



GRUMA

Relación con Inversionistas

ir@gruma.com

Tel: 52 (81) 8399-3349

www.gruma.com

San Pedro Garza García, N.L., México; 25 de julio de 2018

GRUMA REPORTA RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2018

DATOS SOBRESALIENTES

El desempeño de GRUMA durante el segundo trimestre de 2018 mostró mayores ventas netas en todas las regiones, y un mejor margen UAFIRDA a nivel consolidado, en gran medida por Gruma Estados Unidos.

El **volumen de ventas** a nivel consolidado aumentó 2% impulsado principalmente por GIMSA y Gruma Estados Unidos. Las **ventas netas** crecieron 9% debido a un mayor volumen, aumentos de precios en GIMSA y al efecto de la debilidad del peso particularmente en las cifras de Gruma Estados Unidos y Gruma Europa. El crecimiento en ventas netas compensó el impacto de Ps.148 millones derivado de la adopción de la Norma Internacional de Información Financiera 15 ("NIIF 15"), efectiva en enero de 2018, mediante la cual ciertos gastos de venta se reclasifican como una deducción a ventas netas.

El **UAFIRDA** consolidado subió 9% por aumentos en todas las subsidiarias y por el efecto de la debilidad del peso, lo cual representó alrededor del 40% del incremento consolidado. El margen UAFIRDA mejoró 10 puntos base.

La **utilidad neta mayoritaria** se vio afectada por una mayor tasa efectiva de impuestos, principalmente por impuestos diferidos, ya durante 2T17 hubo beneficios por el uso de pérdidas fiscales por amortizar.

Las ventas netas y el UAFIRDA de las operaciones fuera de México representaron 73% y 74%, respectivamente, de los resultados consolidados. La compañía reportó US\$1,201 millones de **deuda** al cierre del trimestre, US\$66 millones más que al cierre de 1T18. La razón **Deuda Neta/UAFIRDA** fue de 1.6x.

Datos Financieros Relevantes

(millones de pesos)

	2T18	2T17	Var
Volumen de Ventas (miles de toneladas)	1,029	1,009	2%
Ventas Netas	18,942	17,437	9%
Utilidad de Operación	2,519	2,344	7%
Margen de Operación	13.3%	13.4%	(10) pb
UAFIRDA	3,097	2,835	9%
Margen UAFIRDA	16.4%	16.3%	10 pb
Utilidad Neta Mayoritaria	1,308	1,432	(9)%



Deuda
(millones de dólares)

Jun'18	Jun'17	Var vs Jun'17		Mar'18	Var vs Mar'18	
		(\$)	(%)		(\$)	(%)
1,201	806	395	49%	1,135	66	6%

RESULTADOS CONSOLIDADOS

2T18 versus 2T17

El **volumen de ventas** aumentó 2% a un millón 29 mil toneladas. El crecimiento en volumen alcanzado en todas las subsidiarias se vio contrarrestado parcialmente por fuertes reducciones en Gruma Europa, ocasionado por volatilidad en el negocio de molienda de maíz.

Las **ventas netas** subieron 9% a Ps.18,942 millones, las cuales fueron mayores en todas las subsidiarias. El crecimiento en el volumen de ventas, los aumentos de precio en GIMSA a principios de año y el efecto de la debilidad del peso contribuyeron a la mejora.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas subió a 62.2% de 61.4%. Excluyendo el efecto de la adopción de la NIIF 15, las ventas netas como porcentaje de ventas netas hubieran aumentado a 61.7% por el mayor costo de algunos suministros, particularmente en los Estados Unidos. En términos absolutos, el costo de ventas subió 10% a Ps.11,779 millones, debido principalmente al aumento en volumen de ventas, el efecto de la depreciación del peso y el mayor costo de algunos suministros. El impacto de la debilidad del peso representó aproximadamente 33% de este incremento.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 24.2% de 25.1% debido primordialmente a una mejor absorción y a la adopción de la NIIF 15, lo cual causó una disminución en gastos de venta y administración que generó un beneficio de 60 puntos base. En términos absolutos, los gastos de venta y administración aumentaron 4% a Ps.4,577 millones debido al efecto de la depreciación del peso. La adopción de la NIIF 15 tuvo un impacto positivo de Ps.148 millones.

