términos absolutos, el costo de ventas creció 6% a Ps.5,860 millones debido al mencionado aumento en el volumen de ventas y a los incrementos en costos.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 27.9% de 29.2% debido principalmente a (1) una mejor absorción; y (2) la reclasificación de algunos gastos de venta por la adopción de la NIIF 15, representando un beneficio aproximado de 50 puntos base. En términos absolutos, los gastos de venta y administración disminuyeron 1% por la reclasificación de la adopción de la NIIF 15.



La **utilidad de operación** subió 1% a Ps.1,392 millones. El margen operativo se redujo a 13.8% de 14.2%.

El **UAFIRDA** creció 4% a Ps.1,746 millones. El margen UAFIRDA mejoró a 17.3% de 17.2%. El UAFIRDA incluye un impacto negativo de aproximadamente Ps.14 millones por el huracán Florence, que afectó la costa este de los Estados Unidos el pasado septiembre, particularmente Carolina del Norte.

GIMSA

El **volumen de ventas** creció 1% a 520 mil toneladas impulsado especialmente por (1) ventas de exportación a nuestro negocio de harina de maíz en los Estados Unidos; (2) mayoristas que expandieron su distribución; y (3) venta de *grits* a nuevos clientes de *snacks*.

Las **ventas netas** subieron 7% a Ps.5,204 millones debido a (1) incrementos de precios implementados en enero y agosto de 2018; (2) beneficio de la debilidad del peso en ventas de exportación; y (3) crecimiento en el volumen de ventas.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas se mantuvo sin cambio en 72.4% ya que los incrementos de precios contrarrestaron los mayores costos de energía y maíz, entre otros. En términos absolutos, el costo de ventas aumentó 7% a Ps.3,769 millones debido a los ya mencionados incrementos en costos y aumentos en volumen de ventas.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas subieron a 16.1% de 15.4% debido primordialmente a (1) mayores precios de combustible que impactaron, entre otras cosas, los gastos del área de ventas y fletes; (2) aumentos de sueldos; y (3) el cambio en mezcla hacia ventas donde la compañía absorbe los fletes. En términos absolutos, los gastos subieron 11% a Ps.840 millones debido a los gastos señalados.

La **utilidad de operación** subió 1% a Ps.600 millones y el margen operativo se redujo a 11.5% de 12.2%.

El **UAFIRDA** aumentó 5% a Ps.831 millones. El margen UAFIRDA se redujo a 16.0% de 16.2%.

Gruma Europa

El **volumen de ventas** subió 10% a 92 mil toneladas por el negocio de **molienda de maíz**, el cual aumentó 14% debido a (1) mayores ventas de *grits* por (a) productores de *snacks* favoreciendo nuestra mejor calidad; y (b) compañías cerveceras al cambiarse de otros granos; y, consecuentemente, (2) mayor volumen de ventas de subproductos, en línea con el mayor volumen de *grits*. El negocio de **tortilla** aumentó 4% debido principalmente a (1) nuevos clientes del canal institucional en Francia y Alemania; y (2) mayor distribución al canal minorista en el Medio Oriente.



Las **ventas netas** aumentaron 5% a Ps.1,340 millones debido al mayor volumen de ventas. Las ventas netas crecieron a un menor ritmo que el volumen de ventas debido principalmente al cambio en la mezcla de ventas hacia el negocio de harina de maíz, en particular hacia subproductos.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas aumentó a 76.2% de 75.5% debido a mayores costos de materias primas, energía, mano de obra y empaque en el negocio de tortilla. Además, la adopción de la NIIF 15, que resultó en menores ventas netas, impactó el costo de ventas como porcentaje de ventas netas en 40 puntos base. En términos absolutos, el costo de ventas subió 6% a Ps.1,021 millones especialmente por los mencionados incrementos en costos y al aumento en el volumen de ventas.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 19.1% de 19.2% debido básicamente a la mencionada adopción de la NIIF 15, lo cual generó menores gastos. En términos absolutos, los gastos subieron 4% a Ps.256 millones principalmente por el fortalecimiento del departamento de ventas de las operaciones de molienda de maíz.

La **utilidad de operación** bajó 12% a Ps.65 millones y el margen de operación se redujo a 4.8% de 5.7%.

