



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

San Pedro Garza García, N.L., México; 22 de julio de 2020

GRUMA REPORTA RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2020

A pesar de que el mundo ha experimentado disrupciones debido a la pandemia de coronavirus ("COVID-19"), GRUMA ha sido capaz de continuar creciendo, aumentando fuertemente sus ventas netas y mejorando sus márgenes a niveles históricos.

DATOS SOBRESALIENTES

A nivel consolidado el **volumen de ventas** subió 4%, derivado del fuerte crecimiento en todas las operaciones, con excepción de Gruma Asia-Oceanía.

Las **ventas netas** aumentaron 25% debido primordialmente a un mayor volumen, a mayores precios promedio en Gruma Estados Unidos y en GIMSA, además de la debilidad del peso mexicano ("MXN" o "peso"), que benefició las operaciones de GRUMA en el extranjero al medirse las cifras en términos de pesos. Las ventas de las operaciones fuera de México representaron 77% de los resultados consolidados.

El **UAFIRDA** creció 27% y el margen UAFIRDA mejoró 20 puntos base a 16.7% de 16.5% debido a un mejor desempeño en todas las subsidiarias, con excepción de Gruma Europa y, en mayor medida, al medirse las cifras en términos de pesos, por el beneficio de la debilidad del peso. El UAFIRDA de las operaciones fuera de México representó 79% de los resultados consolidados.

La cifra del UAFIRDA incluye costos y gastos relacionados con el COVID-19, lo que equivale a Ps.370 millones, de los cuales Ps.260 millones fueron de Gruma Estados Unidos, Ps.50 millones de GIMSA, Ps.10 millones de Gruma Europa y Ps.50 millones del resto de las operaciones.

La **utilidad neta mayoritaria** aumentó 38% a Ps.1,751 millones debido a un mejor desempeño operativo y por el beneficio de la debilidad del peso.

La **deuda** de GRUMA subió US\$90 millones durante el trimestre a US\$1,464 millones, representando una razón **deuda neta/UAFIRDA** de 1.9 veces.



Datos Financieros Relevantes
(millones de pesos)

	2T20	2T19	Var
Volumen de Ventas (miles de toneladas)	1,062	1,020	4%
Ventas Netas	24,146	19,314	25%
Utilidad de Operación	3,053	2,362	29%
Margen de Operación	12.6%	12.2%	40 pb
UAFIRDA	4,023	3,178	27%
Margen UAFIRDA	16.7%	16.5%	20 pb
Utilidad Neta Mayoritaria	1,751	1,268	38%

RESULTADOS CONSOLIDADOS

2T20 versus 2T19

El **volumen de ventas** creció 4% a 1,062 mil toneladas reflejando un crecimiento importante en todas las operaciones con excepción de Gruma Asia-Oceanía.

Las **ventas netas** se incrementaron 25% a Ps.24,146 millones debido especialmente a (1) el crecimiento en volumen y mayores precios por una mejor mezcla de ventas en Gruma Estados Unidos; (2) aumentos de precio y mayor volumen en GIMSA; y (3) mayor volumen en Gruma Centroamérica. Además, las ventas netas se vieron significativamente beneficiadas por la debilidad del peso mexicano contra el dólar estadounidense (“USD” o “dólar”) al medirse las cifras de las operaciones fuera de México en términos de pesos.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 60.5% de 62.4% debido principalmente a una mejor mezcla de ventas y mejor absorción en Gruma Estados Unidos. En términos absolutos, el costo de ventas subió 21% a Ps.14,615 millones, debido básicamente a (1) el impacto de la debilidad del peso en subsidiarias extranjeras; y, en menor medida, (2) mayor volumen y presiones de costos, particularmente en Gruma Estados Unidos y GIMSA; y (3) costos extraordinarios derivados del COVID-19.



Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas subieron a 26.5% de 24.9% principalmente por (1) Gruma Estados Unidos, debido al cambio de la mezcla de ventas entre canales en el negocio de totilla ya que las comisiones de venta y otros gastos de ventas son mayores en el canal minorista que en el canal institucional; y (2) GIMSA, debido a mayores fletes intercompañías por el apoyo a las operaciones de los Estados Unidos, mayores gastos de fletes absorbidos por la compañía por mayores ventas al canal minorista y mayores tarifas de fletes. En términos absolutos, los gastos de venta y administración aumentaron 33% a Ps.6,400 millones debido principalmente a (1) el impacto de la debilidad del peso en subsidiarias extranjeras; (2) mayor volumen y mayores precios promedio; (3) mayores comisiones de venta, particularmente en Gruma Estados Unidos; (4) mayores gastos de fletes en GIMSA; y (5) gastos extraordinarios por COVID-19.

Otros gastos, neto, fueron Ps.77 millones en comparación con Ps.94 millones. La mejora de Ps.17 millones fue debido principalmente a ganancias en coberturas de gas natural en GIMSA, a diferencia de pérdidas el año anterior.

La **utilidad de operación** subió 29% a Ps.3,053 millones. El margen de operación mejoró a 12.6% de 12.2%.

El **UAFIRDA** creció 27% a Ps.4,023 millones. El margen UAFIRDA mejoró a 16.7% de 16.5%.

El **costo de financiamiento, neto**, fue de Ps.392 millones, Ps.84 millones menos, debido básicamente a un menor gasto financiero por menores tasas de mercado y por una menor proporción de la deuda denominada en pesos.

Los **impuestos a la utilidad** fueron de Ps.910 millones, 50% más que en 2T19 debido primordialmente a una mayor utilidad antes de impuestos. La tasa efectiva de impuestos subió a 34.2% de 32.3%.

La **utilidad neta mayoritaria** subió 38% a Ps.1,751 millones, debido a un mejor desempeño operativo y, en menor medida, al beneficio de la debilidad del peso.



SITUACIÓN FINANCIERA

Junio 2020 versus marzo 2020

Datos Sobresalientes de Balance

Los **activos totales** se mantuvieron básicamente sin cambio en Ps.80,278 debido principalmente a la combinación de mayores saldos de efectivo y activos fijos y menores cuentas por cobrar. Esto último, fue impulsado por Gruma Estados Unidos debido al pico de ventas del negocio de tortilla en el canal minorista durante marzo, y a que el efecto de la extensión de condiciones de pago para algunos clientes (principalmente del canal institucional) se ha reducido.

Los **pasivos totales** aumentaron 4% a Ps.52,434 millones especialmente por aumentos en otras cuentas por pagar y préstamos bancarios.

El **capital contable mayoritario** bajó 5% a Ps.27,845 millones.

Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA fue de US\$1,464 millones, US\$90 millones o 7% más que en marzo 2020. Aproximadamente 75% de la deuda de GRUMA estaba denominada en dólares. En términos de pesos, la deuda de GRUMA aumentó 4% a Ps.33,530 millones, menos que el incremento en términos de dólares por la fortaleza del peso en comparación con marzo 2020.

Deuda (millones de dólares)

Jun'20	Jun'19	Var vs Jun'19		Mar'20	Var vs Mar'20	
		(\$)	(%)		(\$)	(%)
1,464	1,452	12	1	1,374	90	7%



Perfil de Vencimientos de Deuda ⁽¹⁾
(millones de dólares)

	Tasa	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	TOTAL
Bono 2024 (USD)	Fija 4.875%					400.0			400.0
Crédito Largo Plazo Scotiabank (USD \$250)	Fija 2.79%						250.0		250.0
Crédito Sindicado Rabobank Plazo (USD \$150)	LIBOR + 1%	11.3	26.3	82.5					120.0
Crédito Revolvente Scotiabank (USD \$120)	LIBOR + 0.75%			80.0					80.0
Cebures 2023 (MXN \$3,000)	Fija 8.52%				130.6				130.6
Préstamo bancario (MXN \$2,000)	TIIE + 0.55%		87.1						87.1
Otros:									
USD	2.47%	8.0							8.0
EUR	1.06%	2.3	2.3	12.2	12.0	12.0	10.1	10.1	61.1
TOTAL	4.12%(prom.)	21.6	115.6	174.7	142.6	412.0	260.1	10.1	1,136.7

(1) Los US\$327 millones de arrendamientos no están consideradas en estas cifras.

