



Relación con Inversionistas

ir@gruma.com

Tel: 52 (81) 8399-3349

www.gruma.com

San Pedro Garza García, N.L., México; 24 de julio de 2019

GRUMA REPORTA RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2019

DATOS SOBRESALIENTES

Durante el trimestre, el volumen, ventas netas y márgenes de GRUMA presentaron una fuerte tendencia de mejora en comparación al inicio del año, impulsado principalmente por Gruma Estados Unidos. Aún y cuando los incrementos de precio para contrarrestar ciertas presiones en costos no se han implementado a los clientes grandes del negocio de tortilla del canal minorista, hemos logrado mejorar resultados mediante mezcla de ventas, especialmente en el negocio de tortilla al canal minorista, crecimiento en volumen en harina de maíz y en el canal institucional del negocio de tortilla y eficiencias internas. Se espera que esta tendencia de mejora continúe de manera secuencial durante el año.

A nivel consolidado el volumen de ventas bajó 1% como resultado de un crecimiento de 3% en Gruma Estados Unidos que fue contrarrestado con una disminución de 3% en GIMSA. En comparación con 1T19, el volumen consolidado subió 4% impulsado por Gruma Estado Unidos.

Las **ventas netas** subieron 2% debido principalmente a un crecimiento en volumen de 4% en Gruma Estados Unidos y de 5% en GIMSA. La fortaleza del peso mexicano ("MXN") frente al dólar estadounidense ("USD") y la fortaleza del dólar estadounidense contra otras monedas afectó el crecimiento en términos de pesos. Las ventas de las operaciones fuera de México representaron 73% de los resultados consolidados.

El **UAFIRDA** consolidado creció 3% y el margen UAFIRDA mejoró a 16.5% de 16.4% debido a la adopción de la Norma Internacional de Información Financiera 16 ("NIIF 16"), efectiva a partir de enero de 2019. En 2T19, el beneficio al UAFIRDA por la adopción de la NIIF 16 fue de Ps.219 millones a nivel consolidado. En comparación con 1T19, el UAFIRDA subió 11% y el margen UAFIRDA mejoró 100 puntos base. El UAFIRDA de las operaciones fuera de México representó el 74% de los resultados consolidados.

La **utilidad neta mayoritaria** disminuyó 3% a Ps.1,268 millones debido especialmente a un mayor costo de financiamiento neto. En comparación con 1T19, la utilidad neta mayoritaria aumentó 23% por menores impuestos.

La **deuda** de GRUMA fue de US\$1,452 millones, esto incluyendo los US\$222 millones por la adopción de la NIIF 16, y la razón **deuda neta/UAFIRDA** anualizada fue de 1.8x.



Datos Financieros Relevantes

(millones de pesos)

| | 2T19 | 2T18 | Var |
|--|--------|--------|----------|
| Volumen de Ventas (miles de toneladas) | 1,020 | 1,029 | (1)% |
| Ventas Netas | 19,314 | 18,942 | 2% |
| Utilidad de Operación | 2,362 | 2,519 | (6)% |
| Margen de Operación | 12.2% | 13.3% | (110) pb |
| UAFIRDA | 3,178 | 3,097 | 3% |
| Margen UAFIRDA | 16.5% | 16.4% | 10 pb |
| Utilidad Neta Mayoritaria | 1,268 | 1,308 | (3)% |

Deuda ⁽¹⁾

(millones de dólares)

| Jun'19 | Jun'18 | Var vs Jun'18 | | Mar'19 | Var vs Mar'19 | |
|--------|--------|---------------|-----|--------|---------------|-----|
| | | (\$) | (%) | | (\$) | (%) |
| 1,230 | 1,201 | 28 | 2 | 1,139 | 90 | 8% |

(1) No considera arrendamientos de US\$222 millones al 30 de junio de 2019.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

2T19 versus 2T18

El **volumen de ventas** disminuyó 1% a 1,020 mil toneladas reflejando principalmente la disminución en GIMSA. En comparación con 1T19, el volumen consolidado subió 4%, impulsado por Gruma Estados Unidos.