Otros gastos, neto, fueron Ps.67 millones versus Ps.7 millones. El aumento se debió principalmente a pérdidas de coberturas en GIMSA en comparación con ganancias el año anterior.

La **utilidad de operación** creció 7% a Ps.2,519 millones. El margen de operación bajó a 13.3% de 13.4%.

El **UAFIRDA** subió 9% a Ps.3,097 millones. El margen UAFIRDA mejoró a 16.4% de 16.3%.



El **costo de financiamiento, neto**, fue de Ps.358 millones, Ps.19 millones más, debido principalmente a (1) mayores gastos financieros primordialmente por mayor deuda y mayores tasas de interés; y (2) pérdidas cambiarias este año en comparación con ganancias el año anterior. Sin embargo, GRUMA tuvo ganancias en coberturas cambiarias relacionadas con compras de maíz en GIMSA, lo cual compensó la mayoría de los impactos negativos antes mencionados.

Los **impuestos a la utilidad** fueron de Ps.854 millones, 62% más, y la tasa efectiva de impuestos fue de 39.5%. Lo anterior fue derivado de una variación negativa de Ps.363 millones en impuestos diferidos principalmente por el uso de pérdidas fiscales por amortizar en 2T17.

En cuanto a impuestos causados, el beneficio de la reducción del impuesto corporativo en los Estados Unidos ha sido contrarrestado parcialmente por mayores impuestos en México provenientes de ganancias inflacionarias en la posición monetaria pasiva neta por un mayor nivel de deuda y mayor inflación en México.

La compañía espera que de ahora en adelante su tasa efectiva de impuestos sea de 35%-36%. Sin embargo, continúa analizando opciones para optimizar su estructura fiscal, lo cual podría resultar en una menor tasa efectiva de impuestos, al reducir tanto los impuestos causados como los diferidos.

La **utilidad neta mayoritaria** se redujo 9% a Ps.1,308 millones, debido principalmente al impacto de impuestos diferidos.

SITUACIÓN FINANCIERA

Junio 2018 versus marzo 2018

Datos Sobresalientes de Balance

Los **activos totales** crecieron 8% a Ps.65,444 millones especialmente por (1) mayor propiedad, planta y equipo debido a las inversiones de la compañía y al efecto de la depreciación del peso; (2) mayores saldos de efectivo; y (3) mayores inventarios relacionados con compras de maíz en México.

Los **pasivos totales** aumentaron 14% a Ps.39,716 millones debido a (1) una mayor deuda, esto por mayores saldos de efectivo, mayores inventarios de maíz en GIMSA y la debilidad del peso; y (2) mayores cuentas por pagar relacionadas principalmente con provisiones sobre dividendos declarados.

El **capital contable** se redujo 1% a Ps.25,728 millones.





Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA fue de US\$1,201 millones, US\$66 millones más que en marzo 2018. Aproximadamente 73% de la deuda de GRUMA está denominada en dólares.

Deuda (millones de dólares)

Jun'18	Jun'17	Var vs Jun'17		Mar'18	Var vs Mar'18	
		(\$)	(%)		(\$)	(%)
1,201	806	395	49%	1,135	66	6%

Perfil de Vencimientos de Deuda (millones de dólares)

	Tasa	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	TOTAL
Bono 2024 (USD)	4.875%							400	400
Crédito Sindicado Rabobank Plazo (USD \$150)	LIBOR + 1.00%		18.8	22.5	26.3	82.5			150
Crédito Sindicado Rabobank Revolvente (USD \$250)	LIBOR + 1.00%					250			250
Crédito Revolvente Scotiabank (USD \$120)	LIBOR + 0.75%			65					65
Otros:									
MXN	7.93%		308.1						308.1
USD	3.24%		7.5						7.5
EUR	1.50%		3.6	5.0	3.8	2.4	2.1	2.0	20.9
TOTAL	4.90%(prom.)		319.2	23.7	91.3	28.7	334.6	2.0	402.0