INVERSIONES

Las inversiones de GRUMA fueron de US\$28 millones en 2T20. Durante el trimestre, las inversiones se destinaron principalmente a los siguientes proyectos: (1) aumento de capacidad para tortilla de harina de trigo y harina de maíz en la planta de Dallas; (2) aumento de capacidad de producción de *snacks* en la planta de Monterrey, México; (3) expansión de la planta de tortilla en España; (4) aumento de capacidad de tortilla de harina de trigo en el Reino Unido; (5) sistema de tratamiento de aguas en la planta de harina de maíz en Evansville, Indiana en los Estados Unidos; y (6) mantenimiento y mejoras tecnológicas en general, particularmente en GIMSA.



RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

2T20 versus 2T19

Gruma Estados Unidos

El **volumen de ventas** subió 5% a 383 mil toneladas. El volumen de ventas de **harina de maíz** aumentó 5% y el de **tortilla** creció 6% impulsado especialmente por compras de consumidores en supermercados y tiendas de conveniencia debido a la pandemia del COVID-19. En el negocio de tortilla, las ventas en el canal minorista más que compensaron las fuertes caídas en el canal institucional que se dieron principalmente en abril. El crecimiento en el negocio de tortilla en el canal minorista fue impulsado principalmente por las tortillas de harina de trigo *super soft* y las bajas en carbohidratos.



Las **ventas netas** aumentaron 14% a Ps.14,536 millones debido a (1) el aumento en el volumen de ventas; (2) la mejor mezcla de ventas en el canal minorista de tortilla hacia *SKUs* de mayor precio, especialmente tortillas de harina de trigo bajas en carbohidratos y *super soft*; (3) una mejor mezcla de canales en el negocio de tortilla hacia el canal minorista en lugar del institucional; (4) una mejor mezcla de ventas en el negocio de harina de maíz hacia el canal minorista, además de una mejor mezcla dentro de este canal minorista hacia *SKUs* de mayor precio en lugar de marcas *flanker*; y (5) menores descuentos.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 55.9% de 57.2% por la mejor mezcla de ventas en el negocio de tortilla y la mejor absorción, lo cual más que contrarrestó una diversidad de presiones en costos, además de gastos por suministros y actividades de sanitización por COVID-19 y por bonos otorgados a trabajadores de áreas de producción. En términos absolutos, el costo de ventas aumentó 12% a Ps.8,119 millones debido básicamente a (1) el mayor volumen de ventas; (2) mayores costos de operación tales como reparaciones, mantenimiento y mano de obra relacionados con el crecimiento en volumen; (3) las ya mencionadas presiones en costos, los gastos por COVID-19 y bonos.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas aumentaron a 29.3% de 28.1% debido al cambio en la mezcla de ventas entre canales del negocio de tortilla ya que las comisiones de venta y otros gastos de ventas son mayores en el canal minorista que en el canal institucional. En términos absolutos, los gastos de venta y administración aumentaron 19% a Ps.4,264 millones debido a (1) mayores comisiones de venta por el aumento en el volumen de ventas y los mayores precios promedio; (2) el impacto del cambio en la mezcla de ventas entre canales; y (3) gastos extraordinarios por COVID-19.



La **utilidad de operación** creció 14% a Ps.2,141 millones y el margen operativo se mantuvo sin cambio en 14.7%.

