



# Presentación para Inversionistas

*4to Trimestre 2023*



# GRUMA es Líder Mundial en la Industria de Harina de Maíz y tortilla



2023	Ventas Netas <sup>1</sup>	US\$6.6 Bn	Plantas	74	Mkt Cap <sup>3</sup>	US\$6.8 Bn
	UAFIRDA <sup>2</sup>	US\$1,006 mm	Empleados <sup>3</sup>	Aproximadamente 24,100	Float	49%

Presencia

Productos

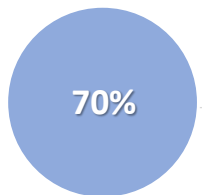
Ventas<sup>4</sup>

UAFIRDA<sup>4</sup>

## Gruma Estados Unidos



- Tortilla
- Harina de maíz
- Panes planos
- Snacks
- Otros



## Gruma México



- Harina de maíz
- Tortilla
- Snacks



## Gruma Europa



- Tortilla
- Panes planos
- Harina de maíz
- Grits
- Otros



## Gruma Centroamérica



- Harina de maíz
- Tortilla
- Snacks



## Gruma Asia y Oceanía



- Tortilla
- Panes planos
- Snacks
- Otros





<sup>1</sup> Ventas netas = ventas brutas - devoluciones y descuentos.

<sup>2</sup> UAFIRDA = Utilidad de operación + depreciación, amortización y deterioro de activos de larga vida + (-) gastos (ingreso) no relacionado con las operaciones base.

<sup>3</sup> Al Diciembre 31 de 2023

<sup>4</sup> U12M al 4T23

# Fuerte conocimiento de la marca y lealtad del consumidor

Región	Marcas	Productos	Posición	
Estados Unidos		  	Tortilla Tortilla Harina de maíz	  
GIMSA Mission Mx		 	Harina de maíz Tortilla	 
Gruma Europa			Tortilla	
Gruma Centroamérica		  	Harina de maíz Tortilla Tortilla	  
Gruma Asia y Oceanía			Tortilla	

# Impulsar el crecimiento y la innovación en los segmentos de consumidores orientados a la salud

## Salud – Tendencia Orientada al Consumidor

- La preferencia del consumidor por alimentos más saludables ha aumentado la popularidad de las alternativas en platos típicos y *snacks*.



Para satisfacer estas mega tendencias, GRUMA ofrece una línea de productos más saludables, tales como:



- Consumidores sustituyendo el pan por *wraps*.
- Aumento en la popularidad de opciones de snacks más saludables, como las frituras de maíz orgánicas y libres de gluten.
- Como resultado, nuestras líneas de productos más saludables están generando un crecimiento de doble dígito.



# Los nuevos lanzamientos y la comercialización dinámica mejoran las ventas de productos de mayor margen de valor añadido

- El lanzamiento de productos y la instalación de exhibidores atractivos en las tiendas, ayudan al incremento de las ventas de productos de mayor valor agregado, impulsando una notable expansión de márgenes, particularmente en Gruma Estados Unidos.

