



Relación con Inversionistas

[ir@gruma.com](mailto:ir@gruma.com)

Tel: 52 (81) 8399-3349

[www.gruma.com](http://www.gruma.com)

San Pedro Garza García, N.L., México; 28 de octubre de 2020

## GRUMA REPORTA RESULTADOS DEL TERCER TRIMESTRE DE 2020

El desempeño de GRUMA durante el tercer trimestre del 2020 ha continuado mejorando al beneficiarse principalmente de un mayor consumo de tortilla en casa, particularmente en los Estados Unidos. La pandemia del COVID-19 ha ayudado a acelerar el que los consumidores se acostumbren más al uso de tortillas, aumentando así el consumo per cápita, especialmente entre los no hispanos. Además, las tendencias más saludables y la versatilidad de las tortillas para distintos tipos de recetas han apoyado el mayor consumo. Creemos que estas cuestiones continuarán expandiendo la industria de la tortilla a un mayor ritmo.

### DATOS SOBRESALIENTES

El volumen de ventas en el negocio de tortilla en los Estados Unidos creció considerablemente, particularmente en el canal minorista, mientras que el negocio de harina de maíz estuvo limitado por acumulación de inventarios en los Estados Unidos y en México, resultando en un **volumen de ventas** similar a nivel consolidado.

Las **ventas netas** aumentaron 17% debido primordialmente a mayores precios promedio, especialmente en Gruma Estados Unidos, además de la debilidad del peso mexicano ("MXN" o "peso") que benefició las operaciones de GRUMA en el extranjero, esto 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 20% y el margen UAFIRDA mejoró 30 puntos base a 16.8% debido a un mejor desempeño en todas las subsidiarias, alcanzando su nivel más alto en la historia. El UAFIRDA de las operaciones fuera de México representó 82% de los resultados consolidados.

El UAFIRDA históricamente más alto de GRUMA se logró a pesar de los costos y gastos relacionados con el COVID-19, los cuales fueron de aproximadamente Ps.196 millones durante el 3T20, de los cuales Ps.144 millones se dieron en Gruma Estados Unidos. La compañía logró una reducción significativa en los costos y gastos relacionados al COVID-19 en comparación con 2T20.

La **utilidad neta mayoritaria** aumentó 26% a Ps.1,645 millones debido a un mejor desempeño operativo, al beneficio de la debilidad del peso y a menores gastos financieros.

La **deuda neta** de GRUMA, medida en términos de dólares, bajó US\$45 millones durante el trimestre a US\$1,111 millones, representando una razón **deuda neta/UAFIRDA** de 1.7 veces.



**Datos Financieros Relevantes**

(millones de pesos)

	3T20	3T19	Var
Volumen de Ventas (miles de toneladas)	1,053	1,056	0%
Ventas Netas	23,473	20,053	17%
Utilidad de Operación	2,998	2,474	21%
Margen de Operación	12.8%	12.3%	50 pb
UAFIRDA	3,954	3,299	20%
Margen UAFIRDA	16.8%	16.5%	30 pb
Utilidad Neta Mayoritaria	1,645	1,304	26%

**RESULTADOS CONSOLIDADOS**

3T20 versus 3T19

El **volumen de ventas** se mantuvo prácticamente sin cambio en 1,053 mil toneladas.

Las **ventas netas** se incrementaron 17% a Ps.23,473 millones debido especialmente a (1) mayores precios en todas las subsidiarias, particularmente en Gruma Estados Unidos por una mejor mezcla de ventas; y (2) al beneficio de 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 61% de 62.9% debido principalmente a una mejor mezcla de ventas en Gruma Estados Unidos. En términos absolutos, el costo de ventas subió 14% a Ps.14,321 millones debido básicamente a (1) el impacto de la debilidad del peso en subsidiarias extranjeras; y, en menor medida, (2) aumentos en costos, especialmente 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 27% de 24.7% primordialmente por (1) Otras Subsidiarias, debido particularmente a pagos por indemnizaciones relacionados con recortes de personal realizados durante el trimestre, por gastos de seguros, y por donaciones; y (2) Gruma Estados Unidos, por el cambio en la mezcla de ventas entre canales en el 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, y por fletes extraordinarios entre plantas y contratación de personal temporal en medio la pandemia del COVID-19. En términos absolutos, los gastos de venta y administración aumentaron 28% a Ps.6,338 millones principalmente por los gastos mencionados y el impacto de la debilidad del peso en subsidiarias extranjeras.