El **UAFIRDA** subió 15% a Ps.2,798 millones y el margen UAFIRDA mejoró 20 puntos base a 19.3% de 19.1%.

GIMSA

El **volumen de ventas** aumentó 5% a 530 mil toneladas debido principalmente a (1) mayores exportaciones a Gruma Estados Unidos; (2) mayores ventas a canales de gobierno; y (3) mayores compras de los consumidores en supermercados y tiendas en medio de la pandemia del COVID-19.



Las **ventas netas** subieron 10% a Ps.5,923 millones debido a (1) mayor volumen de ventas; (2) incrementos de precios implementados a finales del 2019; y (3) mejor mezcla hacia ventas de exportación, cuyos precios se beneficiaron de la debilidad del peso.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas se mantuvo sin cambio en 71.2% ya que la mejor absorción y mejores precios contrarrestaron los impactos negativos de (1) la mezcla de ventas hacia el canal minorista; (2) mayores costos de maíz, compras de maíz, aditivos y empaque, entre otros. Además, GIMSA reportó costos asociados a la pandemia del COVID-19 por actividades de sanitización, aumento en los servicios de transporte para empleados, contratación de personal adicional para reemplazar a trabajadores enfermos o que no pudieron asistir, y por el otorgamiento de bonos a trabajadores de áreas de producción. En términos absolutos, el costo de ventas creció 10% a Ps.4,215 millones debido básicamente al mayor volumen de ventas y a los mencionados aumentos en costos.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas subieron a 17.2% de 16.6% debido básicamente a mayores gastos de fletes por (1) mayores tarifas, (2) mayores ventas al canal minorista en donde GIMSA normalmente cubre el gasto de flete; y (3) mayores fletes intercompañías por mayores exportaciones para apoyar nuestras operaciones en los Estados Unidos. Además, GIMSA tuvo gastos extraordinarios relacionados con COVID-19. En términos absolutos, los gastos aumentaron 14% a Ps.1,020 millones como resultado del mayor volumen de ventas y los mencionados aumentos en gastos.



Otros ingresos, neto, fueron Ps.2 millones, una mejora de Ps.33 millones debido a ganancias en coberturas de gas natural a diferencia de pérdidas en el año anterior.

La **utilidad de operación** subió 10% a Ps.689 millones y el margen operativo se mantuvo sin cambio en 11.6%.

El **UAFIRDA** aumentó 10% a Ps.963 millones. El margen UAFIRDA mejoró a 16.3% de 16.2%.

Gruma Europa

El **volumen de ventas** subió 9% a 98 mil toneladas impulsado por el negocio de **molienda de maíz** en donde las ventas aumentaron 33%, debido principalmente a mayores ventas a productores de *snacks*, cereales, y cerveza, incluyendo a nuevos clientes, y, como resultado, mayores ventas de subproductos. El negocio de **tortilla** bajó 32%; los importantes aumentos en el canal minorista no fueron suficientes para contrarrestar las fuertes caídas en el canal institucional que se dieron en medio de la pandemia del COVID-19, especialmente durante abril y mayo.



Las **ventas netas** cayeron 16% a Ps.1,439 millones por la reducción en volumen de ventas en el canal institucional de tortilla. Los precios promedio disminuyeron por la mezcla de ventas hacia el negocio de molienda de maíz y subproductos.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 75.2% de 75.6% primordialmente por menores costos de materias primas y mano de obra, esto último como resultado de una menor necesidad de trabajadores temporales. En términos absolutos, el costo de ventas bajó 16% a Ps.1,082 millones por el menor volumen de ventas y las mencionadas reducciones en costos.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas aumentaron a 24.8% de 24.4% debido a una menor absorción. En términos absolutos, los gastos disminuyeron 14% a Ps.286 millones por la caída en el volumen de ventas y por menores gastos de mercadotecnia en el negocio de tortilla.

