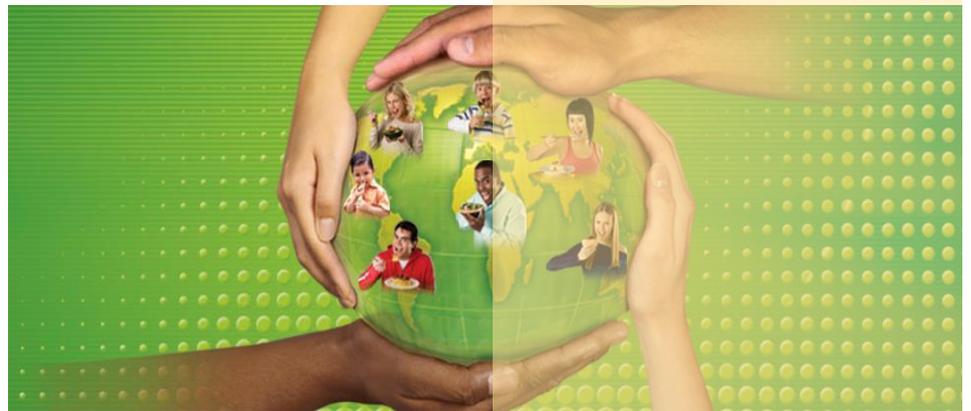




REPORTE DE RESULTADOS



Segundo Trimestre 2021





RESULTADOS DEL SEGUNDO 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 julio de 2021



El segundo trimestre presentó un rebalanceo de nuestro portafolio de productos reflejando la recuperación acelerada de las economías mundiales, mientras que los negocios intensificaban sus actividades diarias hacia niveles pre-pandemia. Para GRUMA, esto significó un crecimiento saludable en el canal institucional y el canal industrial en los canales de tortilla y harina de maíz, respectivamente, y un esfuerzo concentrado en retener la demanda en nuestros canales minoristas. Nos sentimos muy cómodos con los rebalanceos estructurales que se han llevado a cabo, especialmente en el canal minorista de tortilla en los Estados Unidos, dado que, al analizar nuestro desempeño y la demanda en la primera mitad del año, hubiéramos crecido a una tasa compuesta anual cercana al 10% en ventas durante dos años en comparación con nuestra tasa histórica de 4%*. Además, nuestros indicadores financieros a nivel consolidado desde 2019 apuntan hacia un estable crecimiento del 15% en ventas netas y en UAFIRDA. Lo anterior confirma que nuestra estrategia está produciendo resultados, los cuales se espera que continúen, especialmente con nuestros esfuerzos de innovación en las líneas de productos a lo largo de nuestra huella global.

*2013-2019 rango de información



DATOS SOBRESALIENTES

Datos Financieros Relevantes	AoA		
	2T21	2T20	VAR (%)
Estado de Resultados (MXN millones)			
Volumen (miles de toneladas)	1,057	1,062	(0)
Ventas netas	22,450	24,146	(7)
Utilidad de Operación	2,805	3,053	(8)
Margen Operativo (%)	12.5%	12.6%	(10) bp
UAFIRDA ¹	3,716	4,023	(8)
UAFIRDA / Ventas (%)	16.6%	16.7%	(10) bp
Resultado Neto Mayoritario	1,531	1,751	(13)

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



RESULTADOS CONSOLIDADOS

2T21 versus 2T20

El **volumen de ventas** se mantuvo sin cambio en Ps.1,057 mil toneladas métricas.

Las **ventas netas** bajaron 7% a Ps.22,450 millones debido a 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. Adicionalmente, las ventas netas se vieron afectadas por un cambio hacia ventas con menores márgenes en el canal institucional, conforme los negocios reabren sus operaciones en los Estados Unidos y en Europa. Las ventas netas se vieron parcialmente apoyadas por incrementos de precios implementados en GIMSA en México durante el primer semestre de 2021, además de un sólido desempeño en las ventas de Europa durante el trimestre. Las ventas de las operaciones fuera de México representaron el 74% de las cifras a nivel consolidado. Excluyendo la apreciación del peso al comparar las cifras contra 2T20, las ventas netas hubieran crecido 3.5%.