Otros ingresos, neto, fueron Ps.183 millones en comparación con un gasto de Ps.22 millones el año anterior. La mejora de Ps.205 millones fue debido principalmente a la recuperación de reclamaciones de seguros en Gruma Europa.

La utilidad de operación subió 21% a Ps.2,998 millones. El margen de operación mejoró a 12.8% de 12.3%.

El UAFIRDA creció 20% a Ps.3,954 millones. El margen UAFIRDA mejoró a 16.8% de 16.5%.

El costo de financiamiento, neto, fue de Ps.376 millones, Ps.114 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.972 millones, 43% más que el año anterior debido primordialmente a una mayor utilidad antes de impuestos. La tasa efectiva de impuestos subió a 37.1% de 32.2% debido principalmente a ganancias inflacionarias en la deuda de GRUMA ya que la tasa de inflación fue mayor.

La utilidad neta mayoritaria subió 26% a Ps.1,645 millones debido a un mejor desempeño operativo, al beneficio de la debilidad del peso y por menores gastos financieros.

### SITUACIÓN FINANCIERA

Septiembre 2020 versus junio 2020

#### Datos Sobresalientes de Balance

Los activos totales se mantuvieron básicamente sin cambio en Ps.79,983 millones, debido principalmente a la combinación de (1) mayores saldos de efectivo; y (2) menores impuestos diferidos principalmente por cuestiones inflacionarias y cambiarias; y (3) menores inventarios.

Los pasivos totales bajaron 4% a Ps.50,397 millones especialmente por (1) el impacto de la fortaleza del peso durante el trimestre; y (2) reducciones en otras cuentas por pagar por pagos de dividendos e impuesto sobre la renta.

El capital contable mayoritario subió 6% a Ps.29,586 millones.



### Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA fue de US\$1,460 millones, la cual se mantuvo básicamente sin cambio en comparación con junio 2020. Aproximadamente 75% de la deuda de GRUMA estaba denominada en dólares. En términos de pesos, la deuda de GRUMA bajó 2% a Ps.32,706 millones por la fortaleza del peso en comparación con junio 2020.

#### Deuda

(millones de dólares)

Sep'20	Sep'19	Var vs Sep'19		Jun'20	Var vs Jun'20	
		(\$)	(%)		(\$)	(%)
1,460	1,380	81	6	1,464	(4)	0

#### Perfil de Vencimientos de Deuda <sup>(1)</sup>

(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%				133.6				133.6
Préstamo bancario (MXN \$2,000)	TIIE + 0.55%		89.1						89.1
Otros:									
EUR	1.04%	0.1	2.4	12.6	12.5	12.5	10.5	10.5	61.1
<b>TOTAL</b>	<b>4.00%(prom.)</b>	<b>11.3</b>	<b>117.7</b>	<b>175.1</b>	<b>146.1</b>	<b>412.5</b>	<b>260.5</b>	<b>10.1</b>	<b>1,133.8</b>

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



## INVERSIONES

Las inversiones de GRUMA en 3T20 fueron de US\$50 millones. Los principales proyectos fueron: (1) nuevas líneas de producción para tortilla de maíz y tortilla de trigo, además de panes panes, en la planta de Dallas; y, en menor medida, (2) sistema de tratamiento de aguas en la planta de harina de maíz en Evansville; (3) expansión de la planta de tortilla en España; (4) aumento de capacidad de producción de *snacks* y de tortilla de trigo en la planta de tortilla de Monterrey, México; y (5) mantenimiento y mejoras tecnológicas en general en toda la compañía.

## RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

3T20 versus 3T19

### Gruma Estados Unidos

El **volumen de ventas** se mantuvo básicamente sin cambio en 372 mil toneladas. El volumen de ventas de **tortilla** aumentó 5% impulsado especialmente por las compras de los consumidores en supermercados y en tiendas de formato club, ya que persisten las fuertes tendencias de comer en casa y los consumidores continúan surtiendo la despensa en medio de la pandemia del COVID-19, a la vez que se familiarizan con el uso de tortillas en diferentes tipos de recetas y se benefician de su versatilidad. En el negocio de tortilla, las ventas en el canal minorista más que compensaron la caída en el canal institucional, aunque cabe aclarar que este canal mostró mejoras secuenciales principalmente por las ventas a cadenas de restaurantes. El crecimiento en volumen en el negocio de tortilla fue impulsado significativamente por las tortillas de harina de trigo *super soft* y las tortillas bajas en carbohidratos, éstas últimas beneficiándose de las tendencias de consumidores que favorecen alternativas más saludables, el lanzamiento de nuevos sabores y la introducción a algunos clientes de formato club. El volumen de ventas de **harina de maíz** disminuyó 5% debido a que algunos mayoristas que usualmente abastecen a pequeñas tiendas de conveniencia y a restaurantes independientes acumularon inventarios en el trimestre anterior en medio de la pandemia de COVID-19, situación que se ha estabilizado a finales del 3T20.



Las **ventas netas** crecieron 10% a Ps.13,961 millones debido a (1) el aumento en el volumen de ventas en el negocio de tortilla; (2) la mejor mezcla de ventas en el canal minorista de tortilla hacia *SKUs* de mayor precio, especialmente tortillas bajas en carbohidratos, libres de gluten, taqueras, de proteína y de harina de trigo *super soft*; y, en menor medida, (3) la mezcla de ventas entre los canales en el negocio de tortilla hacia el canal minorista en vez del institucional; (4) menores descuentos; y (5) la mezcla de ventas hacia el negocio de tortilla en lugar del negocio de harina de maíz.



El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 56.2% de 57.8% como resultado de (1) la mejor mezcla de ventas en el negocio de tortilla favoreciendo *SKUs* de mayor margen; y, en menor medida, (2) mejor absorción en el negocio de tortilla en el canal minorista; (3) mejor mezcla de ventas en el negocio de tortilla hacia el canal minorista en lugar del canal institucional; y (4) mejor mezcla de ventas hacia el negocio de tortilla en vez del negocio de harina de maíz. Lo anterior más que compensó los impactos negativos de (1) mayores costos de materias primas; (2) la necesidad de personal temporal debido a trabajadores enfermos con COVID-19; y (3) suministros y actividades de sanitización por COVID-19. Algunos de estos costos extraordinarios relacionados con COVID-19 se espera que desaparezcan una vez que la pandemia termine, mientras que las tendencias de consumidores hacia alternativas más saludables debieran continuar. En términos absolutos, el costo de ventas aumentó 7% a Ps.7,849 millones debido básicamente a (1) crecimiento en el volumen de ventas del negocio de tortilla en el canal minorista; (2) mayores costos de operación relacionados con el crecimiento en volumen del negocio de tortilla incluyendo mano de obra, reparaciones y mantenimiento; (3) mayores costos de ingredientes por la mezcla de ventas hacia *SKUs premium*; y (4) los mayores costos por materias primas y COVID-19.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas aumentaron a 29.5% de 28.2% debido a (1) el 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; (2) fletes extraordinarios entre plantas para hacer frente a la demanda y contratación de personal temporal en medio de la pandemia de COVID-19, además de otros gastos relacionados; y (3) la mezcla de ventas hacia el negocio de tortilla en vez del negocio de harina de maíz. En términos absolutos, los gastos de venta y administración aumentaron 15% a Ps.4,115 millones debido a (1) mayores comisiones de venta por el aumento en el volumen de ventas y por mayores precios promedio por una mejor mezcla en el negocio de tortilla en el canal minorista; y (2) los mencionados aumentos en gastos.

La **utilidad de operación** creció 12% a Ps.1,991 millones y el margen operativo subió 20 puntos base a 14.3%.