Otros **gastos, neto**, aumentaron Ps.63 millones a Ps.60 millones por gastos asociados al cambio de producción de tortilla de la planta de Holanda a la del Reino Unido y a la de Rusia.

La **utilidad de operación** bajó 88% a Ps.10 millones y el margen de operación disminuyó 420 puntos base a 0.7%.

El **UAFIRDA** bajó 55% a Ps.70 millones y el margen UAFIRDA disminuyó a 4.9% de 9.2%.



Gruma Centroamérica



El **volumen de ventas** creció 18% a 62 mil toneladas por compras de consumidores en supermercados y tiendas y por ventas a canales de gobierno y al Programa Mundial de Alimentos de la Organización de las Naciones Unidas en medio de la pandemia del COVID-19. Las **ventas netas** subieron 33% a Ps.1,493 millones por el volumen de ventas y la debilidad del peso.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 65.9% de 66.2% especialmente por (1) una mejor absorción; y (2) menores costos de maíz, energía y empaque. En términos absolutos, el costo de ventas subió 32% a Ps.983 millones por el crecimiento en el volumen de ventas y, en mayor medida, la debilidad del peso.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 25.7% de 26.7% debido a una mejor absorción. En términos absolutos, los gastos aumentaron 28% a Ps.383 millones por la debilidad del peso y, en menor medida, por provisiones de cuentas de dudoso cobro.

La **utilidad de operación** subió 57% a Ps.124 millones y el margen de operación mejoró 130 puntos base a 8.3%.

El **UAFIRDA** creció 41% a Ps.172 millones y el margen UAFIRDA mejoró a 11.5% de 10.9%.

Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **utilidad de operación** aumentó Ps.42 millones a Ps.74 millones debido a un mejor desempeño en la División Tecnología y por una mejor absorción a nivel corporativo. El UAFIRDA fue negativo Ps.9 millones, Ps.40 millones menos que el año anterior.

LLAMADA DE CONFERENCIA

La llamada de conferencia del segundo trimestre se llevará a cabo el jueves 23 de julio de 2020 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.22.9715/dólar al 30 de junio de 2020. 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 22,000 empleados y 73 plantas. En 2019, GRUMA logró ventas netas de aproximadamente US\$4,100 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		
	2T20	2T19	VAR (%)	2020	2019	VAR (%)
VENTAS NETAS	24,146	19,314	25	45,690	37,893	21
COSTO DE VENTAS	14,615	12,051	21	28,040	23,831	18
UTILIDAD BRUTA	9,531	7,263	31	17,650	14,062	26
MARGEN BRUTO (%)	39.5%	37.6%		38.6%	37.1%	
GASTOS DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN	6,400	4,806		12,002	9,538	
OTROS GASTOS (INGRESOS), NETO	77	94		(67)	112	
UTILIDAD DE OPERACIÓN	3,053	2,362	29	5,715	4,411	30
MARGEN OPERATIVO (%)	12.6%	12.2%		12.5%	11.6%	
COSTO DE FINANCIAMIENTO, NETO	392	476		2,110	900	
GASTOS FINANCIEROS	434	494		864	959	
PRODUCTOS FINANCIEROS	(19)	(26)		(39)	(54)	
RESULTADO EN INSTRUMENTOS FINANCIEROS DERIVADOS	3	48		206	35	
FLUCTUACIÓN CAMBIARIA	(26)	(39)		1,080	(40)	
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	910	608		1,291	1,204	
RESULTADO NETO	1,751	1,269	38	2,313	2,298	1
RESULTADO NETO MAYORITARIO	1,751	1,268	38	2,312	2,297	1
RESULTADO POR ACCIÓN ¹	4.36	3.04	44	5.76	5.50	5
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	969	749		1,813	1,571	
DETERIORO DE ACTIVOS DE LARGA DURACIÓN	0	66		0	66	
UAFIRDA ²	4,023	3,178	27	7,528	6,049	24
UAFIRDA/VENTAS(%)	16.7%	16.5%		16.5%	16.0%	
INVERSIONES (MILLONES US\$)	28	20		54	50	