El **costo de ventas** disminuyó 2% a Ps.14,371 millones debido a la fortaleza del peso frente al dólar en las cifras de las operaciones en el extranjero al medirse en términos de pesos; a pesar del mayor costo de ventas en cada una de las subsidiarias de GRUMA por mayores costos de materias primas e insumos, además de mayores costos laborales. Como porcentaje de ventas netas, aumentó a 64.0% de 60.5% debido principalmente a un mayor costo de maíz en GIMSA y a un cambio en la mezcla de ventas en Gruma Estados Unidos. Este efecto fue parcialmente contrarrestado mediante ganancias en operaciones de cobertura en el renglón de “Otros ingresos, neto” del Estado de Resultados.

Los **gastos de venta y administración** bajaron 10% a Ps.5,750 millones debido a (1) la fortaleza del peso, (2) eficiencias a lo largo de la estructura de costos de GRUMA en Centroamérica y; (3) menores gastos legales en los Estados Unidos.

Otros ingresos, neto, fueron de Ps.476 millones comparado con un gasto de Ps.77 millones el año pasado. El cambio de Ps.553 millones resultó de las operaciones de cobertura en compras de maíz en México, además de la venta de una propiedad inmobiliaria en Europa.

La **utilidad de operación** cayó 8% a Ps.2,805 millones. El margen de operación disminuyó 10 puntos base a 12.5% de 12.6%.

El **UAFIRDA** disminuyó 8% a Ps.3,716 millones y el margen UAFIRDA decreció 10 puntos base a 16.6%. Excluyendo la apreciación del peso al comparar las cifras contra 2T20, el UAFIRDA hubiera crecido 3.5%.

El **costo de financiamiento, neto**, fue de Ps.349 millones, 11% menos, principalmente por un peso más fuerte sobre la deuda denominada en dólares, además de una tasa de interés de referencia más baja en relación con el 2T20.

Los **impuestos a la utilidad** fueron de Ps.924 millones, 1% más que el año anterior. La tasa efectiva de impuestos para el trimestre fue de 37.6% en comparación con 34.2% en 2T20 debido al efecto de una mayor tasa de inflación en México durante el periodo en pasivos monetarios.

La **utilidad neta mayoritaria** bajó 13% a Ps.1,531 millones derivado principalmente de los mencionados efectos de tipo de cambio y de la fortaleza del peso.

SITUACIÓN FINANCIERA

Junio 2021 versus marzo 2021

Datos Sobresalientes de Balance

Los **activos totales** se mantuvieron sin cambio en Ps.76,470 millones en comparación con marzo 2021, por un aumento en inventarios y una disminución en propiedad, planta y equipo e impuestos diferidos.

Los **pasivos totales** aumentaron 2% a Ps.48,428 millones, primordialmente por mayores préstamos bancarios de largo plazo.

El **capital contable mayoritario** bajó 3% a Ps.28,055 millones.

Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA fue de US\$1,502 millones, US\$38 millones menos que en marzo 2021. Aproximadamente 73% de la deuda de GRUMA estaba denominada en dólares. En términos de pesos, la deuda de GRUMA bajó 6% a Ps.29,651 millones por una menor deuda denominada en dólares y por la fortaleza del peso frente al dólar en comparación con marzo 2021.

Deuda (millones de dólares)

Jun'21	Jun'20	Var vs Jun'20		Mzo'21	Var vs Mzo'21	
		(\$)	(%)		(\$)	(%)
1,502	1,464	38	3	1,540	(38)	(2)

Perfil de Vencimientos de Deuda ⁽¹⁾

(millones de dólares)

	Tasa	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	TOTAL
Bono 2024	Fija 4.875%				400					400
Crédito Largo Plazo Scotiabank 2019	Fija 2.79%					250				250
Club Loan Scotiabank 2021	LIBOR + 1.00%						200			200
Cebures Gruma18 (MXN \$3,000)	Fija 8.52%			151.5						151.5
Cebures Gruma21 (MXN \$2,000)	Fija 7.00%							101		101
Otros:										
EUR	1.08%	2.3	12.9	12.8	12.8	10.7	10.7	0.0	0.0	62.3
TOTAL	4.24% (prom.)	2.3	12.9	164.3	412.8	260.7	210.7	0.0	101.0	1,164.8

(1) Los US\$337 millones de arrendamientos no están considerados en estas cifras.