Las **ventas netas** subieron 2% a Ps.19,314 millones debido básicamente a (1) el crecimiento en volumen y mayores precios promedio en Gruma Estados Unidos; y (2) aumentos de precios en GIMSA. El crecimiento en las ventas netas se vio parcialmente contrarrestado por el fortalecimiento del peso mexicano contra el dólar estadounidense, especialmente en las cifras de Gruma Estados Unidos y Gruma Europa, lo cual representó aproximadamente Ps.239 millones, aunado a los impactos negativos del fortalecimiento del dólar estadounidense contra otras monedas.



El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas aumentó a 62.4% de 62.2% por Gruma Centroamérica y, en menor medida, Gruma Estados Unidos y Gruma Europa. En términos absolutos, el costo de ventas subió 2% a Ps.12,051 millones, debido principalmente a mayores costos de ciertos insumos, especialmente en Gruma Estados Unidos y GIMSA.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas subieron a 24.9% de 24.2% debido a mayores gastos de fletes y mercadotecnia, particularmente en GIMSA y Gruma Asia y Oceanía, a pagos por indemnizaciones, a proyectos de tecnologías de información y a gastos legales. En términos absolutos, los gastos de venta y administración subieron 5% a Ps.4,806 millones debido a los factores señalados y a mayores gastos de distribución en Gruma Estados Unidos por el crecimiento en volumen y mejores precios por mezcla de ventas.

Otros gastos, neto, fueron Ps.94 millones en comparación con Ps.67 millones. La diferencia de Ps.27 millones se debió principalmente a deterioro de activos de larga duración.

La **utilidad de operación** se redujo 6% a Ps.2,362 millones. El margen de operación bajó a 12.2% de 13.3%. En comparación con 1T19, la utilidad de operación subió 15% y el margen de operación mejoró 120 puntos base.

El **UAFIRDA** subió 3% a Ps.3,178 millones. El margen UAFIRDA mejoró a 16.5% de 16.4% por el beneficio de Ps.219 millones que resultaron de la adopción de la NIIF 16. En comparación con 1T19, el UAFIRDA creció 11% y el margen UAFIRDA mejoró 100 puntos base.

El **costo de financiamiento, neto**, fue de Ps.476 millones, un aumento de Ps.118 millones, debido principalmente a mayores gastos por intereses derivado de (1) una mayor proporción de deuda denominada en pesos; (2) Ps.50 millones por la adopción de la NIIF 16; y, en menor medida, (3) mayores tasas de interés; y 4) mayor deuda promedio.

Los **impuestos a la utilidad** fueron de Ps.608 millones, 29% menos que en 2T18 debido a una menor tasa efectiva de impuestos y menor utilidad antes de impuestos. La tasa efectiva de impuestos mejoró a 32.3% de 39.5% principalmente por (1) menor tasa de inflación en México, lo cual redujo ganancias inflacionarias en la deuda de GRUMA; y (2) menores pérdidas cambiarias relacionadas con préstamos interfiliales de subsidiarias extranjeras.

La **utilidad neta mayoritaria** se redujo 3% a Ps.1,268 millones, debido principalmente a mayores gastos de venta y administración y a mayor costo de financiamiento neto, lo cual fue prácticamente contrarrestado con menores impuestos. En comparación con 1T19, la utilidad neta mayoritaria aumentó 23% por un mejor desempeño operativo de Gruma Estados Unidos y menores impuestos.



SITUACIÓN FINANCIERA

Junio 2019 versus marzo 2019

Datos Sobresalientes de Balance

Los **activos totales** aumentaron 1% a Ps.68,093 millones debido principalmente a mayores saldos de efectivo y mayores cuentas por cobrar, especialmente en Gruma Estados Unidos por crecimiento en volumen y mejores precios, y en GIMSA, por los aumentos de precios.

Los **pasivos totales** subieron 5% a Ps.43,032 millones primordialmente por (1) mayor deuda por mayores saldos de efectivo y (2) mayores cuentas por pagar relacionadas con dividendos decretados.

El **capital contable** disminuyó 5% a Ps.25,060 millones.

Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA fue de US\$1,230 millones, US\$90 millones más que en marzo 2019, de lo cual US\$50 millones está relacionado con mayores saldos de efectivo. Aproximadamente 55% de la deuda de GRUMA estaba denominada en dólares. Al considerarse la adopción de la NIIF 16, la deuda aumenta US\$222 millones a US\$1,452 millones.

