



REPORTE DE RESULTADOS



Primer Trimestre 2021





RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2021

Investor Relations

ir@gruma.com

Tel: 52 (81) 8399-3349

www.gruma.com

San Pedro Garza García, N.L., Mexico; 21 de abril de 2021



El primer trimestre mostró una continua demanda por nuestros productos en el canal minorista en los Estados Unidos, mientras que fuimos testigos de una recuperación acelerada en la industria del canal institucional a nivel global, encaminada a una recuperación a niveles pre pandemia. Las tendencias que favorecen a las tortillas de valor agregado y sus productos derivados continúan y se mantienen fuertes en los Estados Unidos, y la tortilla como tal está ganando mayor aceptación como un producto versátil, más saludable y conveniente para incluir en las dietas de las familias hispanas y no hispanas. Cabe destacar, que hemos generado un crecimiento anual compuesto en ventas, utilidad de operación, UAFIRDA y utilidad neta de 9%, 12%, 10% y 13% respectivamente, entre otros indicadores financieros con un desempeño positivo en relación con 1T19, que muestran el fuerte y consistente crecimiento de la compañía desde antes de la pandemia. GRUMA analiza estrictamente los costos y está gestionando el aumento en el costo del maíz, mientras que la volatilidad ha continuado durante el año.



DATOS SOBRESALIENTES

Datos Financieros Relevantes

Estado de Resultados (MXN millones)	AoA		
	1T21	1T20	VAR (%)
Volumen de Ventas (miles de toneladas)	1,014	1,041	(3)
Ventas Netas	22,179	21,544	3
Utilidad de Operación	2,576	2,662	(3)
Margen de Operación (%)	11.6%	12.4%	(80) pb
UAFIRDA ¹	3,472	3,505	(1)
Margen UAFIRDA (%)	15.7%	16.3%	(60) pb
Utilidad Neta Mayoritaria	1,321	562	135

¹ UAFIRDA = utilidad de operación + depreciación, amortización y deterioro de activos de larga duración +(-) gastos (ingresos) no relacionados con la operación.



El **volumen de ventas** bajó 3% impulsado por la acumulación de inventarios durante el primer semestre del 2020 como consecuencia del COVID-19. Adicionalmente, el mal tiempo y las heladas afectaron la distribución y operaciones en los Estados Unidos y en México.

Las **ventas netas** subieron 3% reflejando una mezcla de producto más rentable en los Estados Unidos, además de aumentos de precios por parte de GIMSA en México.

El **UAFIRDA** presentó una disminución de 1% y el margen UAFIRDA cayó 60 puntos base a 15.7% principalmente por un mayor costo de ventas en México, como resultado de un mayor costo del maíz y de mayores costos relacionados con las heladas en Los Estados Unidos y en México. El UAFIRDA de las operaciones fuera de México representó 84% de los resultados consolidados.

La **utilidad neta mayoritaria** aumentó 135% a Ps.1,321 millones debido a pérdidas cambiarias extraordinarias durante el 1T20.

La **deuda neta** de GRUMA al medirse las cifras en términos de dólares, subió US\$45 millones durante el trimestre a US\$1,131 millones, manteniendo una razón **deuda neta/UAFIRDA** de 1.5 veces.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

1T21 versus 1T20

El **volumen de ventas** disminuyó 3% a 1,014 mil toneladas métricas.

Las **ventas netas** aumentaron 3% a Ps.22,179 millones reflejando un cambio hacia el canal minorista hacia una mezcla de productos más rentable en los Estados Unidos y Europa, que contrarrestó los efectos temporales de un menor volumen causado por los fundamentales arriba mencionados. Las ventas netas también fueron apoyadas por un alza en precios implementados en GIMSA en México. Por otro lado, las ventas netas fueron impactadas por la fortaleza del peso mexicano (“MXN” o “peso”) contra el dólar estadounidense (“USD” o “dólar”), al medirse las cifras de las operaciones fuera de México en términos de pesos. Las ventas de las operaciones fuera de México representaron el 75% de las cifras consolidadas.