INVERSIONES

Las inversiones de GRUMA en 2T21 fueron de US\$63 millones. Durante el trimestre, los proyectos principales fueron: (1) construcción y aumento de capacidad de producción en las nuevas plantas de tortilla en Indiana y España; (2) sistemas de tratamiento de aguas residuales en las plantas de harina de maíz en Evansville, Indiana y en Edimburgo, Texas; y (3) mantenimiento y mejoras tecnológicas en general en toda la compañía.

RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

2T21 versus 2T20

Gruma Estados Unidos

Estado de Resultados Seleccionado (MXN millones)		AoA					
		2T21	%	2T20	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS¹	Volumen de Ventas ²	383		383		(0)	(0)
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	12,449		12,531		(82)	(1)
	Utilidad de Operación	1,701	13.7	1,846	14.7	(145)	(8)
	UAFIRDA	2,273	18.3	2,412	19.3	(139)	(6)

¹ Conversión simple al tipo de cambio de Ps.19.8027/dólar al 30 de junio de 2021. Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

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



El **volumen de ventas** permaneció sin cambio en 383 mil toneladas métricas. El volumen de ventas de **tortilla** bajó 1.8% a 215 mil toneladas métricas debido a una demanda atípica en 2T20, como resultado del efecto de acumulación de inventarios a raíz de la pandemia. Por otro lado, el canal institucional presentó una recuperación a medida que los restaurantes y establecimientos de entretenimiento aumentaron sus operaciones hacia niveles pre-pandemia. La tortilla en el canal minorista se mantiene en niveles históricos por una fuerte base de clientes generada durante los últimos años. El volumen de ventas en el canal minorista del negocio de tortilla continúa siendo impulsado por la línea de productos "Better For You" de Mission; particularmente en el segmento de tortillas bajas en carbohidratos. El volumen de ventas de **harina de maíz** aumentó 2% a 168 mil toneladas métricas debido a una mayor demanda por parte de productores de tortilla, conforme la economía se recupera.

Las **ventas netas** bajaron 1% a Ps.12,449 millones en línea con la caída en el negocio de tortilla mencionada anteriormente, además del cambio en la mezcla de ventas favoreciendo al canal institucional, el cual presenta un menor precio de venta.

El **costo de ventas** creció 2% a Ps.7,139 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, particularmente en la línea de productos bajos en carbohidratos; (2) un cambio en la mezcla de ventas y mayores costos de mano de obra para cubrir turnos adicionales por la baja oferta de mano de obra durante el trimestre como resultado de la pandemia. El costo de ventas como porcentaje de ventas netas subió a 57.3% de 55.9% por el cambio en la mezcla de ventas y el costo adicional de mano de obra.

Los **gastos de venta y administración** bajaron 2% a Ps.3,603 millones debido a la caída en gastos legales en comparación con el año anterior. Como porcentaje de ventas netas, mejoró de 29.3% a 28.9%.

La **utilidad de operación** disminuyó 8% a Ps.1,701 millones y el margen de operación bajó 100 puntos base a 3.7% de 14.7%.

El **UAFIRDA** se redujo 6% a Ps.2,273 millones, y el margen de UAFIRDA disminuyó 100 puntos base a 18.3% de 19.3%.

GIMSA

Estado de Resultados Seleccionado (MXN millones)		AoA					
		2T21	%	2T20	%	VAR (\$)	VAR (%)
GIMSA	Volumen de Ventas ¹	517		530		(13)	(2)
Harina de maíz y otros	Ventas netas	6,050		5,923		127	2
	Utilidad de Operación	625	10.3	689	11.6	(64)	(9)
	UAFIRDA	910	15.0	963	16.3	(53)	(5)

¹ Todas los datos de volumen de ventas están expresados en miles de toneladas.



El **volumen de ventas** disminuyó 2% a 517 mil toneladas métricas, principalmente por la acumulación de inventarios que se llevó a cabo el año pasado debido al COVID-19, lo cual incrementó el volumen de ventas durante 2T20.