WW sprouted wrap



WW Pita



WW Chia & quinoa wrap



WW carb balance street tacos



Flatbread



Organic corn tortilla chips

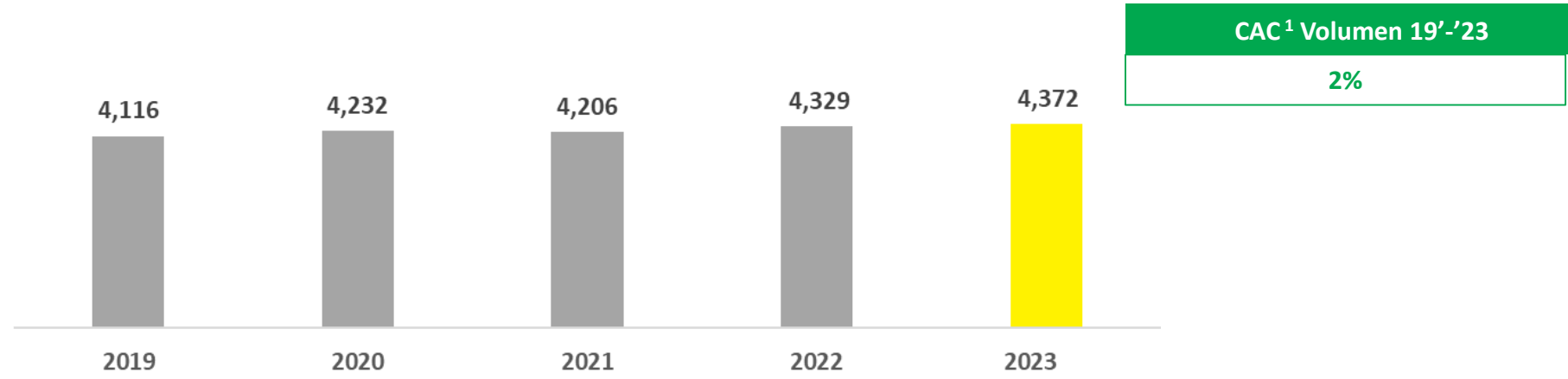


Low-calorie corn tortillas

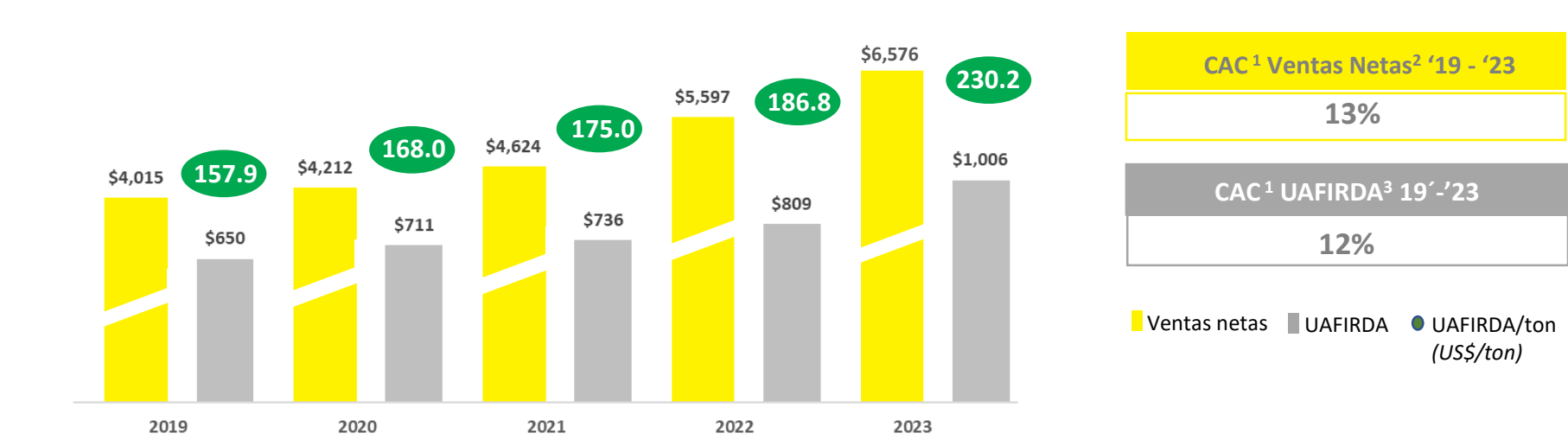


# Crecimiento consistente de ventas netas y rentabilidad apoyados por una continua innovación y alcance global...

## Volumen (miles de toneladas métricas)



## Ventas Netas<sup>2,4</sup> y UAFIRDA<sup>3,4</sup> (US\$ mm)



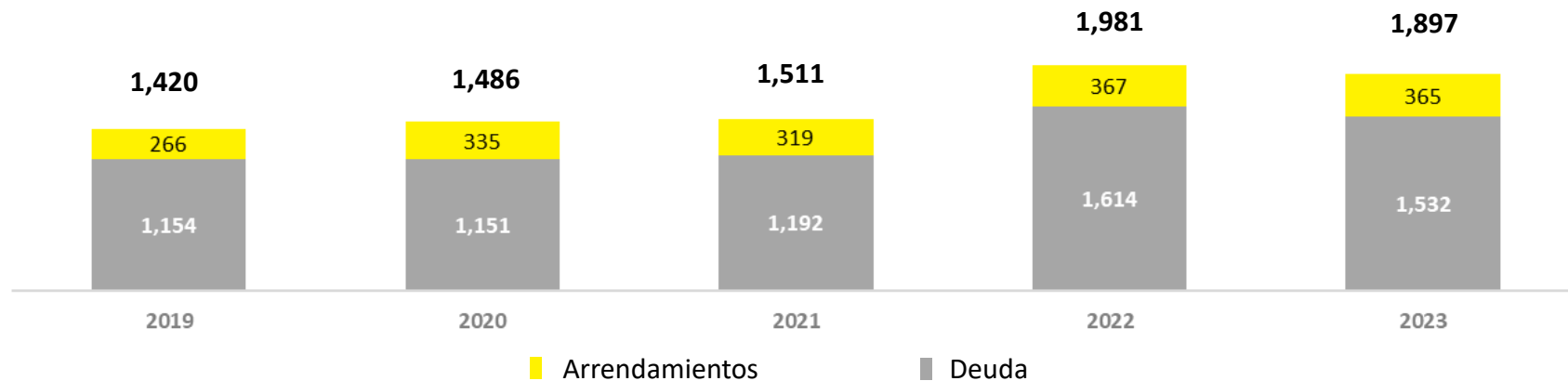
<sup>1</sup> CAC = Crecimiento Anual Compuesto.

<sup>2</sup> Ventas netas = ventas brutas - devoluciones y descuentos.

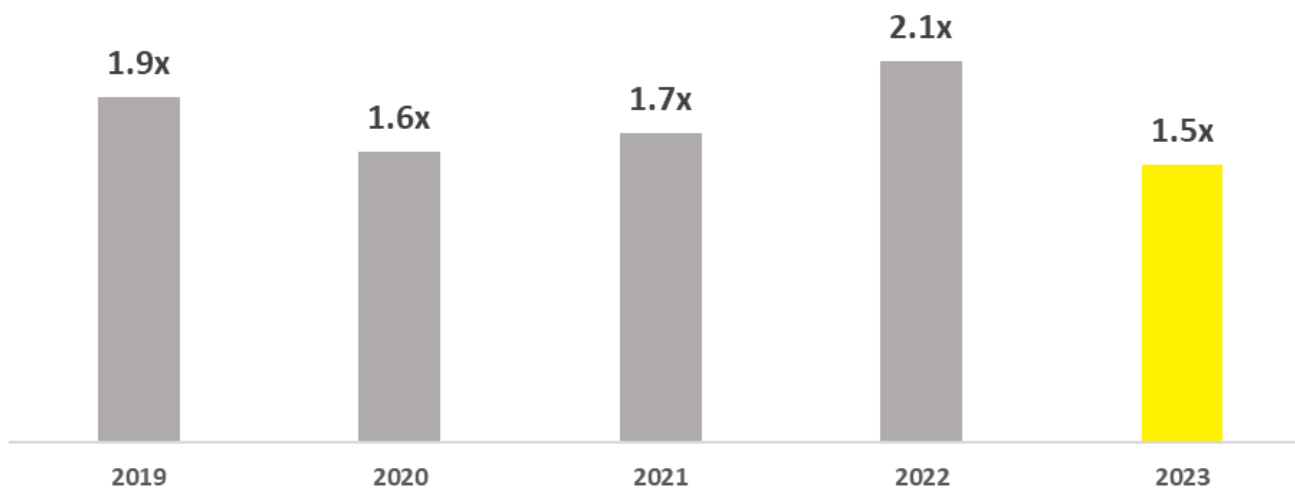
<sup>3</sup> UAFIRDA = Utilidad de operación + depreciación, amortización y deterioro de activos de larga vida + (-) gastos (ingreso) no relacionado con las operaciones base.