El **UAFIRDA** disminuyó 2% a Ps.123 millones y el margen UAFIRDA se contrajo a 9.2% de 9.8%.

Gruma Centroamérica

El **volumen de ventas** subió 17% a 55 mil toneladas debido principalmente a (1) competencia menos agresiva, particularmente en Honduras, además de una mayor distribución de nuestra marca *flanker* de harina de maíz; (2) mayores ventas al Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas en Honduras; (3) menor disponibilidad de maíz ya que la cosecha en Honduras se retrasó, lo cual causó un alza significativa en los precios locales de maíz; y (4) falta de maíz en Nicaragua debido a que las áreas de siembra han disminuido en medio de un complicado entorno económico y político, lo cual impulsó la demanda de nuestras marcas *flanker* de harina de maíz.



Las **ventas netas** crecieron 10% a Ps.1,127 millones debido al aumento en el volumen de ventas y al efecto de la debilidad del peso. Sin embargo, las ventas netas y los precios promedio se vieron afectadas por la adopción de la NIIF 15, que representó un impacto de Ps.56 millones; y, por el cambio en la mezcla de ventas hacia nuestras marcas *flanker* de harina de maíz.





El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas aumentó a 64.7% de 61.3% debido principalmente a (1) la adopción de la NIIF 15, lo cual resultó en una menor absorción y que representó un impacto de 310 puntos base y, en menor medida, (2) el cambio en la mezcla de ventas hacia nuestras marcas *flanker* de harina de maíz; y (3) mayores costos de energía. En términos absolutos, el costo de ventas subió 16% a Ps.729 millones principalmente por (1) el aumento en el volumen de ventas; (2) la depreciación del peso; y (3) mayores costos de energía.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 26.6% de 31.1% debido especialmente a (1) la adopción de la NIIF 15, lo cual generó menores gastos de venta representando un beneficio de 350 puntos base; y (2) mejor absorción. En términos absolutos, los gastos de venta y administración se redujeron 6% a Ps.300 millones, principalmente como resultado de la adopción de la NIIF 15, lo cual contrarrestó en su totalidad los incrementos en gastos de venta y administración relacionados con el mayor volumen de ventas y la depreciación del peso.

La **utilidad de operación** subió 29% a Ps.100 millones y el margen de operación mejoró a 8.8% de 7.5%.

El **UAFIRDA** aumentó 26% a Ps.135 millones. El margen UAFIRDA mejoró a 12% de 10.5%.

Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **utilidad de operación** creció 6% a Ps.284 millones. Esto se debió principalmente a un mejor desempeño de Gruma Asia-Oceanía, ya que sus volúmenes y márgenes continuaron mejorando. El UAFIRDA subió 1% a Ps.188 millones.

LLAMADA DE CONFERENCIA

La llamada de conferencia del tercer trimestre se llevará a cabo el jueves 18 de octubre 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 (877) 407 0784, internacional +1 (201) 689 8560.

PROCEDIMIENTOS CONTABLES

Todas las cifras consolidadas han sido preparadas de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Los resultados de 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.18.8120/dólar al 30 de septiembre de 2018. La diferencia entre el uso de conversión simple y el tipo de cambio histórico se refleja en el renglón “Efecto por Conversión Simple” de la misma tabla.