El **costo de ventas** aumentó 5% ubicándose en Ps.14,154 millones debido a (1) un mayor costo de materias primas e ingredientes requeridos para la producción de productos de valor agregado en los Estados Unidos; (2) un mayor costo del maíz a nivel mundial impactando GIMSA en México, como resultado de la actual demanda de China; y (3) mayores costos de servicios debido a las heladas en los Estados Unidos y en México. Como porcentaje de ventas netas, aumentó a 63.8% de 62.3% por las dinámicas en costos arriba mencionadas.

Los **gastos de venta y administración** crecieron 2% a Ps.5,728 millones como resultado de mayores comisiones y por mayores gastos de fletes, relacionados con productos de mayor precio en los Estados Unidos. Como porcentaje de ventas netas, el crecimiento de 3% en ingreso absorbió el costo adicional, disminuyendo esta razón a 25.8% de 26.0%.

Otros ingresos, neto, fueron de Ps.279 millones comparado con un ingreso de Ps.144 millones el año pasado. El cambio de Ps.135 millones fue consecuencia de una recuperación de Ps.203 millones por reclamos de seguros en Europa.

La **utilidad de operación** cayó 3% a Ps.2,576 millones. El margen de operación disminuyó a 11.6% de 12.4%.

El **UAFIRDA** disminuyó 1% a Ps.3,472 millones y el margen de EBITDA decreció a 15.7% de 16.3%.

El **costo de financiamiento, neto**, fue de Ps.455 millones, 74% menos, principalmente por pérdidas extraordinarias de tipo de cambio durante el 1T20, como se mencionó anteriormente.

Los **impuestos a la utilidad** fueron de Ps.800 millones, 110% más que el año anterior debido a una mayor utilidad antes de impuestos. La tasa efectiva de impuestos bajó a 38% de 40%.

La **utilidad neta mayoritaria** subió 135% a Ps.1,321 millones derivado de las dinámicas sobre el costo de financiamiento mencionadas anteriormente.

SITUACIÓN FINANCIERA

Marzo 2021 versus diciembre 2020

Datos Sobresalientes de Balance

Los **activos totales** crecieron 4% a Ps.76,393 millones, principalmente por mayores saldos de efectivo; y en menor medida, por mayor propiedad, planta y equipo, impulsados por la debilidad del peso.

Los **pasivos totales** aumentaron 3% a Ps.47,474 millones, primordialmente por mayores préstamos bancarios.

El **capital contable mayoritario** subió 5% a Ps.28,932 millones.

Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA fue de US\$1,540 millones, US\$54 millones más que en diciembre 2020. Aproximadamente 70% de la deuda de GRUMA estaba denominada en dólares. En términos de pesos, la deuda de GRUMA subió 7% a Ps.31,638 millones por la debilidad del peso en comparación con diciembre 2020.

Deuda (millones de dólares)

Mar'21	Mar'20	Var vs Mar'20		Dic'20	Var vs Dic'20	
		(\$)	(%)		(\$)	(%)
1,540	1,374	166	12	1,486	54	4

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

	Tasa	2021	2022	2023	2024	2025	2026	TOTAL
Bono 2024	Fija 4.875%				400.0			400.0
Crédito Largo Plazo Scotiabank 2019	Fija 2.79%					250.0		250.0
Crédito Largo Plazo Scotiabank 2021	LIBOR + 1.00%						200.0	200.0
Cebures Gruma18 (MXN \$3,000)	Fija 8.52%			145.6				145.6
Club Loan (MXN \$2,000)	TIIE + 0.55%	97.1						97.1
Other:								
MXN	TIIE + 0.40%	54.4						54.4
EUR	1.08%	2.5	12.7	12.5	12.5	10.6	10.6	61.4
TOTAL	4.07% (prom.)	153.9	12.7	158.1	412.5	260.6	210.6	1,208.4

(1) Los US\$331 millones de arrendamientos no están considerados en estas cifras.