# ...Mientras que una Estructura de Capital Saludable Denota una Diciplinada Administración de la Deuda

## Deuda (Milliones de US\$)



## Deuda Neta / UAFIRDA (veces)



# La Compañía tiene un Perfil de Deuda Saludable en donde el 73% de la Deuda es en Dólares es Soportada por las Operaciones en los Estados Unidos

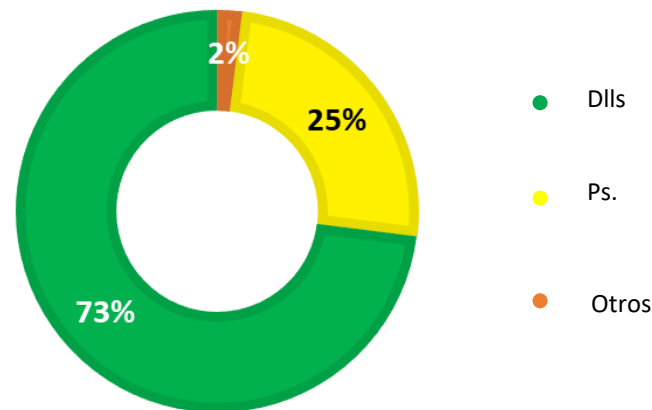
## Tipo de Deuda y Vencimientos <sup>1</sup> (US\$ mm)

(Al 31 de diciembre 2023)

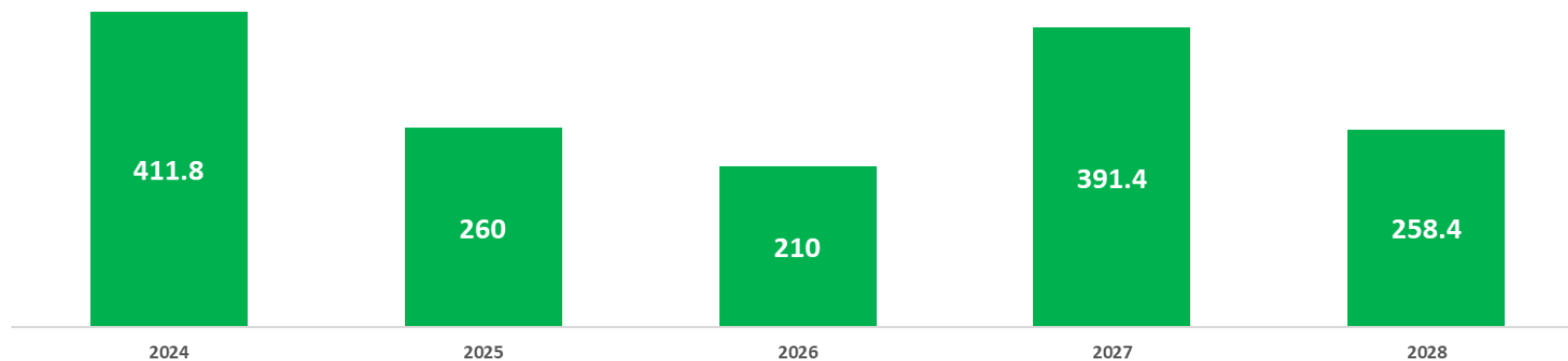
	Tasa	2024	2025	2026	2027	2028	2029	Total
Bono 2024	Fija 4.875%	400.0						400.0
Club Loan Scotiabank 2021	SOFR + 1.17%			200.0				200.0
Crédito Largo Plazo Scotiabank 2019	Fija 2.79%		250.0					250.0
Crédito Largo Plazo Scotiabank 2022	SOFR + 1.00%				125.0			125.0
Club Loan BBVA 2023	SOFR + 1.30%					140.0		140.0
Cebures Gruma21 (MXN \$2,000)	Fija 7.00%					118.4		118.4
Cebures Gruma22 (MXN \$4,500)	TIIE + 0.29%			266.4				266.4
Otros:								
EUR	0.98%	11.8	10.0	10.0				31.8
<b>TOTAL</b>	<b>6.32% (prom.)</b>	<b>411.8</b>	<b>260.0</b>	<b>210.0</b>	<b>391.4</b>	<b>258.4</b>		<b>1,531.6</b>

<sup>(1)</sup> Los US\$365 millones de arrendamientos no están considerados en estas cifras.

## Composición de Deuda por Moneda



## Agenda de Vencimientos de la Deuda (US\$ mm)

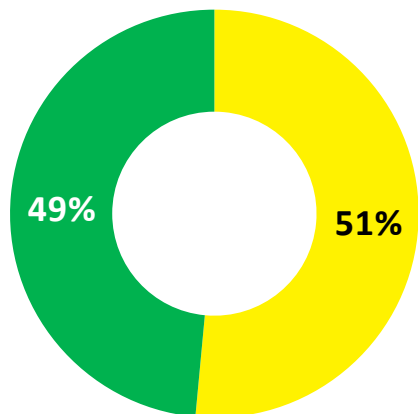


<sup>1</sup> Los US\$368 mm relacionados con arrendamientos no están incluidos en las figuras de arriba