El **UAFIRDA** aumentó 10% a Ps.2,635 millones y el margen UAFIRDA mejoró 10 puntos base a 18.9%.



**GIMSA**

El **volumen de ventas** se mantuvo básicamente sin cambio en 513 mil toneladas debido principalmente a la combinación de (1) mayores ventas de exportaciones a Gruma Estados Unidos; y (2) mayores ventas a canales de gobierno durante la pandemia del COVID-19, lo cual fue contrarrestado por (1) menores ventas a productores de *snacks*; y (2) acumulación de inventarios durante el trimestre anterior por parte de algunos clientes.



Las **ventas netas** subieron 4% a Ps.5,666 millones debido a (1) incrementos de precios implementados a finales del 2019; y (2) la mezcla hacia ventas de exportación, cuyos precios se beneficiaron de la debilidad del peso, lo cual fue parcialmente contrarrestado por las mayores ventas a canales de gobierno.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas aumentó 50 puntos base a 71.1% debido a (1) la mezcla de ventas hacia canales de gobierno; y (2) mayores costos sobre compra de maíz, energía, y aditivos, entre otros; y (3) costos asociados a la pandemia del COVID-19. En términos absolutos, el costo de ventas creció 5% a Ps.4,028 millones debido a los mencionados aumentos en costos.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas subieron a 17.9% de 17.3% debido básicamente a mayores gastos de fletes por (1) mayores ventas a canales de gobierno, donde GIMSA normalmente cubre el gasto de flete; y (2) mayores fletes intercompañía por mayores exportaciones a Gruma Estados Unidos. En términos absolutos, los gastos aumentaron 8% a Ps.1,016 millones por los mencionados aumentos en gastos.

**Otros ingresos, neto**, fueron Ps.24 millones, una mejora de Ps.48 millones debido a ganancias en coberturas cambiarias relacionadas con compras de maíz y en coberturas de gas natural.

La **utilidad de operación** subió 2% a Ps.646 millones y el margen operativo bajó 30 puntos base a 11.4%.

El **UAFIRDA** aumentó 4% a Ps.921 millones. El margen UAFIRDA se mantuvo sin cambio en 16.3%.



### Gruma Europa



El **volumen de ventas** bajó 2% a 108 mil toneladas impulsado por el negocio de **tortilla** en donde el volumen de ventas disminuyó 11% ya que los aumentos en el canal minorista no fueron suficientes para contrarrestar la caída en el canal institucional. Sin embargo, el canal institucional continuó mostrando una mejora secuencial en sus volúmenes. El negocio de **harina de maíz** mostró un crecimiento en el volumen de ventas de 1% debido principalmente a mayores ventas a productores de cerveza.

Las **ventas netas** cayeron 2% a Ps.1,712 millones por la reducción en volumen de ventas en el canal institucional de tortilla.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 74.8% de 75.5% primordialmente por menores costos de fabricación y de mano de obra, esto último como resultado de una menor necesidad de trabajadores temporales. En términos absolutos, el costo de ventas bajó 3% a Ps.1,280 millones por la caída en el volumen de ventas y las mencionadas reducciones en costos.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas aumentaron a 22.3% de 19.3% debido a una menor absorción y a mayores gastos de mercadotecnia y gastos relacionados con COVID-19, particularmente en el negocio de tortilla. En términos absolutos, los gastos subieron 12% a Ps.381 millones.

**Otros ingresos, neto**, fueron Ps.176 millones, una mejora de Ps.175 millones por recuperaciones de reclamaciones de seguros.

La **utilidad de operación** subió 151% a Ps.227 millones de Ps.90 millones y el margen de operación mejoró 800 puntos base a 13.2%.

El **UAFIRDA** aumentó 79% a Ps.295 millones de Ps.164 millones y el margen UAFIRDA mejoró a 17.2% de 9.4%.