INVERSIONES

Las inversiones de GRUMA fueron US\$55 millones en 2T18. Durante el trimestre, las inversiones fueron destinadas básicamente a (1) México, principalmente por la construcción de una planta de tortilla en Puebla y por mejoras tecnológicas en GIMSA; (2) Estados Unidos, por la nueva planta de tortilla en Dallas y por mejoras tecnológicas en algunas plantas de tortilla y de harina de maíz; y (3) Europa, por la automatización del sistema de empaclado en la planta de Holanda y en una de las plantas en Inglaterra.



RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

2T18 versus 2T17

Gruma Estados Unidos

El **volumen de ventas** subió 3% a 353 mil toneladas. El volumen de ventas de **harina de maíz** subió 7% debido principalmente a productores de tortilla y frituras de maíz, ya que la compañía ha logrado ganar clientes en base a su mejor servicio y calidad. El negocio de **tortilla** bajó 1% debido al canal institucional, el cual se vio afectado por la decisión de la compañía de reducir el suministro de algunos *SKUs* en función de su rentabilidad. El canal minorista se benefició principalmente del crecimiento de (1) productos base como tortillas de harina de trigo *Super Soft* y tortillas de maíz en paquetes medianos; y (2) alternativas más saludables, particularmente las tortillas bajas en carbohidratos.



Las **ventas netas** aumentaron 3% a Ps.10,555 millones en línea con el crecimiento en el volumen de ventas. Durante 2T18, los precios en el negocio de tortilla se beneficiaron de (1) el cambio en la mezcla de ventas entre ambos canales del negocio de tortilla, favoreciendo *SKUs* de mayor precio, sobre todo en el canal minorista; y (2) el cambio en la mezcla de ventas hacia el canal minorista en el negocio de tortilla, ya que las ventas del canal institucional disminuyeron debido a la reducción por rentabilidad. Sin embargo, este beneficio se vio contrarrestado por (1) una mayor proporción del negocio de harina de maíz, el cual tiene menores precios que el negocio de tortilla; y, en menor grado, por (2) la adopción de la NIIF 15, lo cual generó menores ventas netas por alrededor de Ps.62 millones. Excluyendo esta adopción, los precios promedio en Gruma Estados Unidos hubieran subido 60 puntos base.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas aumentó a 57.1% de 55.9% derivado de (1) mayores costos de atención médica, debido a (a) costos crecientes, y (b) una comparación desfavorable contra 2T17 cuando la compañía tuvo reembolsos no recurrentes de seguro de gastos médicos y cancelación de provisiones de seguro de gastos médicos; y (2) mayores costos de materiales, básicamente (a) harina de trigo, debido principalmente al aumento en las distancias recorridas para obtener trigo de alta proteína, y (b) costos de empaque, en especial cajas de cartón y bolsas de plástico por mayores costos de cartón y resinas. En menor proporción, el costo de ventas como porcentaje de ventas netas también se vio afectado por (1) la adopción de la NIIF 15, lo cual resultó en una menor absorción de costos; y (2) una mayor proporción del negocio de harina de maíz, el cual genera un margen bruto menor que el negocio de tortilla. En términos absolutos, el costo de ventas creció 5% a Ps.6,029 millones debido al aumento en el volumen de ventas y los mencionados mayores costos.



Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 28% de 29.4% debido principalmente a (1) una mejor absorción; y (2) la reclasificación de algunos gastos de ventas por la adopción de la NIIF 15. En términos absolutos, los gastos de venta y administración disminuyeron 2% por la reclasificación.

Otros gastos, neto, fueron Ps.6 millones versus Ps.15 millones en 2T17.