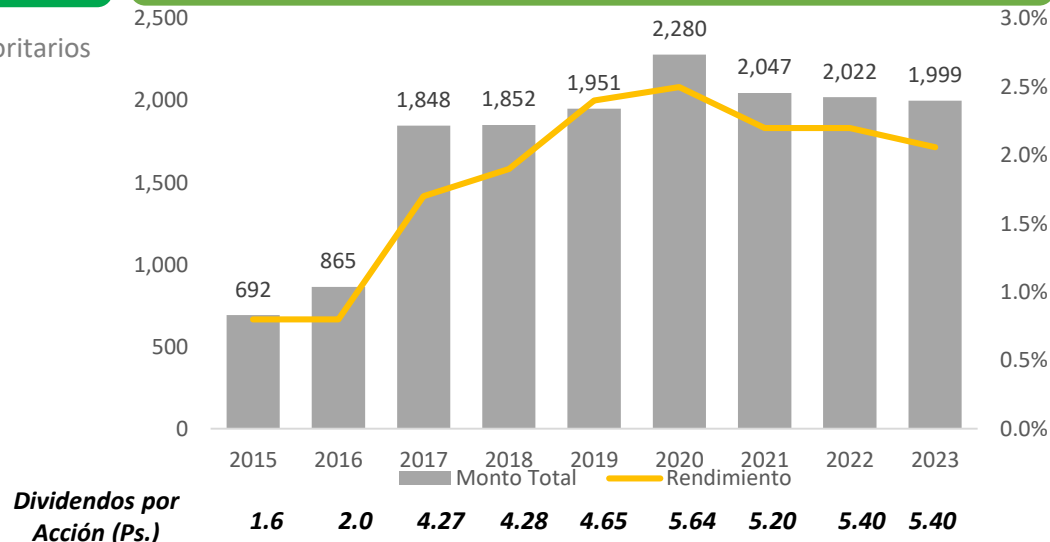
# GRUMA se Mantiene con Resultados Positivos, Mayor Generación de Flujo de Efectivo...

## Tenencia Accionaria



- Accionistas Mayoritarios
- Float

## Detalle de Dividendos Pagados (millones of pesos)



## ...y recompra de acciones para beneficio de los accionistas de GRUMA

	2020	2021	2022	2023	2024 – a la Fecha <sup>(1)</sup>
Acciones recompradas (mm)	15.8	16.3	10.7	1.2	1.2
Acciones recompradas (%)	3.9%	4.1%	2.9%	0.3%	0.3%
Recompra total (US\$mm)	US\$150	US\$186	US\$130	US\$19.4	US\$20.6

GRUMA ha empezado a recomprar acciones en línea con su presupuesto anual

<sup>1</sup> Al 15 de febrero 19 del 2024.

# Sólido Gobierno Corporativo y Directivos con Amplia Experiencia

**Juan Antonio González  
Moreno**

**Presidente del Consejo y Director General**



Laura Dinora  
Martínez Salinas  
Sector Jurídico



Homero Huerta Moreno  
Director Corporativo  
de Administración



Carlos Hank González  
Vicepresidente del Consejo  
de Administración



▪ Nuestra Alta Dirección tiene un promedio de 24 años en la compañía.

- Miembros del Consejo Relacionados
- Miembros del Consejo Independientes

## Comités

1

Comité de Auditoría

2

Comité de Prácticas  
Societarias

Javier Martínez-  
Abrego Gómez

Industria de la Transportación



Jesús Oswaldo Garza  
Martínez

Financiero



1 2

Everardo Elizondo  
Almaguer

Financiero



1 2

Alberto Santos  
Boesch

Alimentos



Gabriel Carrillo  
Medina  
Seguridad Industrial



1 2

Joseph Woldenberg  
Russell  
Industrial



Thomas Heather  
Rodríguez  
Jurídico



1 2

BETTER  
*Choices*  
MADE  
*Easy*<sup>®</sup>



Estados Unidos

# Gruma Estados Unidos es la Subsidiaria más Grande y el Principal Productor de Harina de Maíz y Tortillas en los Estados Unidos...

## Mapa de Distribución de Plantas



- Plantas de harina de maíz (6)
- ◆ Plantas de tortilla / frituras (21)

## Resumen del Negocio



- ✓ 909,000 toneladas métricas/año
- ✓ Tortilla de maíz
- ✓ Tortilla de trigo
- ✓ Frituras
- ✓ Otros Productos Selectos

- ✓ 951,000 toneladas métricas/año
- ✓ Harina de maíz para tortilla
- ✓ Harina de maíz para frituras

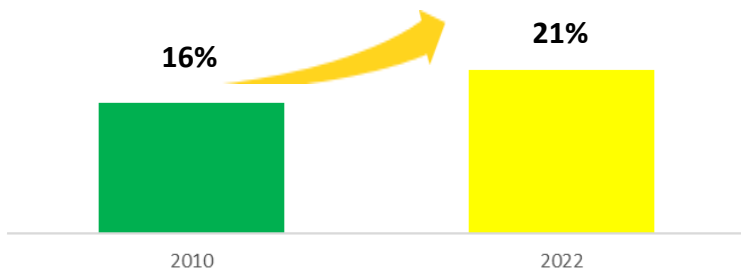
<sup>1</sup> Ventas netas = ventas brutas - devoluciones y descuentos.

<sup>2</sup> UAFIRDA = Utilidad de operación + depreciación, amortización y deterioro de activos de larga vida + (-) gastos (ingreso) no relacionado con las operaciones base.

# ...con Potencial de Crecimiento en el Mercado de Harina de Maíz y Tortilla en los Estados Unidos

## Factores de Crecimiento

- 20.5% del total de la población de Estados Unidos son hispanos, de los cuales 60% son mexicanos<sup>1</sup>
- El crecimiento de la población hispana representa el 50%<sup>1</sup> del total del crecimiento poblacional en los Estados Unidos