### Gruma Centroamérica

El **volumen de ventas** creció 14% a 61 mil toneladas debido básicamente al negocio de harina de maíz por (1) demanda de presentaciones en paquete en supermercados y tiendas por parte de los consumidores; (2) mayor distribución y el lanzamiento de nuevas variedades de harina de maíz que han sido bien recibidas por los consumidores; y (3) 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 20% a Ps.1,432 millones por el volumen de ventas y la debilidad del peso.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas aumentó a 65% de 64.1% especialmente por precios competitivos en ventas al Programa Mundial de Alimentos y, en menor medida, por costos relacionados al COVID-19. En términos absolutos, el costo de ventas subió 22% a Ps.930 millones por el crecimiento en el volumen de ventas y por la debilidad del peso.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 24.7% de 28.4% debido a una mejor absorción. En términos absolutos, los gastos aumentaron 5% a Ps.354 millones por la debilidad del peso, lo cual más que contrarrestó ahorros en mercadotecnia, viajes, sueldos, así como ahorros por trabajar desde casa.

La **utilidad de operación** subió 65% a Ps.148 millones y el margen de operación mejoró 280 puntos base a 10.3%.

El **UAFIRDA** creció 44% a Ps.192 millones y el margen UAFIRDA mejoró a 13.4% de 11.2%.

### Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **utilidad de operación** disminuyó Ps.104 millones a Ps.14 millones debido a mayores gastos de venta y administración relacionados con indemnizaciones, seguros y donaciones. El UAFIRDA fue negativo Ps.61 millones, en comparación con Ps.55 millones en el año anterior.

### LLAMADA DE CONFERENCIA

La llamada de conferencia del tercer trimestre se llevará a cabo el jueves 29 de octubre de 2020 a las 12:30 pm tiempo del Este (10:30 am hora de Monterrey). 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 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.22.4573/dólar al 30 de septiembre 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 22,600 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](http://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		
	3T20	3T19	VAR (%)	2020	2019	VAR (%)
VENTAS NETAS	23,473	20,053	17	69,163	57,946	19
COSTO DE VENTAS	14,321	12,607	14	42,361	36,438	16
UTILIDAD BRUTA	9,152	7,447	23	26,802	21,508	25
MARGEN BRUTO (%)	39.0%	37.1%		38.8%	37.1%	
GASTOS DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN	6,338	4,951		18,339	14,489	
OTROS GASTOS (INGRESOS), NETO	(183)	22		(250)	134	
UTILIDAD DE OPERACIÓN	2,998	2,474	21	8,713	6,885	27
MARGEN OPERATIVO (%)	12.8%	12.3%		12.6%	11.9%	
COSTO DE FINANCIAMIENTO, NETO	376	490		2,487	1,390	
GASTOS FINANCIEROS	413	502		1,277	1,461	
PRODUCTOS FINANCIEROS	(18)	(24)		(57)	(78)	
RESULTADO EN INSTRUMENTOS FINANCIEROS DERIVADOS	0	(25)		206	10	
FLUCTUACIÓN CAMBIARIA	(19)	37		1,061	(3)	
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	972	679		2,263	1,882	
RESULTADO NETO	1,645	1,304	26	3,958	3,602	10
RESULTADO NETO MAYORITARIO	1,645	1,304	26	3,957	3,601	10
RESULTADO POR ACCIÓN <sup>1</sup>	4.10	3.14	31	9.87	8.68	14
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	956	825		2,769	2,397	
DETERIORO DE ACTIVOS DE LARGA DURACIÓN	0	0		0	65	
UAFIRDA <sup>2</sup>	3,954	3,299	20	11,482	9,348	23
UAFIRDA/VENTAS(%)	16.8%	16.5%		16.6%	16.1%	
INVERSIONES (MILLONES US\$)	50	17		104	67	