Deuda ⁽¹⁾ (millones de dólares)

| Jun'19 | Jun'18 | Var vs Jun'18 | | Mar'19 | Var vs Mar'19 | |
|--------|--------|---------------|-----|--------|---------------|-----|
| | | (\$) | (%) | | (\$) | (%) |
| 1,230 | 1,201 | 28 | 2 | 1,139 | 90 | 8% |





Perfil de Vencimientos de Deuda (1)

(millones de dólares)

| | Tasa | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | TOTAL |
|--|---------------------|--------------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|------------|----------------|
| Bono 2024 (USD) | Fija 4.875% | | | | | | 400.0 | | 400.0 |
| Crédito Sindicado Rabobank Plazo (USD \$150) | LIBOR + 1% | 11.3 | 22.5 | 26.3 | 82.5 | | | | 142.5 |
| Crédito Revolvente Scotiabank (USD \$120) | LIBOR + 0.75% | | 120.0 | | | | | | 120.0 |
| Cebures 2023 (MXN \$3,000) | Fija 8.52% | | | | | 156.5 | | | 156.5 |
| Préstamo bancario (MXN \$2,000) | TIIE + 0.55% | | | 104.3 | | | | | 104.3 |
| Otros: | | | | | | | | | |
| MXN | 8.64% | 282.8 | | | | | | | 282.8 |
| USD | 3.32% | 8.0 | | | | | | | 8.0 |
| EUR | 1.53% | 3.5 | 3.7 | 2.3 | 2.1 | 1.9 | 1.9 | | 15.5 |
| TOTAL | 6.19%(prom.) | 305.5 | 146.2 | 132.9 | 84.6 | 158.4 | 401.9 | 0.0 | 1,229.6 |

(1) No considera arrendamientos de US\$222 millones al 30 de junio de 2019.

INVERSIONES

Las inversiones de GRUMA fueron US\$20 millones en 2T19 y se destinaron a aumentos de capacidad, principalmente en las plantas de tortilla en Malasia, para tortillas de harina de trigo; en Puebla, en el centro de México, para galletas de maíz; y en Tijuana, en el noroeste de México, para totopos de maíz. Las inversiones también se destinaron a mantenimiento y mejoras tecnológicas en general.

RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

2T19 versus 2T18

Gruma Estados Unidos

El volumen de ventas subió 3% a 365 mil toneladas y 6% versus 1T19. El volumen de ventas de harina de maíz subió 7% por (1) ganancia de clientes debido a un servicio y calidad de producto superior; (2) crecimiento de pequeños restaurantes de comida mexicana y de pequeñas compañías de tortilla abastecidas por distribuidores del canal institucional y por clubes de precios; (3) promociones exitosas por parte de grandes cadenas de restaurantes; y (4) promociones más frecuentes y más exhibidores en tiendas, por mayores periodos de tiempo, en el canal minorista. El negocio de tortilla creció 1% debido al canal institucional por grandes cadenas de restaurantes beneficiándose por mayores ventas en línea y, en menor medida, por distribuidores abasteciendo a restaurantes pequeños. El canal minorista se mantuvo sin cambio mientras que la compañía favoreció el crecimiento de alternativas más saludables, particularmente tortillas bajas en carbohidratos.



Las **ventas netas** aumentaron 4% a Ps.10,618 millones por mayor volumen de ventas y mayores precios promedio, especialmente en el negocio de tortilla. Los precios promedio fueron mayores principalmente por el cambio en la mezcla de ventas en el negocio de tortilla al canal minorista, favoreciendo SKUs de mejor precio, particularmente tortillas bajas en carbohidratos, tortillas libres de gluten, tortillas de harina de trigo *super soft* y paquetes de tortillas de maíz de menor cantidad.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas se mantuvo básicamente sin cambio en 57.2%. La compañía ha logrado contrarrestar en gran medida presiones en costos por mano de obra, transporte y empaque, entre otras, con el cambio en mezcla de ventas hacia SKUs de mejor margen y con eficiencias en producción y logística. En términos absolutos, el costo de ventas aumentó 4% a Ps.6,071 millones debido a (1) mayor volumen de ventas; (2) presiones en costos; (3) mayor depreciación, reflejando principalmente la planta de Dallas; y (4) el cambio en la mezcla de ventas hacia alternativas más saludables, las cuales tienen mayor costo de materias primas.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas subieron ligeramente a 28.1% de 28.0% principalmente por gastos relacionados con proyectos de tecnologías de la información y por indemnizaciones. En términos absolutos, los gastos de venta y administración aumentaron 5% debido a los gastos mencionados y de manera más importante por mayores gastos de distribución en línea con el crecimiento en volumen de ventas y los mayores precios promedio.