INVERSIONES

Las inversiones de GRUMA en 1T21 fueron de US\$43 millones. Durante el trimestre, los proyectos principales fueron: (1) aumento de capacidad de producción en la planta de tortilla en Malasia; (2) renovaciones y mantenimiento en preparación para la reapertura de la planta de tortilla en Omaha, Nebraska; (3) avances en la construcción de la nueva planta de tortilla en Indiana; (4) equipo de transporte y distribución en México; y (5) mantenimiento y mejoras tecnológicas en general en toda la compañía.

RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

1T21 versus 1T20

Gruma Estados Unidos

Indicadores Selectos Estado de Resultados (MXN millones)		QoQ					
		1T21	%	1T20	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA EUA ¹	Volumen de Ventas ²	363		376		(12)	(3)
Harina de maíz, tortillas, y otros	Ventas Netas	12,752		12,359		393	3
	Utilidad de Operación	1,782	14.0	1,772	14.3	10	1
	UAFIRDA	2,354	18.5	2,306	18.7	47	2

¹ Conversión simple al tipo de cambio de Ps.20.6047/dólar al 31 de marzo de 2021. Para mayor información ver "Procedimientos

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



El **volumen de ventas** disminuyó 3% a 363 mil toneladas métricas. El volumen de ventas de **tortilla** permaneció sin cambio en 216 mil toneladas métricas debido a una lenta recuperación en el segmento institucional, el cual no ha llegado a los niveles pre pandemia. El crecimiento en el volumen de ventas en el canal minorista prácticamente contrarrestó la caída en el canal institucional, reflejando la tendencia de comer más en casa, mientras que los consumidores

continúan familiarizándose con la versatilidad de la tortilla tanto en las poblaciones hispanas como de no hispanos en los Estados Unidos. El crecimiento en volumen en el negocio de tortilla para el canal minorista, fue impulsado especialmente por las tortillas de harina de trigo *super soft* y las tortillas bajas en carbohidratos. El volumen de ventas de **harina de maíz** bajó 7% a 147 mil toneladas métricas debido a la acumulación de inventarios por parte de nuestros clientes durante 1T20, por el efecto del COVID-19. Además, los volúmenes tanto de tortilla como de harina de maíz, fueron afectados por las consecuencias de las graves condiciones climatológicas durante febrero del 2021.

Las **ventas netas** aumentaron 3% a Ps.12,752 por una mezcla de ventas más rentable, dado el desempeño positivo de los productos de valor agregado, mientras que el volumen de productos con menor costo disminuyó.

El **costo de ventas** creció 2% a Ps.7,210 millones debido principalmente a (1) mayores costos de materiales en el negocio de tortilla, reflejando las mayores ventas de productos con valor agregado, ya que este segmento requiere de ingredientes y empaques con mayores costos; (2) mayores costos de servicios y almacenamiento; (3) mayores costos de mano de obra para satisfacer la creciente demanda en el canal minorista de tortilla; y (4) mayores gastos relacionados con el COVID-19. Lo anterior fue parcialmente contrarrestado con menores costos de ventas en el negocio de molienda de maíz, como resultado de menor volumen de ventas durante el trimestre. El costo de ventas como porcentaje de ventas netas mejoró a 56.5% de 57.0% principalmente por el enfoque en el negocio de tortilla.

Los **gastos de venta y administración** subieron 6% a Ps.3,754 millones por (1) mayores comisiones de venta relacionadas con un precio promedio de ventas más alto, por la mezcla de productos con mayor rentabilidad en el negocio de tortilla en el canal minorista; (2) la mezcla en la ventas entre canales favoreciendo al canal minorista sobre el canal institucional, al ser mayores las comisiones de venta y otros gastos relacionados en el canal minorista que en el canal institucional; y (3) mayores gastos de fletes debido a las malas condiciones climatológicas durante el trimestre. Como porcentaje de ventas netas, los gastos aumentaron a 29.4% de 28.6% debido principalmente a mayores precios de venta y gastos como resultado de la mayor composición del canal minorista en comparación con el canal institucional.