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	Sep-20	Sep-19	VAR (%)	Jun-20	VAR (%)
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	7,852	4,594	71	7,071	11
CLIENTES	8,648	8,213	5	8,732	(1)
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	2,271	3,174	(28)	2,648	(14)
INVENTARIOS	12,803	11,384	12	13,147	(3)
ACTIVO CIRCULANTE	32,749	28,100	17	32,364	1
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO, NETO	39,343	33,805	16	39,573	(1)
<b>ACTIVO TOTAL</b>	<b>79,983</b>	<b>68,514</b>	<b>17</b>	<b>80,278</b>	<b>(0)</b>
DEUDA A CORTO PLAZO	3,299	5,739	(43)	1,463	126
PASIVO CIRCULANTE	17,455	18,379	(5)	16,659	5
DEUDA A LARGO PLAZO	29,406	21,270	38	32,067	(8)
<b>PASIVO TOTAL</b>	<b>50,397</b>	<b>42,638</b>	<b>18</b>	<b>52,434</b>	<b>(4)</b>
CAPITAL CONTABLE MAYORITARIO	29,599	25,888	14	27,858	6
<b>CAPITAL CONTABLE TOTAL</b>	<b>29,586</b>	<b>25,876</b>	<b>14</b>	<b>27,845</b>	<b>6</b>
ACTIVO CIRCULANTE/PASIVO CIRCULANTE	1.88	1.53		1.94	
PASIVO TOTAL/CAPITAL CONTABLE TOTAL	1.70	1.65		1.88	
DEUDA/UAFIRDA <sup>3</sup>	2.23	2.20		2.39	
UAFIRDA/GASTOS FINANCIEROS <sup>3</sup>	8.06	6.49		7.34	
VALOR CONTABLE POR ACCIÓN <sup>1</sup>	73.84	62.38		69.34	

<sup>1</sup> En base a 400'864,151 acciones para septiembre 2020, 415'005,791 acciones para septiembre 2019 y 401'752,200 acciones para junio 2020.

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

<sup>3</sup> Últimos doce meses.

# GRUMA, S.A.B. DE C.V., Y SUBSIDIARIAS

## INFORMACIÓN FINANCIERA POR SUBSIDIARIA

(Millones de pesos)