Las **ventas netas** aumentaron 2% a Ps.6,050 millones debido a los aumentos en precios implementados durante el primer semestre del 2021.

El **costo de ventas** subió 10% a Ps.4,632 millones debido a (1) un mayor costo del maíz por una fuerte demanda en China en relación a la oferta en comparación con 2T20. Como porcentaje de ventas netas, aumentó 540 puntos base a 76.6% de 71.2% por las dinámicas anteriormente mencionadas. Lo anterior fue principalmente compensado por ganancias en operaciones de cobertura en el renglón de “Otros ingresos, neto” en el Estado de Resultados.

Los **gastos de venta y administración** crecieron 8% a Ps.1,103 millones por mayores gastos de mercadotecnia en comparación con 2T20, así como por otros gastos de administración generales. Como porcentaje de ventas netas, los gastos subieron 100 puntos base a 18.2% de 17.2%.

Otros ingresos, neto, fueron de Ps.310 millones, Ps.308 millones más, debido principalmente a operaciones de cobertura relacionadas con el aumento en el precio del maíz. Estas operaciones de cobertura ayudaron a mitigar el aumento en el costo de ventas.

La **utilidad de operación** disminuyó 9% a Ps.625 millones y el margen de operación bajó 130 puntos base llegando a 10.3%. Es importante resaltar que parte de la reducción en el margen es debido a un efecto aritmético al pasar mayores costos que se traducen en mayores precios en los productos.

El **UAFIRDA** bajó 5% colocándose en Ps.910 millones. El margen UAFIRDA disminuyó 130 puntos base a 15.0% de 16.3%.

Gruma Europa

Estado de Resultados Seleccionado (MXN millones)		AoA					
		2T21	%	2T20	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA EUROPA ¹	Volumen de Ventas ²	97		98		(1)	(1)
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	1,685		1,240		444	36
	Utilidad de Operación	199	11.8	8	0.7	191	2,286
	UAFIRDA	266	15.8	61	4.9	205	339

¹ Conversión simple al tipo de cambio de Ps.19.8027/dólar al 30 de junio de 2021. Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

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



El **volumen de ventas** disminuyó 1% a 97 mil toneladas métricas. El negocio de **tortilla** presentó un aumento en el volumen de ventas del 45% debido a una recuperación estable en el canal institucional, aunado a una exitosa penetración en el mercado minorista de Mission. El negocio de **molienda de maíz** cayó 15% debido a (1) menores ventas derivadas del efecto de acumulación de inventarios en 2T20 debido al COVID-19; (2) mayor costo de maíz en regiones con alta sensibilidad de aumento en precios; y (3) menores ventas de subproducto, el cual es utilizado principalmente para consumo animal.

Las **ventas netas** crecieron 36% a Ps.1,685 millones debido a mayores ventas en el negocio de tortilla por los fundamentales en volumen anteriormente mencionados, además de una mezcla de ventas más rentable en el negocio de molienda de maíz en la región del Mediterráneo.

El **costo de ventas** se incrementó 35% a Ps.1,263 millones por un mayor volumen de ventas y por incrementos de costos de materias primas y empaque en el negocio de tortilla. Como porcentaje de ventas netas, mejoró a 74.9% de 75.2% principalmente impulsado por el crecimiento en ventas mencionado anteriormente.

Los **gastos de venta y administración** subieron 42% a Ps.351 millones en línea con un mayor volumen de ventas, el cual generó mayores costos de distribución, mercadotecnia y almacenamiento. Como porcentaje de ventas netas, los gastos aumentaron a 20.8% de 19.9%.

Otros ingresos, neto, fueron Ps.128 millones, una mejora de Ps.180 millones, como resultado de la venta de una propiedad inmobiliaria, la cual generó una ganancia de US\$6 millones durante el trimestre.

La **utilidad de operación** creció Ps.199 millones de Ps.8 millones y el margen de operación mejoró a 11.8% de 0.7% en 2T20.

El **UAFIRDA** subió 339% a Ps.266 millones de Ps.61 millones y el margen de UAFIRDA mejoró 1,090 puntos base a 15.8% de 4.9%.