La **utilidad de operación** creció 1% a Ps.1,782 millones y el margen de operación bajó 30 puntos base a 14.0% de 14.3%.

El **UAFIRDA** se incrementó 2% a Ps.2,354 millones, y el margen de UAFIRDA disminuyó 20 puntos base a 18.5% de 18.7%.

GIMSA

Indicadores Selectos Estado de Resultados (MXN millones)		AoA					
		1T21	%	1T20	%	VAR (\$)	VAR (%)
GIMSA	Volumen de Ventas ²	497		503		(5)	(1)
Harina de maíz, tortillas, y otros	Ventas Netas	5,628		5,517		111	2
	Utilidad de Operación	331	5.9	664	12.0	(332)	(50)
	UAFIRDA	615	10.9	935	16.9	(320)	(34)

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

El **volumen de ventas** disminuyó 1% a 497 miles de toneladas métricas principalmente por (1) la acumulación de inventarios que se llevó a cabo el año pasado, lo cual se vio reflejado en el aumento del volumen de ventas durante el primer semestre de 2020 debido al COVID-19; y (2) menores compras de tortilla dentro de las tiendas comparado con el 1T20 cuando el tráfico de gente en tiendas era mayor.



Las **ventas netas** aumentaron 2% a Ps.5,628 millones debido a los aumentos en precios implementados durante 1T21. Estos incrementos se llevaron a cabo a mediados de 1T21, generando un efecto de desfase en ingreso en relación a costos.

El **costo de ventas** subió 11% a Ps.4,379 millones debido a (1) un mayor costo del maíz por una fuerte demanda en China en relación a la oferta durante el periodo; y (2) gastos extraordinarios debido a las severas condiciones climatológicas en México durante el trimestre. Como porcentaje de ventas netas, aumentó 600 puntos base a 77.8% de 71.8% por las dinámicas anteriormente mencionadas.

Los **gastos de venta y administración** crecieron 1% a Ps.991 millones por mayores gastos de fletes debido a mayores tarifas y a mayores envíos intercompañías, por las severas condiciones climatológicas mencionadas anteriormente. Como porcentaje de ventas netas, los gastos bajaron 20 puntos base a 17.6% de 17.8% debido principalmente a una absorción positiva de ingresos por el mencionado crecimiento del 2% y por menores gastos corporativos.

Otros ingresos, neto, fueron de Ps.73 millones, Ps.16 millones menos, debido principalmente a pérdidas en coberturas de tipo de cambio relacionadas con compras de maíz.

La **utilidad de operación** disminuyó 50% a Ps.331 millones y el margen de operación bajó 610 puntos base llegando a 5.9%.

El **UAFIRDA** fue 34% más bajo colocándose en Ps.615 millones. El margen UAFIRDA disminuyó 600 puntos base a 10.9% de 16.9%.

Gruma Europa

Indicadores Selectos Estado de Resultados (MXN millones)	AoA						
	1T21	%	1T20	%	VAR (\$)	VAR (%)	
GRUMA EUROPA ¹	Volumen de Ventas ²	87		105		(18)	(17)
Harina de maíz, tortillas, y otros	Ventas Netas	1,467		1,490		(23)	(2)
	Utilidad de Operación	213	14.5	56	3.7	158	284
	UAFIRDA	277	18.9	121	8.1	156	130

¹ Conversión simple al tipo de cambio de Ps.20.6047/dólar al 31 de marzo de 2021. Para mayor información ver "Procedimientos"

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



El **volumen de ventas** disminuyó 17% a 87 mil toneladas métricas. El negocio de **tortilla** presentó una caída de 9% ya que el canal institucional continúa siendo afectado por los efectos de la pandemia del COVID-19. El mejor desempeño del canal minorista, reflejado en mayores ventas no fue suficiente para contrarrestar la disminución en volumen. El negocio de **harina de maíz** disminuyó 22% debido a (1) ventas extraordinarias de maíz durante 1T20; (2) menores ventas por el efecto del COVID-19; (3) mayor costo del maíz en regiones con alta sensibilidad al costo; y (4) menores ventas de subproducto, el cual es utilizado principalmente para consumo animal.