La **utilidad de operación** creció 3% a Ps.1,566 millones y el margen operativo bajó a 14.7% de 14.9%. En comparación con 1T19, la utilidad de operación aumentó 22% y el margen operativo mejoró 200 puntos base.

El **UAFIRDA** subió 10% a Ps.2,027 millones. El margen UAFIRDA mejoró 100 puntos base a 19.1% de 18.1%. La adopción de la NIIF 16 representó un beneficio de Ps.158 millones. En comparación con 1T19, en donde no hay beneficio por la NIIF 16, el UAFIRDA creció 12% y el margen UAFIRDA mejoró 130 puntos base.

GIMSA

El **volumen de ventas** bajó 3% a 506 mil toneladas por menores ventas a mayoristas. El volumen de ventas ha estado creciendo en forma secuencial, mostrando un incremento de 4% con respecto a 1T19.

Las **ventas netas** subieron 5% a Ps.5,396 millones debido principalmente a los incrementos de precios implementados a finales de enero de 2019 y en agosto de 2018. Además, el cambio en la mezcla de ventas hacia presentaciones a granel benefició los precios promedio.



El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 71.2% de 71.3% debido a (1) una mejor mezcla de ventas; y (2) incrementos de precios implementados para contrarrestar los mayores costos. En términos absolutos, el costo de ventas aumentó 5% a Ps.3,842 millones por los incrementos en costo señalados.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas subieron a 16.6% de 16.1% debido principalmente a mayores gastos de fletes por mayores tarifas y envíos entre plantas para satisfacer la demanda en ciertas regiones. En términos absolutos, los gastos aumentaron 8% a Ps.895 millones por los factores señalados y por mayores gastos de mercadotecnia.

Otros gastos, neto, fueron Ps.31 millones en comparación con Ps.50 millones, 38% menos básicamente por menores pérdidas en coberturas de gas natural además de mayores ganancias en coberturas maíz relacionadas con maíz importado.

La **utilidad de operación** subió 6% a Ps.628 millones y el margen operativo mejoró a 11.6% de 11.5%.

El **UAFIRDA** aumentó 7% a Ps.872 millones. El margen UAFIRDA mejoró a 16.2% de 16%. La adopción de la NIIF 16 representó un beneficio de Ps.11 millones.

Gruma Europa



El **volumen de ventas** subió 5% a 90 mil toneladas. El volumen de ventas en el negocio de **molienda de maíz** aumentó 2%, debido a mayores ventas de (1) subproductos para consumo animal debido a oportunidades en el mercado; y (2) *grits* para *snacks* debido a nuevos clientes en Italia y Turquía y por mayores ventas a clientes en Israel. El negocio de **tortilla** aumentó 10% debido a (1) nuevos clientes en el canal minorista en el Reino Unido, Alemania, Italia y el norte de África; (2) mayor distribución a clientes del canal minorista además de lanzamientos de nuevos productos; y (3) mayor uso de tortillas para *wraps* en cadenas globales de restaurantes de comida rápida y para platillos de cocina de Medio Oriente en restaurantes locales.

Las **ventas netas** crecieron 2% a Ps.1,424 millones por el crecimiento en el volumen de ventas. Los precios promedio disminuyeron derivado primordialmente de (1) efectos negativos por fluctuaciones cambiarias, básicamente por el fortalecimiento del dólar estadounidense contra la libra esterlina y el euro; y en menor medida, (2) el cambio en la mezcla de ventas hacia subproductos en el negocio de molienda de maíz.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 75.6% de 75.2% principalmente por mayores costos de materia prima, empaque y energía, los cuales no se han transferido totalmente a precios. En términos absolutos, el costo de ventas subió 3% a Ps.1,077 millones por el crecimiento en el volumen de ventas y los mencionados aumentos en costos, los cuales fueron parcialmente contrarrestados por fluctuaciones cambiarias.





Resultados 2T19

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas subieron a 19.6% de 19.4% debido a mayores gastos de administración en el negocio de tortilla y a una menor absorción en el negocio de molienda de maíz por mezcla de ventas. En términos absolutos, los gastos crecieron 4% a Ps.279 millones esencialmente por el crecimiento en el volumen de ventas.