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 20,600 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			ACUMULADO ENERO-SEPTIEMBRE		
	3T18	3T17	VAR (%)	2018	2017	VAR (%)
VENTAS NETAS	18,488	17,135	8	54,962	52,249	5
COSTO DE VENTAS	11,497	10,723	7	34,297	32,459	6
UTILIDAD BRUTA	6,991	6,411	9	20,665	19,790	4
MARGEN BRUTO (%)	37.8%	37.4%		37.6%	37.9%	
GASTOS DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN	4,546	4,104		13,516	12,905	
OTROS GASTOS (INGRESOS), NETO	9	(5)		48	50	
UTILIDAD DE OPERACIÓN	2,436	2,312	5	7,100	6,836	4
MARGEN OPERATIVO (%)	13.2%	13.5%		12.9%	13.1%	
COSTO DE FINANCIAMIENTO, NETO	432	63		1,052	853	
GASTOS FINANCIEROS	348	224		918	541	
PRODUCTOS FINANCIEROS	(24)	(187)		(58)	(216)	
RESULTADO EN INSTRUMENTOS FINANCIEROS DERIVADOS	44	(10)		54	701	
FLUCTUACIÓN CAMBIARIA	64	36		137	(172)	
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	729	591		2,183	1,549	
RESULTADO NETO	1,275	1,659	(23)	3,866	4,434	(13)
RESULTADO NETO MAYORITARIO	1,275	1,659	(23)	3,865	4,373	(12)
RESULTADO POR ACCIÓN ¹	2.98	3.83	(22)	9.02	10.11	(11)
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	576	489		1,688	1,493	
DETERIORO DE ACTIVOS DE LARGA DURACIÓN	12			24	5	
UAFIRDA ²	3,023	2,802	8	8,812	8,334	6
UAFIRDA/VENTAS(%)	16.4%	16.4%		16.0%	16.0%	
INVERSIONES (MILLONES US\$)	40	61		128	214	

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	Sep-18	Sep-17	VAR (%)	Jun-18	VAR (%)
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	3,747	3,695	1	5,369	(30)
CLIENTES	7,224	6,497	11	7,284	(1)
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	2,722	2,516	8	2,909	(6)
INVENTARIOS	11,594	10,617	9	12,667	(8)
ACTIVO CIRCULANTE	25,959	23,883	9	29,096	(11)
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO, NETO	28,797	26,772	8	29,840	(3)
ACTIVO TOTAL	61,003	57,849	5	65,444	(7)
DEUDA A CORTO PLAZO	2,421	3,244	(25)	6,519	(63)
PASIVO CIRCULANTE	14,181	14,041	1	19,651	(28)
DEUDA A LARGO PLAZO	18,379	16,910	9	17,248	7
PASIVO TOTAL	35,422	34,779	2	39,716	(11)
CAPITAL CONTABLE MAYORITARIO	25,593	23,076	11	25,740	(1)
CAPITAL CONTABLE TOTAL	25,581	23,070	11	25,728	(1)
ACTIVO CIRCULANTE/PASIVO CIRCULANTE	1.83	1.70		1.48	
PASIVO TOTAL/CAPITAL CONTABLE TOTAL	1.38	1.51		1.54	
DEUDA/UAFIRDA ³	1.76	1.77		2.05	
UAFIRDA/GASTOS FINANCIEROS ³	10.11	15.67		11.10	
VALOR CONTABLE POR ACCIÓN ¹	59.73	53.32		60.01	

¹ En base a 428,490,992 acciones para septiembre 2018, 432,749,079 para septiembre 2017 y 428,915,430 acciones para junio 2018.