Gruma Centroamérica

Estado de Resultados Seleccionado (MXN millones)		AoA					
		2T21	%	2T20	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA CENTROAMÉRICA	Volumen de Ventas ¹	57		62		(5)	(7)
Harina de maíz y otros	Ventas netas	1,213		1,493		(280)	(19)
	Utilidad de Operación	51	4.2	124	8.3	(72)	(59)
	UAFIRDA	88	7.3	172	11.5	(84)	(49)

¹ Todas los datos de volumen de ventas están expresados en miles de toneladas.



El **volumen de ventas** se redujo 7% a 57 mil toneladas métricas como resultado de una menor demanda en comparación con 2T20, en donde las ventas a gobiernos como parte de los programas de las Naciones Unidas, junto con el efecto de acumulación de inventarios por la pandemia del COVID-19 aumentó el volumen de ventas significativamente.

Las **ventas netas** disminuyeron 19% a Ps.1,213 millones en línea con la reducción en el volumen de ventas, además del efecto de la apreciación del peso frente al dólar.

El **costo de ventas** bajó 12% a Ps.868 millones debido principalmente a la apreciación del peso frente al dólar a pesar de (1) el incremento en el costo del maíz en el mercado a nivel global, así como en el costo de otras materias primas; y (2) mayores costos de servicios y combustibles. Como porcentaje de ventas netas, aumentó a 71.6% des 65.9%.

Los **gastos de venta y administración** bajaron 23% a Ps.296 millones debido a eficiencias en el gasto enfocadas a mantener estable la estructura de costos, aunado a la fortaleza del peso. Como porcentaje de ventas netas, los gastos mejoraron a 24.4% de 25.7%.

La **utilidad de operación** fue 59% menor en Ps.51 millones y el margen de operación bajó 410 puntos base a 4.2% de 8.3%.

El **UAFIRDA** retrocedió 49% a Ps.88 millones y el margen UAFIRDA cayó 420 puntos base a 7.3% de 11.5%.

Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **utilidad de operación** aumentó Ps.154 millones a Ps.232 millones debido al fuerte desempeño en Gruma Asia y Oceanía durante el trimestre, además de un mejor desempeño en la unidad de negocio corporativa.

LLAMADA DE CONFERENCIA

La llamada de conferencia del segundo trimestre se llevará a cabo el jueves 22 de julio 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 promedio del periodo. 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.19.8027/dólar al 30 de junio de 2021. La diferencia entre el uso de conversión simple y el tipo de cambio promedio del periodo 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	AoA			Acumulado		
	2T21	2T20	VAR (%)	2021	2020	VAR (%)
Estado de Resultados (MXN millones)						
Ventas Netas	22,450	24,146	(7)	44,629	45,690	(2)
Costo de Ventas	14,371	14,615	(2)	28,524	28,040	2
Utilidad Bruta	8,079	9,531	(15)	16,105	17,650	(9)
Margen Bruto (%)	36.0%	39.5%	(350) pb	36.1%	38.6%	(250) pb
Gasto de Administración y Ventas	5,750	6,400	(10)	11,479	12,002	(4)
Otros Gastos (Ingresos) , Neto	(476)	77	(716)	(755)	(67)	(1,028)
Utilidad de Operación	2,805	3,053	(8)	5,381	5,715	(6)
Margen Operativo (%)	12.5%	12.6%	(10) pb	12.1%	12.5%	(40) pb
Costo de Financiamiento, Neto	349	392	(11)	804	2,110	(62)
Gastos Financieros	397	434	(9)	813	864	(6)
Productos Financieros	(13)	(19)	28	(28)	(39)	29
Resultado en Instrumentos Financieros Derivados	35	3	1,255	25	206	(88)
Fluctuación Cambiaria	(69)	(26)	(163)	(6)	1,080	(101)
Impuestos a la Utilidad	924	910	1	1,723	1,291	33
Resultado Neto	1,532	1,751	(13)	2,853	2,313	23
Resultado Neto Mayoritario	1,531	1,751	(13)	2,852	2,312	23
Resultado por Acción ¹	3.90	4.36	(11)	7.26	5.76	26
Depreciación y Amortización	907	969	(6)	1,803	1,813	(1)
Deterioro de Activos de Larga Duración	4	0		4	0	
UAFIRDA ²	3,716	4,023	(8)	7,188	7,528	(5)
UAFIRDA / Ventas (%)	16.6%	16.7%	(10) pb	16.1%	16.5%	(40) pb
Inversiones (Milliones Us\$)	63	28	125	106	54	95