La **utilidad de operación** bajó 7% a Ps.70 millones y el margen de operación disminuyó a 4.9% de 5.4%.

El **UAFIRDA** bajó 4% a Ps.131 millones y el margen UAFIRDA disminuyó 60 puntos base a 9.2% de 9.8%. La adopción de la NIIF 16 representó un beneficio de Ps.3 millones. Gruma Europa también está mostrando mejoras secuenciales en resultados, al más que duplicar su utilidad de operación y aumentar su UAFIRDA 53% en comparación con 1T19.

Gruma Centroamérica

El **volumen de ventas** subió 2% a 52 mil toneladas debido principalmente a (1) mayor aceptación por parte de los consumidores de harina de maíz con mayor rendimiento en el canal minorista en Guatemala; (2) escasez de maíz y altos precios locales; y (3) mayor distribución y demanda de nuestra marca *flanker* de harina de maíz. La comparación con el volumen de ventas se vio afectada por ventas de maíz realizadas el año pasado.



Las **ventas netas** bajaron 4% a Ps.1,123 millones primordialmente por impactos negativos de fluctuaciones cambiarias al medirse las cifras en términos de pesos mexicanos. Las monedas de Centroamérica se debilitaron contra el dólar estadounidense y el peso mexicano se fortaleció contra el dólar estadounidense. En menor medida, la mezcla de ventas favoreciendo las marcas *flanker* de harina de maíz y mayores descuentos en el negocio de *snacks* también afectaron los precios promedio.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas aumentó a 66.2% de 64.4% por el cambio en la mezcla de ventas hacia marcas *flanker* de harina de maíz y por los mayores descuentos en el negocio de *snacks*. En términos absolutos, el costo de ventas bajó 1% a Ps.743 millones por las fluctuaciones cambiarias señaladas.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 26.7% de 27.8% debido especialmente a (1) menores gastos de fletes por eficiencias en logística y distribución; y (2) ahorros por el proceso de reestructuración de la compañía. En términos absolutos, los gastos de venta y administración se redujeron 7% a Ps.300 millones, principalmente por (1) impactos positivos de fluctuaciones cambiarias al medirse las cifras en términos de pesos; y (2) las reducciones mencionadas.

La **utilidad de operación** disminuyó 14% a Ps.79 millones y el margen de operación cayó 90 puntos base a 7%.





El **UAFIRDA** se redujo 5% a Ps.122 millones y el margen UAFIRDA bajó 10 puntos base a 10.9% de 11%. El beneficio por la adopción de la NIIF 16 fue de Ps.5 millones.

Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **utilidad de operación** disminuyó Ps.201 millones a Ps.32 millones debido a un cargo virtual de Ps.66 millones relacionado con deterioro de activos de larga duración, gastos por proyectos de tecnologías de información, gastos por indemnizaciones, mayores gastos de mercadotecnia y fletes en Gruma Asia-Oceanía y en el negocio de tortilla en México, además de honorarios legales. El UAFIRDA fue de Ps.31 millones, Ps.100 millones menos que el año anterior, pero Ps.36 millones más que en 1T19.