		TRIMESTRES					ACUMULADO ENERO-SEPTIEMBRE						
		3T20	%	3T19	%	VAR (\$)	VAR (%)	2020	%	2019	%	VAR (\$)	VAR (%)
<b>GRUMA ESTADOS UNIDOS<sup>1</sup></b>	VOLUMEN DE VENTAS <sup>2</sup>	372		371		2	0	1,131		1,079		53	5
	VENTAS NETAS	13,961		12,707		1,253	10	41,642		37,072		4,570	12
	Harina de maíz, tortilla y otros	7,849	56.2	7,339	57.8	510	7	23,466	56.4	21,377	57.7	2,089	10
	COSTO DE VENTA	6,112	43.8	5,368	42.2	744	14	18,176	43.6	15,696	42.3	2,480	16
	UTILIDAD BRUTA	4,115	29.5	3,584	28.2	531	15	12,132	29.1	10,569	28.5	1,563	15
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	1,991	14.3	1,786	14.1	205	12	6,015	14.4	5,129	13.8	886	17
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	2,635	18.9	2,386	18.8	249	10	7,885	18.9	6,889	18.6	996	14
	UAFIRDA												
<b>GIMSA</b>	VOLUMEN DE VENTAS	513		515		(2)	(0)	1,546		1,509		36	2
	VENTAS NETAS	5,666		5,427		239	4	17,105		15,934		1,172	7
	Harina de maíz y otros	4,028	71.1	3,831	70.6	197	5	12,205	71.4	11,317	71.0	888	8
	COSTO DE VENTA	1,638	28.9	1,596	29.4	41	3	4,900	28.6	4,617	29.0	283	6
	UTILIDAD BRUTA	1,016	17.9	937	17.3	79	8	3,016	17.6	2,692	16.9	324	12
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	646	11.4	635	11.7	11	2	1,999	11.7	1,855	11.6	144	8
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	921	16.3	882	16.3	39	4	2,818	16.5	2,592	16.3	226	9
	UAFIRDA												
<b>GRUMA EUROPA<sup>1</sup></b>	VOLUMEN DE VENTAS <sup>2</sup>	108		110		(2)	(2)	312		290		21	7
	VENTAS NETAS	1,712		1,752		(40)	(2)	4,742		4,969		(227)	(5)
	Harina de maíz, tortilla y otros	1,280	74.8	1,324	75.5	(44)	(3)	3,528	74.4	3,773	75.9	(244)	(6)
	COSTO DE VENTA	432	25.2	429	24.5	3	1	1,214	25.6	1,197	24.1	17	1
	UTILIDAD BRUTA	381	22.3	339	19.3	42	12	1,098	23.2	998	20.1	100	10
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	227	13.2	90	5.2	136	151	297	6.3	203	4.1	94	46
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	295	17.2	164	9.4	130	79	495	10.4	419	8.4	76	18
	UAFIRDA												
<b>GRUMA CENTROAMÉRICA</b>	VOLUMEN DE VENTAS	61		54		8	14	179		159		20	12
	VENTAS NETAS	1,432		1,189		243	20	4,201		3,444		757	22
	Harina de maíz y otros	930	65.0	762	64.1	169	22	2,754	65.5	2,270	65.9	484	21
	COSTO DE VENTA	502	35.0	427	35.9	74	17	1,448	34.5	1,175	34.1	273	23
	UTILIDAD BRUTA	354	24.7	338	28.4	16	5	1,067	25.4	913	26.5	154	17
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	148	10.3	89	7.5	58	65	378	9.0	261	7.6	118	45
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	192	13.4	133	11.2	59	44	515	12.3	389	11.3	125	32
	UAFIRDA												
<b>OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES</b>	VOLUMEN DE VENTAS	(2)		6		(7)	(136)	(12)		23		(36)	(153)
	VENTAS NETAS	897		812		85	10	2,232		2,427		(195)	(8)
	COSTO DE VENTA	329	36.7	443	54.6	(114)	(26)	837	37.5	1,206	49.7	(369)	(31)
	UTILIDAD BRUTA	567	63.2	370	45.6	197	53	1,395	62.5	1,221	50.3	174	14
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	542	60.4	252	31.0	290	115	1,262	56.5	943	38.9	319	34
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	14	1.6	118	14.5	(104)	(88)	114	5.1	209	8.6	(95)	(45)
	UAFIRDA	(61)	(6.8)	55	6.8	(116)	(211)	(133)	(6.0)	82	3.4	(215)	(262)
<b>EFECTO POR CONVERSION SIMPLE<sup>3</sup></b>	VENTAS NETAS	(193)		(1,835)		1,641	89	(760)		(5,901)		5,141	87
	COSTO DE VENTA	(95)		(1,091)		996	91	(429)		(3,505)		3,076	88
	UTILIDAD BRUTA	(98)		(744)		645	87	(331)		(2,397)		2,065	86
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	(71)		(499)		428	86	(237)		(1,627)		1,390	85
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	(28)		(245)		218	89	(91)		(771)		680	88
	UAFIRDA	(27)		(322)		295	92	(98)		(1,023)		926	90
<b>CONSOLIDADO</b>	VOLUMEN DE VENTAS	1,053		1,056		(3)	(0)	3,155		3,061		94	3
	VENTAS NETAS	23,473		20,053		3,420	17	69,163		57,946		11,217	19
	COSTO DE VENTA	14,321	61.0	12,607	62.9	1,714	14	42,361	61.2	36,438	62.9	5,923	16
	UTILIDAD BRUTA	9,152	39.0	7,447	37.1	1,706	23	26,802	38.8	21,508	37.1	5,294	25
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	6,338	27.0	4,951	24.7	1,387	28	18,339	26.5	14,489	25.0	3,851	27
	OTROS GTOS. (ING.), NETO	(183)		22		(205)	(940)	(250)		134		(384)	(286)
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	2,998	12.8	2,474	12.3	524	21	8,713	12.6	6,885	11.9	1,827	27
	UAFIRDA	3,954	16.8	3,299	16.5	655	20	11,482	16.6	9,348	16.1	2,134	23

<sup>1</sup> Conversión simple al tipo de cambio de Ps.22.4573/dólar al 30 de septiembre de 2020. Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

<sup>2</sup> Todos los datos de volumen de ventas están expresados en miles de toneladas.

<sup>3</sup> 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".