Las **ventas netas** decrecieron 2% a Ps.1,467 debido a un menor volumen de ventas en productos de menor costo como los *grits* y la harina de maíz, como consecuencia de los efectos del COVID-19 en la región.

El **costo de ventas** se incrementó 5% a Ps.1,148 millones por (1) una mezcla de productos con mayor costo en el portafolio al enfocarnos en el negocio de tortilla; (2) mayores costos de maíz; y (3) una menor absorción de costos debido a un menor volumen de ventas. Como porcentaje de ventas netas, aumentó a 78.2% de 73.3% principalmente impulsado por las dinámicas de costos arriba señaladas.

Los **gastos de venta y administración** disminuyeron 22% a Ps.314 millones por menores costos de distribución como resultado del menor volumen de ventas anteriormente mencionado, así como por menores gastos corporativos. Como porcentaje de ventas netas, los gastos bajaron a 21.4% de 26.9%.

Otros ingresos, neto, fueron Ps.208 millones, una mejora de Ps.149 millones como resultado de una recuperación de reclamos de seguro de Ps.203 millones.

La **utilidad de operación** creció 284% a Ps.213 millones de Ps.56 millones y el margen de operación mejoró 1,080 puntos base a 14.5%.

El **UAFIRDA** subió 130% a Ps.277 millones de Ps.121 millones y el margen de UAFIRDA aumentó 1,080 puntos base a 18.9% de 8.1%.

Gruma Centroamérica

Indicadores Selectos Estado de Resultados (MXN millones)		AoA					
		1T21	%	1T20	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA CENTROAMÉRICA	Volumen de Ventas ²	56		56		0	0
Harina de maíz, tortillas, y otros	Ventas Netas	1,257		1,277		(20)	(2)
	Utilidad de Operación	98	7.8	107	8.4	(9)	(9)
	UAFIRDA	137	10.9	151	11.8	(14)	(9)

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



El **volumen de ventas** permaneció en línea con el del año pasado en 56 mil toneladas métricas como resultado de (1) un mayor volumen de ventas en Honduras; en contraste con menor volumen de ventas en Guatemala, como resultado de los efectos de la pandemia de COVID-19; y (2) menor demanda de consumidores por paquetes en presentaciones de menor cantidad, también por los efectos de la pandemia.

Las **ventas netas** disminuyeron 2% a Ps.1,257 millones debido principalmente al cambio en la mezcla de ventas durante 1T20.

El **costo de ventas** creció 2% a Ps.860 millones como resultado de (1) el incremento en el costo del maíz en el mercado a nivel global; y (2) mayores costos de servicios y combustibles, en relación a la moneda local. Como porcentaje de ventas netas, aumentó a 68.5% de 65.8%.

Los **gastos de venta y administración** bajaron 8% a Ps.305 millones debido a una mayor eficiencia en el control de gastos durante 1T21. Como porcentaje de ventas netas, los gastos mejoraron a 24.3% de 25.8%.

La **utilidad de operación** disminuyó 9% a Ps.98 millones y el margen de operación bajó 60 puntos base a 7.8% de 8.4%.

El **UAFIRDA** retrocedió 9% a Ps.137 millones y el margen UAFIRDA cayó 90 puntos base a 10.9% de 11.8%.

Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **utilidad de operación** aumentó Ps.141 millones a Ps.169 millones por un fuerte desempeño en Gruma Asia y Oceanía y por menores gastos corporativos.