La **utilidad de operación** subió 4% a Ps.1,569 millones. El margen operativo mejoró a 14.9% de 14.6%.

El **UAFIRDA** creció 6% a Ps.1,914 millones. El margen UAFIRDA mejoró a 18.1% de 17.6%.

GIMSA

El **volumen de ventas** creció 3% a 521 mil toneladas impulsado especialmente por (1) mayoristas que expandieron su distribución; (2) productores de tortilla debido a iniciativas comerciales; (3) canales de gobierno; y (4) venta de *grits*.

Las **ventas netas** subieron 6% a Ps.5,125 millones debido al aumento en el volumen de ventas y a los incrementos de precio implementados a principios de 2018.



El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 71.3% de 72.3% ya que los incrementos de precios contrarrestaron los mayores costos relacionados principalmente con (1) compra de maíz, esto por mayores tarifas de transporte, mayores distancias y almacenamiento por la iniciativa de la compañía de reposar el maíz por mayor tiempo para mejorar la calidad; (2) mano de obra debido a tiempos extra, aumentos de personal y salarios; (3) empaque y energía. En términos absolutos, el costo de ventas aumentó 5% a Ps.3,656 millones debido a los ya mencionados aumentos en volumen de ventas e incrementos en costos.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas subieron a 16.1% de 15.4% debido primordialmente a (1) mayores gastos de combustible impactando, entre otras cosas, gastos de venta y fletes inter-compañías; (2) aumentos de sueldos; y (3) mayores gastos de distribución, esto como resultado de mayores tarifas y cambio en la mezcla hacia ventas donde la compañía absorbe este gasto. En términos absolutos, los gastos subieron 11% a Ps.827 millones debido al aumento en volumen y a los gastos señalados.

Otros gastos, neto, fueron Ps.50 millones, representando una variación de Ps.58 millones, debido principalmente a pérdidas de coberturas en comparación con ganancias el año anterior.



La **utilidad de operación** bajó 2% a Ps.592 millones y el margen operativo se redujo a 11.5% de 12.5%.

El **UAFIRDA** aumentó 3% a Ps.818 millones. El margen UAFIRDA se redujo a 16.0% de 16.5%.

Gruma Europa

El **volumen de ventas** disminuyó 18% a 86 mil toneladas por el negocio de **molienda de maíz**, el cual bajó 26% debido a (1) menores ventas de *grits* por (a) compañías cerveceras al cambiarse a otros granos, y (b) productores de *snacks* favoreciendo a competidores de menores precios; y (2) menor volumen de ventas de subproductos, en línea con la reducción en *grits*, lo cual representa la mitad de esta reducción. El negocio de **tortilla** aumentó 2% debido principalmente a (1) mayor cobertura geográfica y mayor distribución al canal minorista e institucional en Rusia debido, en parte, al aumento en la capacidad de producción de la compañía en este país; y (2) mayor distribución en España, Francia, Alemania y el Medio Oriente.



Las **ventas netas** aumentaron 2% a Ps.1,442 millones a pesar de la mencionada disminución en el volumen de ventas, debido principalmente a (1) el cambio en la mezcla de ventas hacia el negocio de tortilla; (2) una mejor mezcla de ventas dentro del negocio de tortilla favoreciendo productos con nuestra marca; (3) racionalización de clientes de bajo precio; y (4) aumentos de precio en el negocio de molienda de maíz.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas aumentó ligeramente a 75.2% de 75.0% debido a la adopción de la NIIF 15, que resultó en menores ventas netas. En términos absolutos, el costo de ventas subió 2% a Ps.1,085 millones especialmente por (1) el crecimiento del negocio de tortilla, cuyos productos son de mayor valor agregado que los del negocio de molienda de maíz; y (2) mayores costos de materias primas y empaque, debido parcialmente a mayores ventas al menudeo en el negocio de tortilla.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 19.4% de 19.9% debido básicamente a la adopción de la NIIF 15, lo cual generó menores gastos. En términos absolutos, los gastos bajaron 1% a Ps.279 millones principalmente por (1) la mencionada adopción de la NIIF 15; así como por (2) eficiencias en gastos administrativos en el negocio de tortilla, incluyendo reducciones de personal y ahorros por el cierre de la antigua planta de tortilla en Rusia.