LLAMADA DE CONFERENCIA

La llamada de conferencia del segundo trimestre se llevará a cabo el jueves 25 de julio de 2019 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.19.1685/dólar al 30 de junio de 2019. 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 2018, GRUMA logró ventas netas de aproximadamente US\$3,900 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-JUNIO | | |
|---|------------|--------|---------|-----------------------|--------|---------|
| | 2T19 | 2T18 | VAR (%) | 2019 | 2018 | VAR (%) |
| VENTAS NETAS | 19,314 | 18,942 | 2 | 37,893 | 36,474 | 4 |
| COSTO DE VENTAS | 12,051 | 11,779 | 2 | 23,831 | 22,800 | 5 |
| UTILIDAD BRUTA | 7,263 | 7,163 | 1 | 14,062 | 13,674 | 3 |
| MARGEN BRUTO (%) | 37.6% | 37.8% | | 37.1% | 37.5% | |
| GASTOS DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN | 4,806 | 4,577 | | 9,538 | 8,971 | |
| OTROS GASTOS (INGRESOS), NETO | 94 | 67 | | 112 | 39 | |
| UTILIDAD DE OPERACIÓN | 2,362 | 2,519 | (6) | 4,411 | 4,665 | (5) |
| MARGEN OPERATIVO (%) | 12.2% | 13.3% | | 11.6% | 12.8% | |
| COSTO DE FINANCIAMIENTO, NETO | 476 | 358 | | 900 | 619 | |
| GASTOS FINANCIEROS | 494 | 327 | | 959 | 570 | |
| PRODUCTOS FINANCIEROS | (26) | (17) | | (54) | (33) | |
| RESULTADO EN INSTRUMENTOS FINANCIEROS DERIVADOS | 48 | (91) | | 35 | 10 | |
| FLUCTUACIÓN CAMBIARIA | (39) | 139 | | (40) | 73 | |
| IMPUESTOS A LA UTILIDAD | 608 | 854 | | 1,204 | 1,454 | |
| RESULTADO NETO | 1,269 | 1,307 | (3) | 2,298 | 2,591 | (11) |
| RESULTADO NETO MAYORITARIO | 1,268 | 1,308 | (3) | 2,297 | 2,590 | (11) |
| RESULTADO POR ACCIÓN ¹ | 3.04 | 3.05 | (0) | 5.50 | 6.04 | (9) |
| DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN | 749 | 567 | | 1,571 | 1,112 | |
| DETERIORO DE ACTIVOS DE LARGA DURACIÓN | 66 | 12 | | 66 | 12 | |
| UAFIRDA ² | 3,178 | 3,097 | 3 | 6,049 | 5,789 | 4 |
| UAFIRDA/VENTAS(%) | 16.5% | 16.4% | | 16.0% | 15.9% | |
| INVERSIONES (MILLONES US\$) | 20 | 55 | | 50 | 88 | |

| ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA | Jun-19 | Jun-18 | VAR (%) | Mar-19 | VAR (%) |
|---|---------------|---------------|------------|---------------|------------|
| EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO | 4,829 | 5,369 | (10) | 3,885 | 24 |
| CLIENTES | 7,928 | 7,284 | 9 | 7,544 | 5 |
| OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR | 2,930 | 2,909 | 1 | 2,673 | 10 |
| INVENTARIOS | 11,472 | 12,667 | (9) | 11,755 | (2) |
| ACTIVO CIRCULANTE | 27,794 | 29,096 | (4) | 26,483 | 5 |
| PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO, NETO | 33,753 | 29,840 | 13 | 34,235 | (1) |
| ACTIVO TOTAL | 68,093 | 65,444 | 4 | 67,283 | 1 |
| DEUDA A CORTO PLAZO | 6,725 | 6,519 | 3 | 7,119 | (6) |
| PASIVO CIRCULANTE | 19,182 | 19,651 | (2) | 18,913 | 1 |
| DEUDA A LARGO PLAZO | 21,011 | 17,248 | 22 | 19,156 | 10 |
| PASIVO TOTAL | 43,032 | 39,716 | 8 | 40,887 | 5 |
| CAPITAL CONTABLE MAYORITARIO | 25,072 | 25,740 | (3) | 26,407 | (5) |
| CAPITAL CONTABLE TOTAL | 25,060 | 25,728 | (3) | 26,396 | (5) |
| ACTIVO CIRCULANTE/PASIVO CIRCULANTE | 1.45 | 1.48 | | 1.40 | |
| PASIVO TOTAL/CAPITAL CONTABLE TOTAL | 1.72 | 1.54 | | 1.55 | |
| DEUDA/UAFIRDA ³ | 2.31 | 2.05 | | 2.20 | |
| UAFIRDA/GASTOS FINANCIEROS ³ | 6.91 | 11.10 | | 7.60 | |
| VALOR CONTABLE POR ACCIÓN ¹ | 60.03 | 60.01 | | 62.73 | |

¹ En base a 417,662,059 acciones para junio 2019, 428,915,430 para junio 2018 y 420,957,493 acciones para marzo 2019.