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-SEPTIEMBRE					
		3T18	%	3T17	%	VAR (\$)	VAR (%)	2018	%	2017	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS¹	VOLUMEN DE VENTAS ²	354		342		13	4	1,045		1,020		25	2
	VENTAS NETAS	10,070		9,754		316	3	29,741		28,892		849	3
Harina de maíz, tortilla y otros	COSTO DE VENTA	5,860	58.2	5,521	56.6	339	6	17,130	57.6	16,353	56.6	777	5
	UTILIDAD BRUTA	4,210	41.8	4,233	43.4	(22)	(1)	12,611	42.4	12,539	43.4	72	1
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	2,815	27.9	2,845	29.2	(30)	(1)	8,352	28.1	8,436	29.2	(84)	(1)
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	1,392	13.8	1,384	14.2	8	1	4,253	14.3	4,058	14.0	195	5
	UAFIRDA	1,746	17.3	1,676	17.2	71	4	5,262	17.7	4,931	17.1	330	7
GIMSA	VOLUMEN DE VENTAS	520		512		7	1	1,533		1,499		34	2
Harina de maíz y otros	VENTAS NETAS	5,204		4,864		339	7	15,125		14,391		734	5
	COSTO DE VENTA	3,769	72.4	3,523	72.4	245	7	10,916	72.2	10,500	73.0	416	4
	UTILIDAD BRUTA	1,435	27.6	1,341	27.6	94	7	4,209	27.8	3,891	27.0	318	8
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	840	16.1	755	15.5	85	11	2,442	16.1	2,235	15.5	206	9
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	600	11.5	594	12.2	6	1	1,747	11.5	1,757	12.2	(10)	(1)
	UAFIRDA	831	16.0	790	16.2	40	5	2,431	16.1	2,342	16.3	88	4
GRUMA EUROPA¹	VOLUMEN DE VENTAS ²	92		84		9	10	259		289		(30)	(11)
Harina de maíz, tortilla y otros	VENTAS NETAS	1,340		1,281		59	5	4,043		3,872		170	4
	COSTO DE VENTA	1,021	76.2	968	75.5	54	6	3,084	76.3	2,928	75.6	156	5
	UTILIDAD BRUTA	319	23.8	314	24.5	5	2	958	23.7	944	24.4	14	2
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	256	19.1	246	19.2	10	4	799	19.8	809	20.9	(10)	(1)
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	65	4.8	74	5.7	(9)	(12)	163	4.0	142	3.7	21	15
	UAFIRDA	123	9.2	126	9.8	(3)	(2)	340	8.4	294	7.6	46	16
GRUMA CENTROAMÉRICA	VOLUMEN DE VENTAS	55		47		8	17	154		141		13	9
Harina de maíz y otros	VENTAS NETAS	1,127		1,021		106	10	3,335		3,251		84	3
	COSTO DE VENTA	729	64.7	626	61.3	103	16	2,160	64.8	2,028	62.4	132	7
	UTILIDAD BRUTA	398	35.3	395	38.7	3	1	1,176	35.2	1,223	37.6	(48)	(4)
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	300	26.6	317	31.1	(18)	(6)	909	27.2	1,003	30.8	(94)	(9)
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	100	8.8	77	7.5	23	29	269	8.1	220	6.8	48	22
	UAFIRDA	135	12.0	107	10.5	28	26	375	11.3	312	9.6	63	20
OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES	VOLUMEN DE VENTAS	6		9		(3)	(32)	37		24		13	55
	VENTAS NETAS	747		739		8	1	2,464		2,021		443	22
	COSTO DE VENTA	115	15.4	379	51.3	(264)	(70)	821	33.3	700	34.6	121	17
	UTILIDAD BRUTA	632	84.6	360	48.7	272	76	1,644	66.7	1,321	65.4	323	24
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	336	45.0	89	12.0	247	278	947	38.4	459	22.7	488	106
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	284	38.0	267	36.1	17	6	669	27.2	750	37.1	(81)	(11)
	UAFIRDA	188	25.2	187	25.3	1	1	361	14.7	503	24.9	(142)	(28)
EFFECTO POR CONVERSION SIMPLE³	VENTAS NETAS	(1)		(526)		524	100	253		(178)		431	242
	COSTO DE VENTA	3		(294)		297	101	185		(51)		236	466
	UTILIDAD BRUTA	(4)		(232)		227	98	67		(127)		195	153
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	(0)		(148)		148	100	67		(38)		106	276
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	(4)		(83)		79	95	(0)		(91)		91	100
	UAFIRDA	0		(84)		84	100	44		(50)		93	188
CONSOLIDADO	VOLUMEN DE VENTAS	1,027		993		34	3	3,027		2,972		55	2
	VENTAS NETAS	18,488		17,135		1,353	8	54,962		52,249		2,712	5
	COSTO DE VENTA	11,497	62.2	10,723	62.6	774	7	34,297	62.4	32,459	62.1	1,838	6
	UTILIDAD BRUTA	6,991	37.8	6,411	37.4	579	9	20,665	37.6	19,790	37.9	874	4
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	4,546	24.6	4,104	24.0	442	11	13,516	24.6	12,905	24.7	612	5
	OTROS GTOS. (ING.), NETO	9		(5)		14	286	48		50		(2)	(4)
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	2,436	13.2	2,312	13.5	123	5	7,100	12.9	6,836	13.1	265	4
	UAFIRDA	3,023	16.4	2,802	16.4	222	8	8,812	16.0	8,334	16.0	478	6

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

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

³ La diferencia entre el uso de conversión simple y el tipo de cambio histórico se refleja en "Efecto por Conversión Simple".