## Mercado Estimado de Tortillas y Harina de Maíz en los Estados Unidos

### Tortilla/frituras de tortilla

- US\$5,000 mm<sup>2</sup>

### Harina de maíz

- US\$1,800 mm<sup>2</sup>



## Popularidad de la Comida Mexicana y Versatilidad de Nuestros Productos



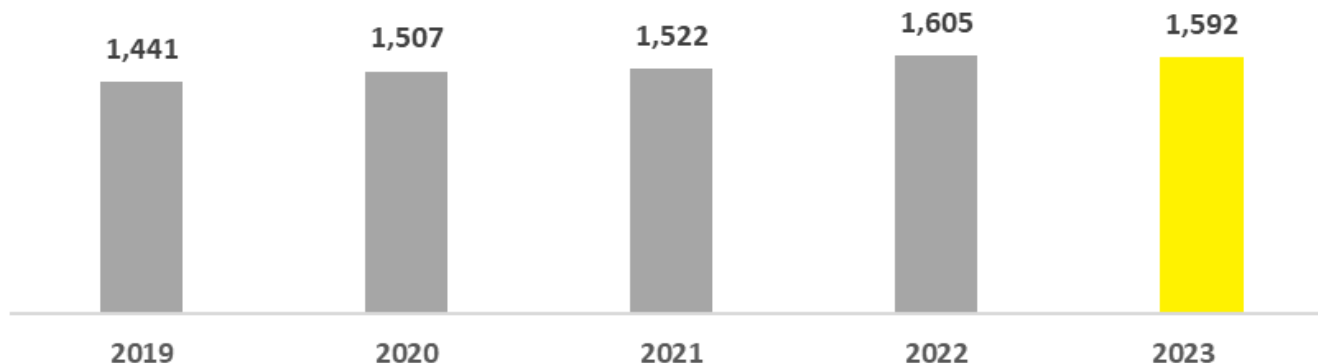
- El número de restaurantes de comida mexicana continúa creciendo
- Cada vez más restaurantes incluyen platillos mexicanos en sus menús
- *Wraps*, burritos, tacos, quesadillas, nachos, etc. se están convirtiendo en alimentos convencionales
- La mayor parte del consumo de comida mexicana en restaurantes es realizada por no-hispanos
- Adopción de tortillas en platillos que no son de comida mexicana (*wraps*)

<sup>1</sup> Oficina de Censo de los Estados Unidos, actualizado al 2022

<sup>2</sup> Estimaciones de la compañía

# Mayor Difusión de Marca, en Adición a una Mezcla de Producto más Favorable han Resultado en Mayores Volúmenes y Rentabilidad

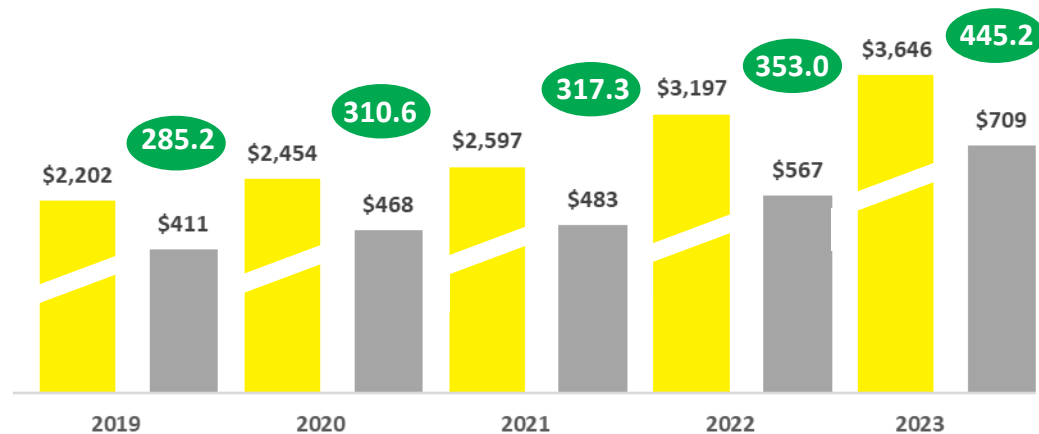
## Volumen (miles de toneladas métricas)



### CAC<sup>1</sup> Volumen 19'-'23

3%

## Ventas Netas<sup>2</sup> y UAFIRDA<sup>3</sup> (US\$ mm)



### CAC<sup>1</sup> Ventas Netas<sup>2</sup> 19'- '23

13%

### CAC<sup>1</sup> UAFIRDA<sup>3</sup> 19'- '23

15%

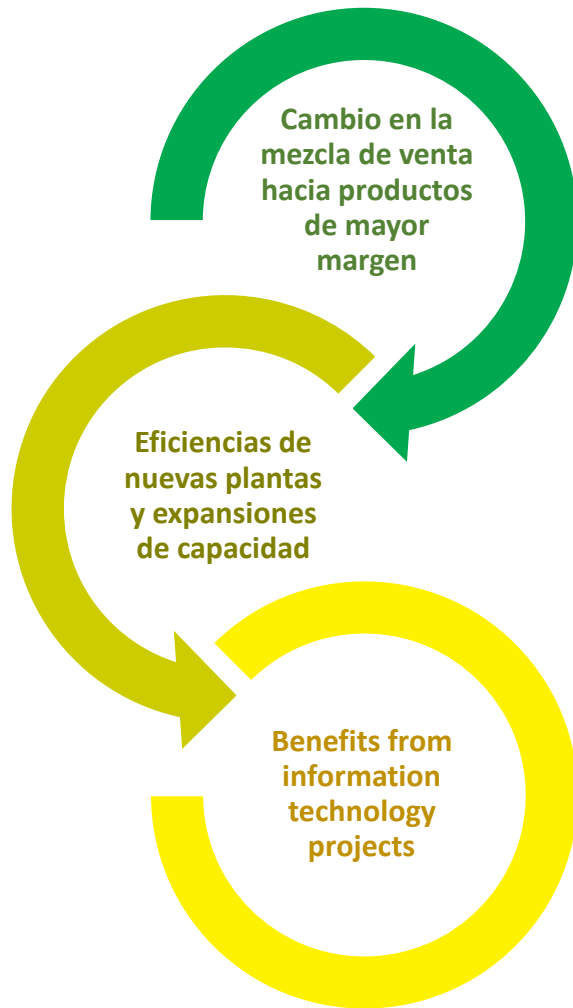
■ Ventas netas ■ UAFIRDA ● UAFIRDA/ton (US\$/ton)

<sup>1</sup> CAC = Crecimiento Anual Compuesto.

<sup>2</sup> Ventas netas = ventas brutas - devoluciones y descuentos.

<sup>3</sup> UAFIRDA = Utilidad de operación + depreciación, amortización y deterioro de activos de larga vida + (-) gastos (ingreso) no relacionado con las operaciones base.