La **utilidad de operación** fue de Ps.78 millones, en comparación con una utilidad de operación de Ps.74 millones, y el margen operativo subió a 5.4% de 5.3%.

El **UAFIRDA** aumentó 10% a Ps.142 millones y el margen UAFIRDA mejoró a 9.8% de 9.1%.



Gruma Centroamérica

El **volumen de ventas** subió 9% a 51 mil toneladas debido principalmente a (1) ventas de harina de maíz en Honduras a medida que los competidores se volvieron menos agresivos en precios; (2) mayores ventas de maíz al Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas en Honduras; (3) mayores ventas de maíz al tomar ventaja de oportunidades en el mercado; y (4) mayores ventas de arroz con la incorporación de nuevos clientes.



Las **ventas netas** crecieron 8% a Ps.1,164 millones debido al aumento en el volumen de ventas y al efecto de la debilidad del peso. Sin embargo, el beneficio de la debilidad del peso se vio contrarrestado por (1) la adopción de la NIIF 15, representando un impacto de Ps.54 millones; (2) el cambio en la mezcla de ventas hacia marcas *flanker* en harina de maíz; y (3) la señalada venta de maíz.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas aumentó a 64.4% de 62% debido a la adopción de la NIIF 15, lo cual resultó en una menor absorción. En términos absolutos, el costo de ventas subió 13% a Ps.750 millones principalmente por (1) el aumento en el volumen de ventas; (2) la depreciación del peso; y (3) mayores costos de energía y empaque.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 27.8% de 30.2% debido especialmente a la adopción de la NIIF 15, lo cual generó menores gastos de venta. En términos absolutos, los gastos de venta y administración se mantuvieron prácticamente sin cambio en Ps.323 millones, principalmente como resultado de la adopción de la NIIF 15, lo cual contrarrestó en su totalidad los incrementos relacionados con el mayor volumen de ventas y la depreciación del peso.

La **utilidad de operación** como porcentaje de ventas netas mejoró a 7.9% de 7.7% y, en términos absolutos, la utilidad de operación subió 10% a Ps.92 millones.

El **UAFIRDA** aumentó 13% a Ps.128 millones. El margen UAFIRDA mejoró a 11.0% de 10.5%.

Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **utilidad de operación** se creció 11% a Ps.233 millones. Esto se debió principalmente a un mejor desempeño de Gruma Asia-Oceanía, ya que sus volúmenes y márgenes continuaron creciendo. El UAFIRDA subió a Ps.131 millones de Ps.124 millones.





LLAMADA DE CONFERENCIA

La llamada de conferencia del segundo trimestre se llevará a cabo el jueves 26 de julio de 2018 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 (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.19.8633/dólar al 30 de junio de 2018. La diferencia entre el uso de conversión simple y el tipo de cambio histórico se refleja en el renglón “Efecto por Conversión Simple” de la misma tabla.