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	Jun-20	Jun-19	VAR (%)	Mar-20	VAR (%)
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	7,071	4,829	46	5,823	21
CLIENTES	8,732	7,928	10	9,858	(11)
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	2,648	2,930	(10)	2,945	(10)
INVENTARIOS	13,147	11,472	15	12,962	1
ACTIVO CIRCULANTE	32,364	27,794	16	32,739	(1)
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO, NETO	39,573	33,753	17	38,432	3
ACTIVO TOTAL	80,278	68,093	18	79,952	0
DEUDA A CORTO PLAZO	1,463	6,725	(78)	1,568	(7)
PASIVO CIRCULANTE	16,659	19,182	(13)	16,265	2
DEUDA A LARGO PLAZO	32,067	21,011	53	30,640	5
PASIVO TOTAL	52,434	43,032	22	50,513	4
CAPITAL CONTABLE MAYORITARIO	27,858	25,072	11	29,453	(5)
CAPITAL CONTABLE TOTAL	27,845	25,060	11	29,440	(5)
ACTIVO CIRCULANTE/PASIVO CIRCULANTE	1.94	1.45		2.01	
PASIVO TOTAL/CAPITAL CONTABLE TOTAL	1.88	1.72		1.72	
DEUDA/UAFIRDA ³	2.39	2.31		2.45	
UAFIRDA/GASTOS FINANCIEROS ³	7.34	6.91		6.69	
VALOR CONTABLE POR ACCIÓN ¹	69.34	60.03		72.63	

¹ En base a 401,752,200 acciones para junio 2020, 417,662,059 acciones para junio 2019 y 405,491,056 para marzo 2020.