# GRUMA Estados Unidos, espera un fortalecimiento en márgenes en base a lo siguiente:



- Alternativas más sanas
- Más productos de valor agregado
- Menor número de producto por paquete
- La continuación con nuestra política de construir plantas cerca de los mercados de interés con alta demanda y en sonde Podemos expandir nuestra marca
- Lo anterior garantiza una calidad de nuestros productos superior, lo cual es una prioridad para GRUMA

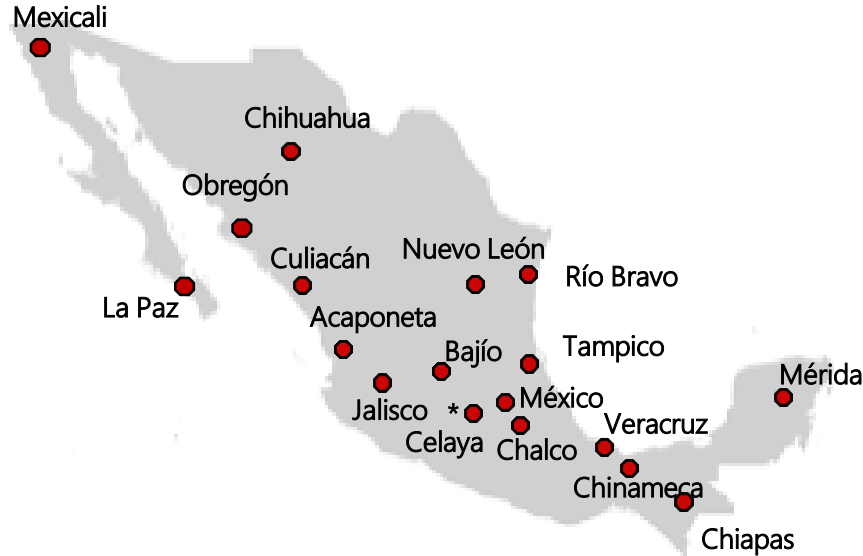


GIMSA



# GIMSA es la Segunda Subsidiaria de Mayor Tamaño y el Líder en la Industria de Harina de Maíz en México

## Mapa de Distribución de Plantas



● Plantas de harina de maíz (18)

\* Temporalmente cerrada

## Resumen del Negocio

Ventas netas<sup>1</sup> 2023

US\$2,002 mm<sup>2</sup>

GIMSA



- ✓ 2.1 mm de toneladas de harina de maíz / año
- ✓ 18 Plantas
- ✓ GIMSA tiene aproximadamente un 74% de participación dentro de la industria de harina de maíz

<sup>1</sup> Ventas netas = ventas brutas - devoluciones y descuentos.

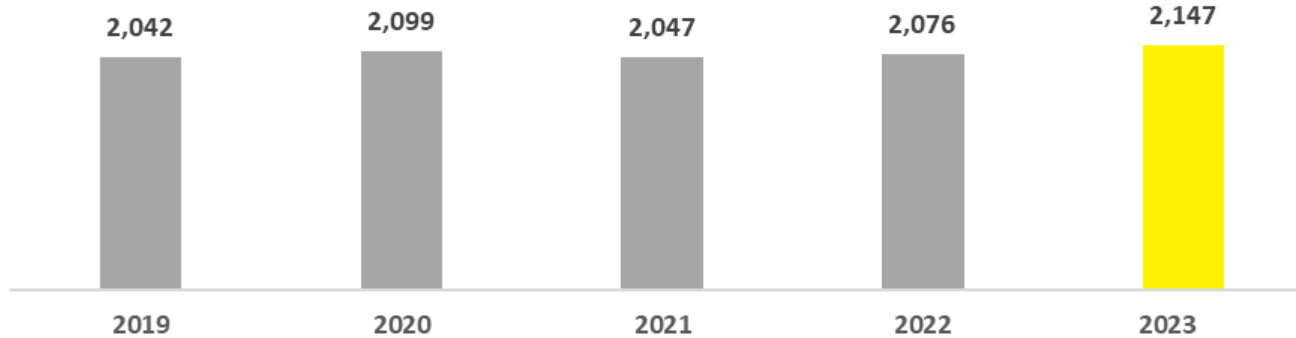
<sup>2</sup> Método de conversión simple a un tipo de cambio de Ps.16.8935/dólar al 31 de diciembre de 2023.

<sup>3</sup> UAFIRDA = Utilidad de operación + depreciación, amortización y deterioro de activos de larga vida + (-) gastos (ingreso) no relacionado con las operaciones base.

# La Generación Estable de Volumen en GIMSA, le dan a GRUMA una Sólida Base Para su Operación Global

## Volumen

(miles de toneladas métricas)

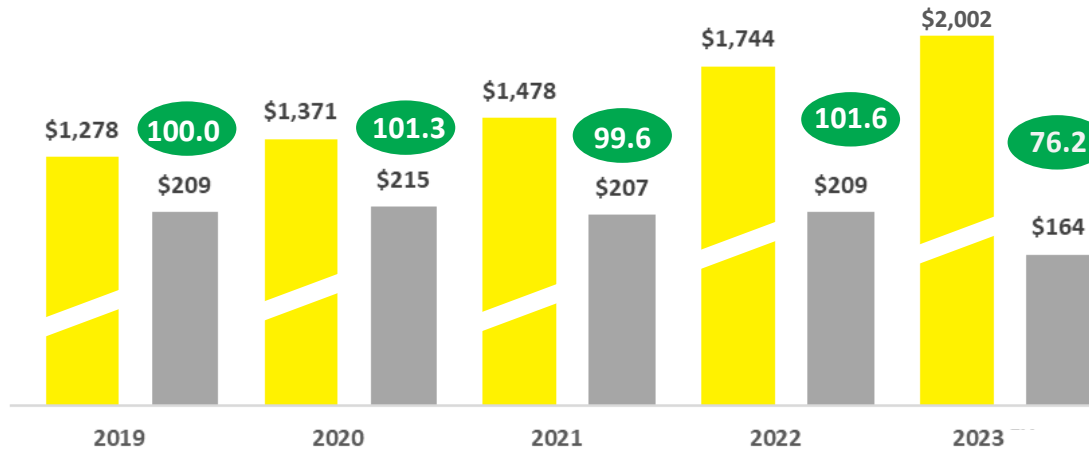


CAC Volumen 19' - '23

1%

## Ventas Netas y UAFIRDA

(millones de US\$)