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-JUNIO | | | | | |
|--|--------------------------------|---------------|------|--------|------|----------|---------|-----------------------|------|--------|------|----------|---------|
| | | 2T19 | % | 2T18 | % | VAR (\$) | VAR (%) | 2019 | % | 2018 | % | VAR (\$) | VAR (%) |
| GRUMA ESTADOS UNIDOS¹ | VOLUMEN DE VENTAS ² | 365 | | 353 | | 11 | 3 | 708 | | 690 | | 18 | 3 |
| | VENTAS NETAS | 10,618 | | 10,186 | | 433 | 4 | 20,797 | | 20,044 | | 753 | 4 |
| Harina de maíz, tortilla y otros | COSTO DE VENTA | 6,071 | 57.2 | 5,818 | 57.1 | 253 | 4 | 11,982 | 57.6 | 11,484 | 57.3 | 498 | 4 |
| | UTILIDAD BRUTA | 4,548 | 42.8 | 4,368 | 42.9 | 180 | 4 | 8,815 | 42.4 | 8,560 | 42.7 | 255 | 3 |
| | GASTOS DE VENTA Y ADM. | 2,988 | 28.1 | 2,849 | 28.0 | 139 | 5 | 5,962 | 28.7 | 5,642 | 28.2 | 320 | 6 |
| | UTILIDAD DE OPERACIÓN | 1,566 | 14.7 | 1,514 | 14.9 | 52 | 3 | 2,854 | 13.7 | 2,915 | 14.5 | (60) | (2) |
| | UAFIRDA | 2,027 | 19.1 | 1,847 | 18.1 | 179 | 10 | 3,843 | 18.5 | 3,582 | 17.9 | 261 | 7 |
| GIMSA | VOLUMEN DE VENTAS | 506 | | 521 | | (15) | (3) | 994 | | 1,013 | | (19) | (2) |
| Harina de maíz y otros | VENTAS NETAS | 5,396 | | 5,125 | | 271 | 5 | 10,507 | | 9,921 | | 585 | 6 |
| | COSTO DE VENTA | 3,842 | 71.2 | 3,656 | 71.3 | 186 | 5 | 7,486 | 71.3 | 7,147 | 72.0 | 339 | 5 |
| | UTILIDAD BRUTA | 1,554 | 28.8 | 1,469 | 28.7 | 85 | 6 | 3,021 | 28.7 | 2,774 | 28.0 | 247 | 9 |
| | GASTOS DE VENTA Y ADM. | 895 | 16.6 | 827 | 16.1 | 68 | 8 | 1,755 | 16.7 | 1,601 | 16.1 | 154 | 10 |
| | UTILIDAD DE OPERACIÓN | 628 | 11.6 | 592 | 11.5 | 36 | 6 | 1,219 | 11.6 | 1,147 | 11.6 | 72 | 6 |
| | UAFIRDA | 872 | 16.2 | 818 | 16.0 | 53 | 7 | 1,710 | 16.3 | 1,600 | 16.1 | 110 | 7 |
| GRUMA EUROPA¹ | VOLUMEN DE VENTAS ² | 90 | | 86 | | 5 | 5 | 180 | | 166 | | 14 | 8 |
| Harina de maíz, tortilla y otros | VENTAS NETAS | 1,424 | | 1,392 | | 32 | 2 | 2,746 | | 2,753 | | (7) | (0) |
| | COSTO DE VENTA | 1,077 | 75.6 | 1,047 | 75.2 | 30 | 3 | 2,090 | 76.1 | 2,102 | 76.3 | (12) | (1) |
| | UTILIDAD BRUTA | 347 | 24.4 | 345 | 24.8 | 2 | 1 | 656 | 23.9 | 651 | 23.7 | 5 | 1 |
| | GASTOS DE VENTA Y ADM. | 279 | 19.6 | 270 | 19.4 | 10 | 4 | 563 | 20.5 | 554 | 20.1 | 9 | 2 |
| | UTILIDAD DE OPERACIÓN | 70 | 4.9 | 75 | 5.4 | (5) | (7) | 96 | 3.5 | 101 | 3.7 | (5) | (5) |
| | UAFIRDA | 131 | 9.2 | 137 | 9.8 | (5) | (4) | 217 | 7.9 | 222 | 8.0 | (4) | (2) |
| GRUMA CENTROAMÉRICA | VOLUMEN DE VENTAS | 52 | | 51 | | 1 | 2 | 106 | | 99 | | 6 | 7 |
| Harina de maíz y otros | VENTAS NETAS | 1,123 | | 1,164 | | (41) | (4) | 2,256 | | 2,208 | | 47 | 2 |