ACERCA DE GRUMA

Fundada en 1949, GRUMA, S.A.B. de C.V. (“GRUMA”) es uno de los productores más grandes de harina de maíz y tortillas en el mundo. Con marcas líderes en la mayoría de sus mercados, GRUMA opera principalmente en los Estados Unidos, México, Centroamérica, Europa, Asia y Oceanía. La compañía tiene sus oficinas corporativas en San Pedro Garza García, México, y cuenta con alrededor de 20,500 empleados y 74 plantas. En 2017, GRUMA logró ventas netas de aproximadamente US\$3,700 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		
	2T18	2T17	VAR (%)	2018	2017	VAR (%)
VENTAS NETAS	18,942	17,437	9	36,474	35,115	4
COSTO DE VENTAS	11,779	10,705	10	22,800	21,736	5
UTILIDAD BRUTA	7,163	6,733	6	13,674	13,379	2
MARGEN BRUTO (%)	37.8%	38.6%		37.5%	38.1%	
GASTOS DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN	4,577	4,382		8,971	8,801	
OTROS GASTOS (INGRESOS), NETO	67	7		39	55	
UTILIDAD DE OPERACIÓN	2,519	2,344	7	4,665	4,523	3
MARGEN OPERATIVO (%)	13.3%	13.4%		12.8%	12.9%	
COSTO DE FINANCIAMIENTO, NETO	358	339		619	790	
GASTOS FINANCIEROS	327	150		570	317	
PRODUCTOS FINANCIEROS	(17)	(16)		(33)	(29)	
RESULTADO EN INSTRUMENTOS FINANCIEROS DERIVADOS	(91)	238		10	710	
FLUCTUACIÓN CAMBIARIA	139	(33)		73	(208)	
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	854	526		1,454	958	
RESULTADO NETO	1,307	1,479	(12)	2,591	2,775	(7)
RESULTADO NETO MAYORITARIO	1,308	1,432	(9)	2,590	2,714	(5)
RESULTADO POR ACCIÓN ¹	3.05	3.31	(8)	6.04	6.27	(4)
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	567	492		1,112	1,004	
DETERIORO DE ACTIVOS DE LARGA DURACIÓN	12			12	5	
UAFIRDA ²	3,097	2,835	9	5,789	5,532	5
UAFIRDA/VENTAS(%)	16.4%	16.3%		15.9%	15.8%	
INVERSIONES (MILLONES US\$)	55	61		88	119	

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	Jun-18	Jun-17	VAR (%)	Mar-18	VAR (%)
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	5,369	3,332	61	4,104	31
CLIENTES	7,284	6,223	17	7,065	3
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	2,909	1,960	48	2,826	3
INVENTARIOS	12,667	9,857	29	11,701	8
ACTIVO CIRCULANTE	29,096	21,882	33	26,170	11
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO, NETO	29,840	25,192	18	28,059	6
ACTIVO TOTAL	65,444	53,972	21	60,748	8
DEUDA A CORTO PLAZO	6,519	3,267	100	4,628	41
PASIVO CIRCULANTE	19,651	14,311	37	16,048	22
DEUDA A LARGO PLAZO	17,248	11,057	56	16,093	7
PASIVO TOTAL	39,716	29,145	36	34,769	14
CAPITAL CONTABLE MAYORITARIO	25,740	22,975	12	25,989	(1)
CAPITAL CONTABLE TOTAL	25,728	24,826	4	25,979	(1)
ACTIVO CIRCULANTE/PASIVO CIRCULANTE	1.48	1.53		1.63	
PASIVO TOTAL/CAPITAL CONTABLE TOTAL	1.54	1.17		1.34	
DEUDA/UAFIRDA ³	2.05	1.26		1.83	
UAFIRDA/GASTOS FINANCIEROS ³	11.10	17.34		13.05	
VALOR CONTABLE POR ACCIÓN ¹	60.01	53.09		60.27	

¹ En base a 428,915,430 acciones para junio 2018, 432,749,079 para junio 2017 y 431,221,046 acciones para marzo 2018.