EVENTOS RELEVANTES

El 31 de marzo de 2021, GRUMA informó que obtuvo un crédito por US\$200 millones, el cual utilizará para refinanciar diversos pasivos denominados en dólares y en pesos. El crédito por US\$200 millones fue otorgado conjuntamente por The Bank of Nova Scotia y Bank of America México, S.A., Institución de Banca Múltiple, a un plazo de 5 años, con una tasa de LIBOR más una sobretasa de 100 puntos base, pagadero en una sola exhibición a su vencimiento. Este refinanciamiento permite a GRUMA mejorar las condiciones de costo de su deuda, así como su perfil de vencimientos.

LLAMADA DE CONFERENCIA

La llamada de conferencia del primer trimestre se llevará a cabo el jueves 22 de abril de 2021 a las 11:30 am tiempo del Este (10:30 am hora de Monterrey). 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.20.6047/dólar al 31 de marzo de 2021. 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 2020, GRUMA logró ventas netas de aproximadamente US\$4,600 millones, de las cuales el 76% 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 costos 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		
	1T21	1T20	VAR (%)
VENTAS NETAS	22,179	21,544	3
COSTO DE VENTAS	14,154	13,425	5
UTILIDAD BRUTA	8,025	8,119	(1)
MARGEN BRUTO (%)	36.2%	37.7%	
GASTOS DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN	5,728	5,601	
OTROS GASTOS (INGRESOS), NETO	(279)	(144)	
UTILIDAD DE OPERACIÓN	2,576	2,662	(3)
MARGEN OPERATIVO (%)	11.6%	12.4%	
COSTO DE FINANCIAMIENTO, NETO	455	1,719	
GASTOS FINANCIEROS	417	430	
PRODUCTOS FINANCIEROS	(14)	(20)	
RESULTADO EN INSTRUMENTOS FINANCIEROS DERIVADOS	(10)	203	
FLUCTUACIÓN CAMBIARIA	62	1,106	
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	800	381	
RESULTADO NETO	1,321	562	135
RESULTADO NETO MAYORITARIO	1,321	562	135
RESULTADO POR ACCIÓN ¹	3.35	1.38	142
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	896	843	
UAFIRDA ²	3,472	3,505	(1)
UAFIRDA/VENTAS(%)	15.7%	16.3%	
INVERSIONES (MILLONES US\$)	43	26	

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	Mar-21	Mar-20	VAR (%)	Dic-20	VAR (%)
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	8,424	5,823	45	6,173	36
CLIENTES	8,067	9,858	(18)	8,267	(2)
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	3,181	3,428	(7)	3,151	1
INVENTARIOS	11,430	12,962	(12)	11,945	(4)
ACTIVO CIRCULANTE	31,658	32,739	(3)	30,000	6
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO, NETO	38,179	38,432	(1)	37,243	3
ACTIVO TOTAL	76,393	79,952	(4)	73,776	4
DEUDA A CORTO PLAZO	3,918	1,568	150	3,438	14
PASIVO CIRCULANTE	16,254	16,265	(0)	16,538	(2)
DEUDA A LARGO PLAZO	27,720	30,640	(10)	26,118	6
PASIVO TOTAL	47,474	50,513	(6)	46,104	3
CAPITAL CONTABLE MAYORITARIO	28,932	29,453	(2)	27,684	5
CAPITAL CONTABLE TOTAL	28,919	29,440	(2)	27,672	5
ACTIVO CIRCULANTE/PASIVO CIRCULANTE	1.95	2.01		1.81	
PASIVO TOTAL/CAPITAL CONTABLE TOTAL	1.64	1.72		1.67	
DEUDA/UAFIRDA ³	2.06	2.45		1.92	
UAFIRDA/GASTOS FINANCIEROS ³	9.23	6.69		9.17	
VALOR CONTABLE POR ACCIÓN ¹	73.41	72.63		69.68	