Gruma, S.A.B. de C.V., y Subsidiarias	AoA			ToT	
	Jun-21	Jun-20	VAR (%)	Mar-21	VAR (%)
Resumen de Estado de Balance (MXN millones)					
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	8,300	7,071	17	8,424	(1)
Clientes	7,672	8,732	(12)	8,067	(5)
Otras cuentas y documentos por cobrar	3,827	2,894	32	3,181	20
Inventarios	13,023	13,147	(1)	11,430	14
Activo Circulante	33,309	32,364	3	31,658	5
Propiedad, Planta y Equipo	37,270	39,573	(6)	38,179	(2)
Activo Totales	76,470	80,278	(5)	76,393	0
Deuda a Corto Plazo	792	1,463	(46)	3,918	(80)
Pasivo Circulante	16,229	16,659	(3)	16,254	(0)
Deuda a largo Plazo	28,859	32,067	(10)	27,720	4
Pasivo Total	48,428	52,434	(8)	47,474	2
Capital Contable Mayoritario	28,055	27,858	1	28,932	(3)
Capital Contable Total	28,043	27,845	1	28,919	(3)
Activo Circulante / Pasivo Circulante	2.05	1.94		1.95	
Pasivo Total / Capital Contable Total	1.73	1.88		1.64	
Deuda / UAFIRDA ³	1.97	2.39		2.06	
UAFIRDA /Gastos Financieros ³	9.25	7.34		9.23	
Valor Contable por Acción ¹	71.42	69.34		73.41	

¹ En base a 392'828,281 acciones para junio 2021, 401'752,200 acciones para junio 2020 y 394'115,916 acciones para marzo 2021.

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.