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					
		2T20	%	2T19	%	VAR (\$)	VAR (%)	2020	%	2019	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS¹	VOLUMEN DE VENTAS ²	383		365		18	5	759		708		51	7
	VENTAS NETAS	14,536		12,725		1,811	14	28,315		24,923		3,392	14
Harina de maíz, tortilla y otros	COSTO DE VENTA	8,119	55.9	7,275	57.2	844	12	15,975	56.4	14,359	57.6	1,616	11
	UTILIDAD BRUTA	6,418	44.1	5,450	42.8	967	18	12,340	43.6	10,564	42.4	1,777	17
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	4,264	29.3	3,581	28.1	684	19	8,201	29.0	7,145	28.7	1,056	15
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	2,141	14.7	1,876	14.7	265	14	4,117	14.5	3,420	13.7	696	20
	UAFIRDA	2,798	19.3	2,429	19.1	370	15	5,370	19.0	4,605	18.5	764	17
GIMSA	VOLUMEN DE VENTAS	530		506		24	5	1,032		994		39	4
Harina de maíz y otros	VENTAS NETAS	5,923		5,396		526	10	11,440		10,507		933	9
	COSTO DE VENTA	4,215	71.2	3,842	71.2	373	10	8,177	71.5	7,486	71.3	691	9
	UTILIDAD BRUTA	1,708	28.8	1,554	28.8	153	10	3,263	28.5	3,021	28.7	242	8
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	1,020	17.2	895	16.6	125	14	2,001	17.5	1,755	16.7	245	14
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	689	11.6	628	11.6	61	10	1,353	11.8	1,219	11.6	134	11
	UAFIRDA	963	16.3	872	16.2	91	10	1,897	16.6	1,710	16.3	187	11
GRUMA EUROPA¹	VOLUMEN DE VENTAS ²	98		90		8	9	204		180		24	13
Harina de maíz, tortilla y otros	VENTAS NETAS	1,439		1,707		(268)	(16)	3,100		3,291		(191)	(6)
	COSTO DE VENTA	1,082	75.2	1,290	75.6	(208)	(16)	2,300	74.2	2,505	76.1	(205)	(8)
	UTILIDAD BRUTA	356	24.8	416	24.4	(60)	(14)	800	25.8	786	23.9	14	2
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	286	19.9	335	19.6	(48)	(14)	733	23.7	674	20.5	59	9
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	10	0.7	84	4.9	(74)	(88)	72	2.3	115	3.5	(43)	(38)
	UAFIRDA	70	4.9	158	9.2	(87)	(55)	205	6.6	260	7.9	(56)	(21)
GRUMA CENTROAMÉRICA	VOLUMEN DE VENTAS	62		52		9	18	118		106		12	12
Harina de maíz y otros	VENTAS NETAS	1,493		1,123		370	33	2,769		2,256		514	23
	COSTO DE VENTA	983	65.9	743	66.2	240	32	1,823	65.8	1,508	66.9	315	21
	UTILIDAD BRUTA	510	34.1	380	33.8	130	34	946	34.2	747	33.1	199	27
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	383	25.7	300	26.7	84	28	713	25.8	576	25.5	138	24
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	124	8.3	79	7.0	45	57	231	8.3	171	7.6	60	35
	UAFIRDA	172	11.5	122	10.9	50	41	323	11.7	256	11.4	67	26
OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES	VOLUMEN DE VENTAS	(12)		7		(18)	(275)	(10)		18		(28)	(159)
	VENTAS NETAS	624		782		(158)	(20)	1,336		1,615		(279)	(17)
	COSTO DE VENTA	135	21.6	328	41.9	(193)	(59)	508	38.0	764	47.3	(256)	(34)
	UTILIDAD BRUTA	489	78.4	454	58.1	35	8	828	62.0	851	52.7	(23)	(3)
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	408	65.4	352	45.0	56	16	720	53.9	691	42.8	29	4
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	74	11.9	32	4.1	42	131	100	7.5	90	5.6	10	11
	UAFIRDA	(9)	(1.4)	31	4.0	(40)	(129)	(72)	(5.4)	26	1.6	(98)	(377)
EFFECTO POR CONVERSION SIMPLE³	VENTAS NETAS	131		(2,419)		2,550	105	(1,270)		(4,698)		3,428	73
	COSTO DE VENTA	81		(1,427)		1,508	106	(743)		(2,791)		2,048	73
	UTILIDAD BRUTA	50		(992)		1,042	105	(527)		(1,907)		1,380	72
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	38		(657)		695	106	(366)		(1,303)		937	72
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	15		(337)		352	105	(157)		(605)		448	74
	UAFIRDA	29		(433)		462	107	(195)		(810)		614	76
CONSOLIDADO	VOLUMEN DE VENTAS	1,062		1,020		41	4	2,102		2,005		97	5
	VENTAS NETAS	24,146		19,314		4,832	25	45,690		37,893		7,797	21
	COSTO DE VENTA	14,615	60.5	12,051	62.4	2,564	21	28,040	61.4	23,831	62.9	4,209	18
	UTILIDAD BRUTA	9,531	39.5	7,263	37.6	2,268	31	17,650	38.6	14,062	37.1	3,588	26
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	6,400	26.5	4,806	24.9	1,594	33	12,002	26.3	9,538	25.2	2,464	26
	OTROS GTOS. (ING.), NETO	77		94		(17)	(18)	(67)		112		(179)	(159)
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	3,053	12.6	2,362	12.2	691	29	5,715	12.5	4,411	11.6	1,303	30
	UAFIRDA	4,023	16.7	3,178	16.5	845	27	7,528	16.5	6,049	16.0	1,479	24

¹ Conversión simple al tipo de cambio de Ps.22.9715/dólar al 30 de junio de 2020. 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 en las cifras de Gruma Estados Unidos y Gruma Europa se refleja en "Efecto por Conversión Simple".