¹ En base a 394'115,916 acciones para marzo 2021, 405'491,056 acciones para marzo 2020 y 397'297,269 acciones para diciembre 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					
		1T21	%	1T20	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS¹	VOLUMEN DE VENTAS ²	363		376		(12)	(3)
	VENTAS NETAS	12,752		12,359		393	3
Harina de maíz, tortilla y otros	COSTO DE VENTA	7,210	56.5	7,046	57.0	164	2
	UTILIDAD BRUTA	5,541	43.5	5,312	43.0	229	4
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	3,754	29.4	3,531	28.6	223	6
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	1,782	14.0	1,772	14.3	10	1
	UAFIRDA	2,354	18.5	2,306	18.7	47	2
GIMSA	VOLUMEN DE VENTAS	497		503		(5)	(1)
Harina de maíz y otros	VENTAS NETAS	5,628		5,517		111	2
	COSTO DE VENTA	4,379	77.8	3,962	71.8	417	11
	UTILIDAD BRUTA	1,249	22.2	1,555	28.2	(306)	(20)
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	991	17.6	980	17.8	10	1
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	331	5.9	664	12.0	(332)	(50)
	UAFIRDA	615	10.9	935	16.9	(320)	(34)
GRUMA EUROPA¹	VOLUMEN DE VENTAS ²	87		105		(18)	(17)
Harina de maíz, tortilla y otros	VENTAS NETAS	1,467		1,490		(23)	(2)
	COSTO DE VENTA	1,148	78.2	1,092	73.3	55	5
	UTILIDAD BRUTA	319	21.8	398	26.7	(78)	(20)
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	314	21.4	401	26.9	(87)	(22)
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	213	14.5	56	3.7	158	284
	UAFIRDA	277	18.9	121	8.1	156	130
GRUMA CENTROAMÉRICA	VOLUMEN DE VENTAS	56		56		0	0
Harina de maíz y otros	VENTAS NETAS	1,257		1,277		(20)	(2)
	COSTO DE VENTA	860	68.5	840	65.8	20	2
	UTILIDAD BRUTA	396	31.5	437	34.2	(40)	(9)
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	305	24.3	330	25.8	(25)	(8)
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	98	7.8	107	8.4	(9)	(9)
	UAFIRDA	137	10.9	151	11.8	(14)	(9)
OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES	VOLUMEN DE VENTAS	9		1		8	640
	VENTAS NETAS	1,092		712		380	53
	COSTO DE VENTA	557	51.0	373	52.4	184	49
	UTILIDAD BRUTA	535	49.0	339	47.6	196	58
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	366	33.5	309	43.4	57	18
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	169	15.5	28	3.9	141	504
	UAFIRDA	97	8.9	(62)	(8.7)	159	256
EFFECTO POR CONVERSION SIMPLE³	VENTAS NETAS	(16)		190		(206)	(109)
	COSTO DE VENTA	(1)		111		(112)	(101)
	UTILIDAD BRUTA	(16)		78		(94)	(120)
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	(2)		50		(52)	(104)
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	(17)		35		(52)	(148)
	UAFIRDA	(7)		55		(62)	(112)
CONSOLIDADO	VOLUMEN DE VENTAS	1,014		1,041		(27)	(3)
	VENTAS NETAS	22,179		21,544		635	3
	COSTO DE VENTA	14,154	63.8	13,425	62.3	728	5
	UTILIDAD BRUTA	8,025	36.2	8,119	37.7	(93)	(1)
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	5,728	25.8	5,601	26.0	127	2
	OTROS GTOS. (ING.), NETO	(279)		(144)		(135)	(93)
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	2,576	11.6	2,662	12.4	(86)	(3)
	UAFIRDA	3,472	15.7	3,505	16.3	(33)	(1)

¹ Conversión simple al tipo de cambio de Ps.20.6047/dólar al 31 de marzo de 2021.
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".