CAC Ventas Netas 19' - '23

12%

CAC<sup>1</sup> UAFIRDA<sup>3</sup> 19' - '23

(6)%

■ Ventas netas ■ UAFIRDA ● UAFIRDA/ton (US\$/ton)

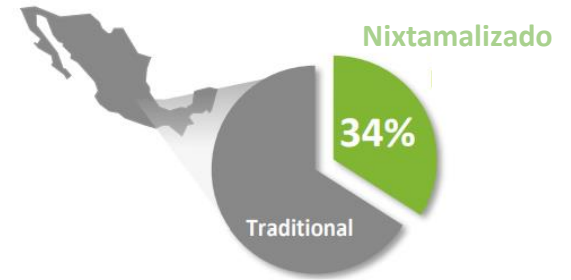
# Expectativas de Crecimiento en GIMSA están Basadas en lo Siguiete:



Transición del método tradicional al método de harina de maíz nixtamalizada para la elaboración de tortillas y otros productos relacionados a base de maíz, como la principal oportunidad para un aumento de ventas de harina de maíz nixtamalizada



Estabilidad de sus operaciones provenientes de la naturaleza defensiva de sus productos sin ser impactada por asuntos políticos o económicos

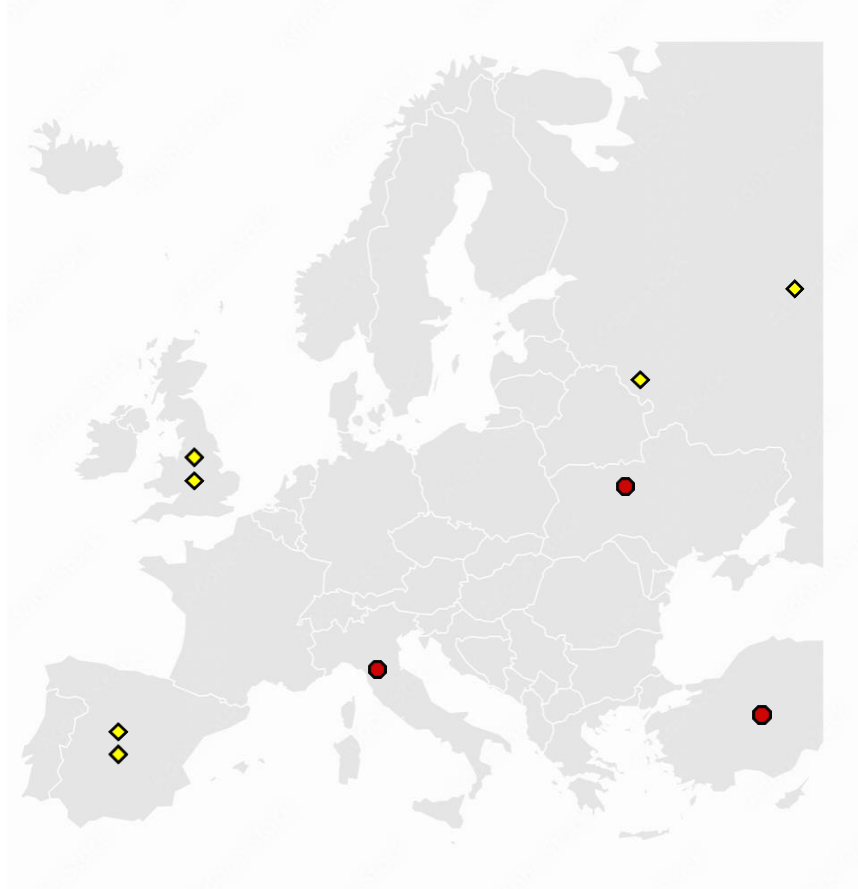




Europe

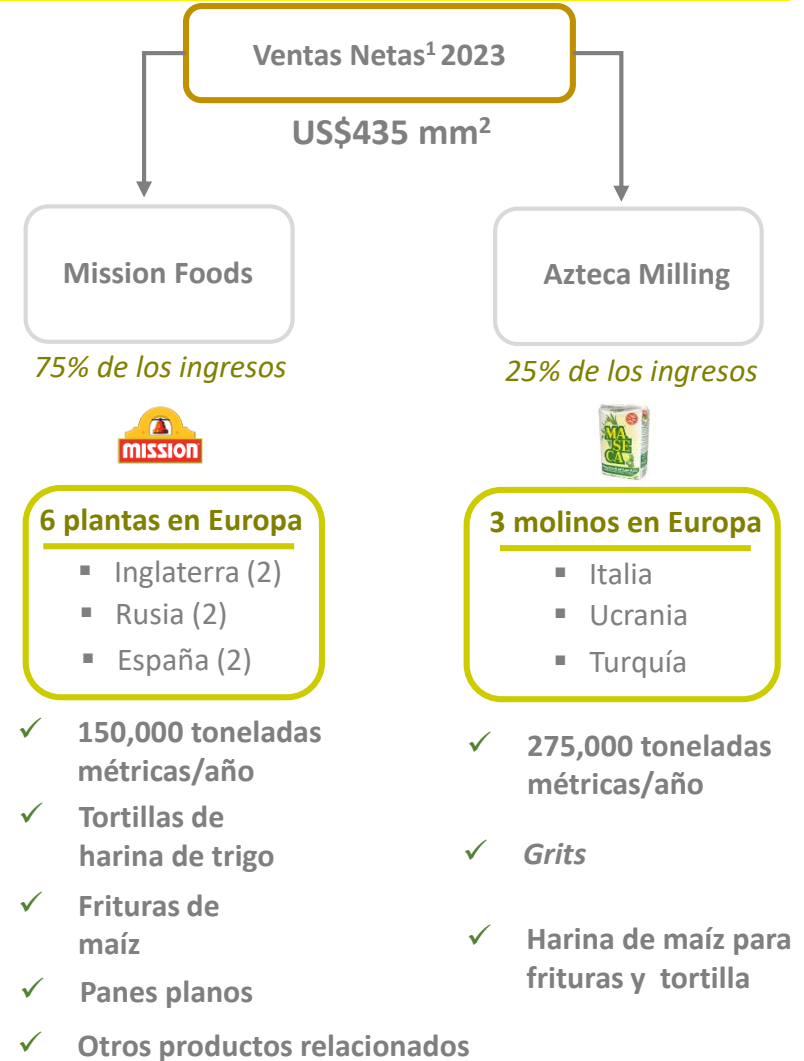
# Gruma Europa es la Tercer Subsidiaria en Tamaño y se Enfoca Principalmente en el Negocio de Tortilla