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			
		2T18	2T17	VAR (\$)	VAR (%)	2018	2017	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS¹	VOLUMEN DE VENTAS ²	353	344	9	3	690	678	12	2
Harina de maíz, tortilla y otros	VENTAS NETAS	10,555	10,287	268	3	20,770	20,208	562	3
	UTILIDAD BRUTA	4,526	4,540	(13)	(0)	8,870	8,771	99	1
	Margen Bruto	42.9%	44.1%			42.7%	43.4%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	1,569	1,506	63	4	3,020	2,823	197	7
	Margen Operación	14.9%	14.6%			14.5%	14.0%		
	UAFIRDA	1,914	1,814	100	6	3,712	3,437	274	8
	UAFIRDA/Ventas	18.1%	17.6%			17.9%	17.0%		
GIMSA	VOLUMEN DE VENTAS	521	506	15	3	1,013	986	27	3
Harina de maíz y otros	VENTAS NETAS	5,125	4,828	297	6	9,921	9,527	395	4
	UTILIDAD BRUTA	1,469	1,337	132	10	2,774	2,550	224	9
	Margen Bruto	28.7%	27.7%			28.0%	26.8%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	592	602	(11)	(2)	1,147	1,163	(16)	(1)
	Margen Operación	11.5%	12.5%			11.6%	12.2%		
	UAFIRDA	818	797	22	3	1,600	1,552	48	3
	UAFIRDA/Ventas	16.0%	16.5%			16.1%	16.3%		
GRUMA EUROPA¹	VOLUMEN DE VENTAS ²	86	104	(18)	(18)	166	205	(39)	(19)
Harina de maíz, tortilla y otros	VENTAS NETAS	1,442	1,413	29	2	2,853	2,736	118	4
	UTILIDAD BRUTA	358	354	4	1	675	665	10	1
	Margen Bruto	24.8%	25.0%			23.7%	24.3%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	78	74	4	5	104	72	32	44
	Margen Operación	5.4%	5.3%			3.7%	2.6%		
	UAFIRDA	142	128	13	10	230	178	52	29
	UAFIRDA/Ventas	9.8%	9.1%			8.0%	6.5%		
GRUMA CENTROAMÉRICA	VOLUMEN DE VENTAS	51	47	4	9	99	94	5	6
Harina de maíz y otros	VENTAS NETAS	1,164	1,073	91	8	2,208	2,230	(22)	(1)
	UTILIDAD BRUTA	414	407	7	2	777	828	(51)	(6)
	Margen Bruto	35.6%	38.0%			35.2%	37.1%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	92	83	9	10	169	143	26	18
	Margen Operación	7.9%	7.7%			7.7%	6.4%		
	UAFIRDA	128	113	15	13	240	205	35	17
	UAFIRDA/Ventas	11.0%	10.5%			10.9%	9.2%		
OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES	VOLUMEN DE VENTAS	17	8	9	113	31	15	16	106
	VENTAS NETAS	867	663	204	31	1,717	1,282	435	34
	UTILIDAD BRUTA	498	457	41	9	1,011	960	51	5
	Margen Bruto	57.4%	68.9%			58.9%	74.9%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	233	209	24	11	386	483	(97)	(20)
	Margen Operación	26.9%	31.5%			22.5%	37.7%		
	UAFIRDA	131	124	7	6	172	317	(145)	(46)
	UAFIRDA/Ventas	15.1%	18.7%			10.0%	24.7%		
EFFECTO POR CONVERSION SIMPLE³	VENTAS NETAS	(211)	(826)	615	75	(996)	(867)	(130)	(15)
	UTILIDAD BRUTA	(102)	(362)	260	72	(434)	(395)	(39)	(10)
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	(44)	(131)	87	66	(162)	(161)	(0)	(0)
	UAFIRDA	(36)	(141)	105	75	(165)	(157)	(8)	(5)
	CONSOLIDADO	VOLUMEN DE VENTAS	1,029	1,009	19	2	2,000	1,979	21
	VENTAS NETAS	18,942	17,437	1,504	9	36,474	35,115	1,359	4
	UTILIDAD BRUTA	7,163	6,733	430	6	13,674	13,379	295	2
	Margen Bruto	37.8%	38.6%			37.5%	38.1%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	2,519	2,344	175	7	4,665	4,523	141	3
	Margen Operación	13.3%	13.4%			12.8%	12.9%		
	UAFIRDA	3,097	2,835	262	9	5,789	5,532	257	5
	UAFIRDA/Ventas	16.4%	16.3%			15.9%	15.8%		

¹ Conversión simple. 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 se refleja en "Efecto por Conversión Simple".