| | COSTO DE VENTA | 743 | 66.2 | 750 | 64.4 | (7) | (1) | 1,508 | 66.9 | 1,431 | 64.8 | 77 | 5 |
| | UTILIDAD BRUTA | 380 | 33.8 | 414 | 35.6 | (34) | (8) | 747 | 33.1 | 777 | 35.2 | (30) | (4) |
| | GASTOS DE VENTA Y ADM. | 300 | 26.7 | 323 | 27.8 | (23) | (7) | 576 | 25.5 | 609 | 27.6 | (34) | (6) |
| | UTILIDAD DE OPERACIÓN | 79 | 7.0 | 92 | 7.9 | (13) | (14) | 171 | 7.6 | 169 | 7.7 | 2 | 1 |
| | UAFIRDA | 122 | 10.9 | 128 | 11.0 | (6) | (5) | 256 | 11.4 | 240 | 10.9 | 16 | 7 |
| OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES | VOLUMEN DE VENTAS | 7 | | 17 | | (10) | (61) | 18 | | 31 | | (13) | (42) |
| | VENTAS NETAS | 782 | | 867 | | (85) | (10) | 1,615 | | 1,717 | | (102) | (6) |
| | COSTO DE VENTA | 328 | 41.9 | 368 | 42.4 | (40) | (11) | 764 | 47.3 | 706 | 41.1 | 58 | 8 |
| | UTILIDAD BRUTA | 454 | 58.1 | 498 | 57.4 | (44) | (9) | 851 | 52.7 | 1,011 | 58.9 | (160) | (16) |
| | GASTOS DE VENTA Y ADM. | 352 | 45.0 | 253 | 29.2 | 99 | 39 | 691 | 42.8 | 611 | 35.6 | 80 | 13 |
| | UTILIDAD DE OPERACIÓN | 32 | 4.1 | 233 | 26.9 | (201) | (86) | 90 | 5.6 | 386 | 22.5 | (296) | (77) |
| | UAFIRDA | 31 | 4.0 | 131 | 15.1 | (100) | (76) | 26 | 1.6 | 172 | 10.0 | (146) | (85) |
| EFFECTO POR CONVERSION SIMPLE³ | VENTAS NETAS | (30) | | 209 | | (239) | (114) | (27) | | (170) | | 143 | 84 |
| | COSTO DE VENTA | (9) | | 140 | | (150) | (107) | 1 | | (70) | | 71 | 101 |
| | UTILIDAD BRUTA | (21) | | 69 | | (89) | (130) | (28) | | (100) | | 72 | 72 |
| | GASTOS DE VENTA Y ADM. | (8) | | 55 | | (64) | (115) | (9) | | (48) | | 39 | 82 |
| | UTILIDAD DE OPERACIÓN | (12) | | 13 | | (25) | (192) | (20) | | (52) | | 33 | 63 |
| | UAFIRDA | (5) | | 36 | | (41) | (114) | (4) | | (27) | | 23 | 85 |
| CONSOLIDADO | VOLUMEN DE VENTAS | 1,020 | | 1,029 | | (8) | (1) | 2,005 | | 2,000 | | 5 | 0 |
| | VENTAS NETAS | 19,314 | | 18,942 | | 372 | 2 | 37,893 | | 36,474 | | 1,419 | 4 |
| | COSTO DE VENTA | 12,051 | 62.4 | 11,779 | 62.2 | 272 | 2 | 23,831 | 62.9 | 22,800 | 62.5 | 1,031 | 5 |
| | UTILIDAD BRUTA | 7,263 | 37.6 | 7,163 | 37.8 | 100 | 1 | 14,062 | 37.1 | 13,674 | 37.5 | 388 | 3 |
| | GASTOS DE VENTA Y ADM. | 4,806 | 24.9 | 4,577 | 24.2 | 229 | 5 | 9,538 | 25.2 | 8,971 | 24.6 | 567 | 6 |
| | OTROS GTOS. (ING.), NETO | 94 | | 67 | | 27 | 41 | 112 | | 39 | | 74 | 189 |
| | UTILIDAD DE OPERACIÓN | 2,362 | 12.2 | 2,519 | 13.3 | (156) | (6) | 4,411 | 11.6 | 4,665 | 12.8 | (253) | (5) |
| | UAFIRDA | 3,178 | 16.5 | 3,097 | 16.4 | 80 | 3 | 6,049 | 16.0 | 5,789 | 15.9 | 260 | 4 |

¹ Conversión simple al tipo de cambio de Ps.19.1685/dólar al 30 de junio de 2019. Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

² Todas 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".