Información por Subsidiaria		AoA						Acumulado					
		2T21	%	2T20	%	VAR (\$)	VAR (%)	2021	%	2020	%	VAR (\$)	VAR (%)
<i>Estado de Resultados Seleccionado (MXN millones)</i>													
GRUMA ESTADOS UNIDOS¹	VOLUMEN DE VENTAS ²	383		383		(0)	(0)	746		759		(13)	(2)
Harina de maíz, tortilla y otros	VENTAS NETAS	12,449		12,531		(82)	(1)	24,704		24,409		295	1
	COSTO DE VENTA	7,139	57.3	6,999	55.9	140	2	14,068	56.9	13,771	56.4	297	2
	UTILIDAD BRUTA	5,310	42.7	5,532	44.1	(222)	(4)	10,636	43.1	10,638	43.6	(2)	(0)
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	3,603	28.9	3,676	29.3	(73)	(2)	7,211	29.2	7,069	29.0	142	2
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	1,701	13.7	1,846	14.7	(145)	(8)	3,413	13.8	3,549	14.5	(135)	(4)
	UAFIRDA	2,273	18.3	2,412	19.3	(139)	(6)	4,535	18.4	4,629	19.0	(94)	(2)
GIMSA	VOLUMEN DE VENTAS ²	517		530		(13)	(2)	1,015		1,032		(18)	(2)
Harina de maíz y otros	VENTAS NETAS	6,050		5,923		127	2	11,678		11,440		238	2
	COSTO DE VENTA	4,632	76.6	4,215	71.2	417	10	9,011	77.2	8,177	71.5	834	10
	UTILIDAD BRUTA	1,418	23.4	1,708	28.8	(290)	(17)	2,667	22.8	3,263	28.5	(596)	(18)
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	1,103	18.2	1,020	17.2	83	8	2,094	17.9	2,001	17.5	93	5
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	625	10.3	689	11.6	(64)	(9)	956	8.2	1,353	11.8	(397)	(29)
	UAFIRDA	910	15.0	963	16.3	(53)	(5)	1,525	13.1	1,897	16.6	(373)	(20)
GRUMA EUROPA¹	VOLUMEN DE VENTAS ²	97		98		(1)	(1)	185		204		(19)	(9)
Harina de maíz, tortilla y otros	VENTAS NETAS	1,685		1,240		444	36	3,094		2,672		422	16
	COSTO DE VENTA	1,263	74.9	933	75.2	330	35	2,366	76.4	1,983	74.2	383	19
	UTILIDAD BRUTA	422	25.1	307	24.8	115	37	729	23.6	689	25.8	39	6
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	351	20.8	247	19.9	104	42	653	21.1	632	23.7	21	3
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	199	11.8	8	0.7	191	2,286	404	13.1	62	2.3	342	554
	UAFIRDA	266	15.8	61	4.9	205	339	532	17.2	176	6.6	355	201
GRUMA CENTROAMÉRICA	VOLUMEN DE VENTAS ²	57		62		(5)	(7)	113		118		(5)	(4)
Harina de maíz y otros	VENTAS NETAS	1,213		1,493		(280)	(19)	2,470		2,769		(300)	(11)
	COSTO DE VENTA	868	71.6	983	65.9	(115)	(12)	1,728	70.0	1,823	65.8	(95)	(5)
	UTILIDAD BRUTA	345	28.4	510	34.1	(165)	(32)	741	30.0	946	34.2	(205)	(22)
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	296	24.4	383	25.7	(87)	(23)	601	24.3	713	25.8	(112)	(16)
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	51	4.2	124	8.3	(72)	(59)	149	6.0	231	8.3	(82)	(35)
	UAFIRDA	88	7.3	172	11.5	(84)	(49)	225	9.1	323	11.7	(98)	(30)
OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES	VOLUMEN DE VENTAS ²	3		(12)		15	127	12		(10)		23	218
	VENTAS NETAS	984		624		360	58	2,076		1,336		740	55
	COSTO DE VENTA	419	42.6	135	21.6	284	210	975	47.0	508	38.0	467	92
	UTILIDAD BRUTA	565	57.4	489	78.4	76	16	1,100	53.0	828	62.0	272	33
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	374	38.0	405	64.9	(31)	(8)	740	35.6	714	53.4	26	4
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	232	23.6	78	12.5	154	197	401	19.3	106	7.9	295	278
	UAFIRDA	167	17.0	(9)	(1.4)	176	1,956	264	12.7	(72)	(5.4)	336	467
EFFECTO POR CONVERSION SIMPLE³	VENTAS NETAS	70		2,335		(2,265)	(97)	607		3,064		(2,457)	(80)
	COSTO DE VENTA	50		1,350		(1,300)	(96)	375		1,778		(1,403)	(79)
	UTILIDAD BRUTA	19		985		(966)	(98)	232		1,285		(1,054)	(82)
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	23		669		(646)	(97)	179		872		(693)	(79)
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	(3)		308		(311)	(101)	58		415		(357)	(86)
	UAFIRDA	12		424		(412)	(97)	108		574		(466)	(81)
CONSOLIDATED	VOLUMEN DE VENTAS ²	1,057		1,062		(4)	(0)	2,071		2,102		(31)	(1)
	VENTAS NETAS	22,450		24,146		(1,696)	(7)	44,629		45,690		(1,061)	(2)
	COSTO DE VENTA	14,371	64.0	14,615	60.5	(244)	(2)	28,524	63.9	28,040	61.4	484	2
	UTILIDAD BRUTA	8,079	36.0	9,531	39.5	(1,451)	(15)	16,105	36.1	17,650	38.6	(1,545)	(9)
	GASTOS DE VENTA Y ADM.	5,750	25.6	6,400	26.5	(650)	(10)	11,479	25.7	12,002	26.3	(523)	(4)
	OTROS GTOS. (ING.), NETO	(476)		77		(553)	(716)	(755)		(67)		(688)	(1,028)
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	2,805	12.5	3,053	12.6	(248)	(8)	5,381	12.1	5,715	12.5	(334)	(6)
	UAFIRDA	3,716	16.6	4,023	16.7	(307)	(8)	7,188	16.1	7,528	16.5	(340)	(5)

¹ Conversión simple al tipo de cambio de Ps.19.8027/dólar al 30 de junio 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 promedio del periodo en las cifras de Gruma Estados Unidos y Gruma Europa se refleja en "Efecto por Conversión Simple".