## Mapa de Distribución de Plantas



- Molinos de maíz (3)
- ◆ Plantas de tortilla (6)

## Resumen del Negocio



<sup>1</sup> Ventas netas = ventas brutas - devoluciones y descuentos.

<sup>2</sup> Las cifras se convierten a dólares usando el tipo de cambio de cierre de mes para cada año.

<sup>3</sup> UAFIRDA = Utilidad de operación + depreciación, amortización y deterioro de activos de larga vida + (-) gastos (ingreso) no relacionado con las operaciones base.

# Europa Representa una Oportunidad de Crecimiento para el Mercado de Tortilla debido Principalmente a Tres Tendencias de Consumo

## Factores de Crecimiento

### Sustitución de Sandwiches por Wraps

**Adopción** de tortillas en platillos que no son de comida mexicana (*wraps, kebabs y gyros*)

Popularidad de comida Mexicana (burritos, tacos, quesadillas, nachos), etc. **se están convirtiendo en alimentos convencionales**

### Popularidad de la Comida Mexicana

**El número** de restaurantes de comida mexicana continúa creciendo

**Cada vez más restaurantes incluyen** platillos mexicanos en sus menús

### Mercado de Nostalgia

**Una mayor demanda** de clientes de otros países y de otras culturas, buscan replicar su cocina tradicional y tradiciones al estar fuera de su país



## Mercado Estimado de Tortillas y Harina de maíz en Europa

Tortilla / frituras de tortilla

▪ US\$1,200 mm<sup>1</sup>

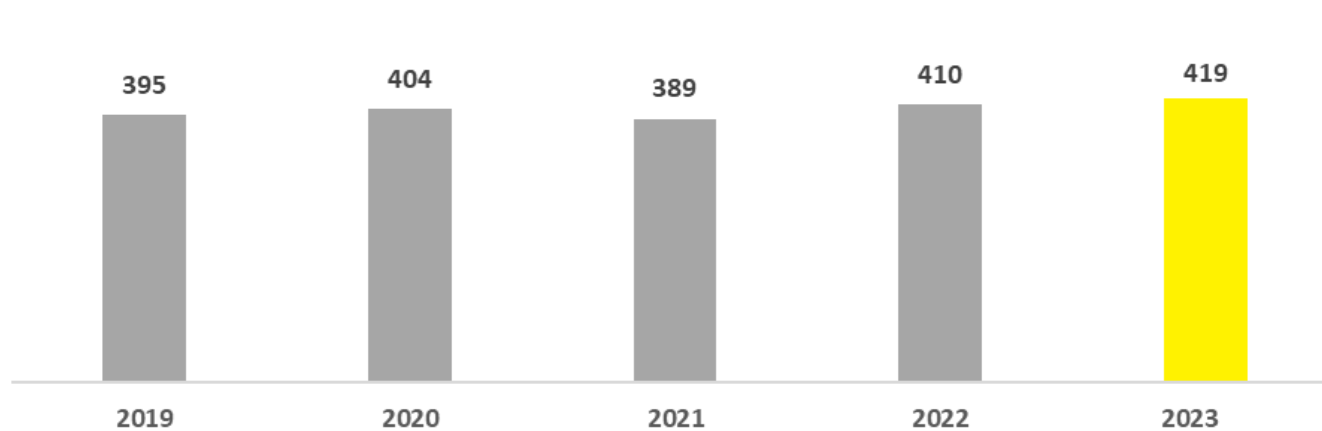


Harina de Maíz

▪ US\$400 mm<sup>1</sup>

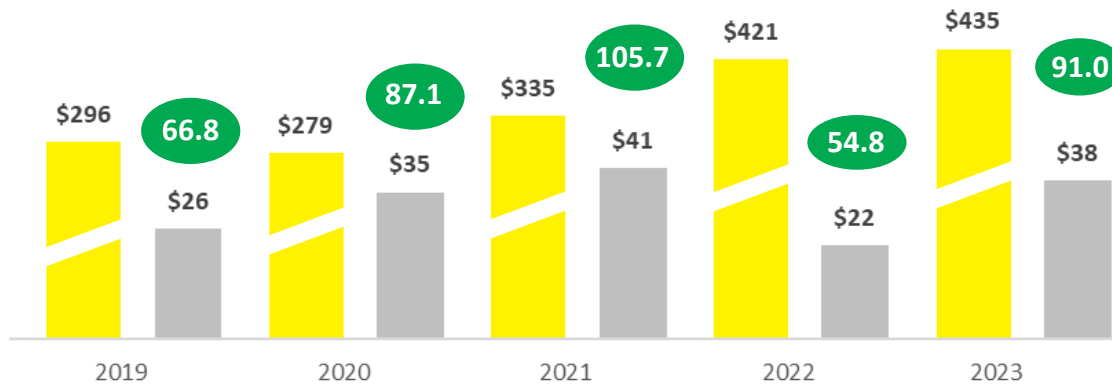
# El conocimiento de la marca y la calidad de los productos de GRUMA han respaldado los volúmenes y la rentabilidad

## Volumen (miles de toneladas métricas)



CAC <sup>1</sup> Volumen 19' - '23
1%

## Ventas Netas<sup>2,4</sup> y UAFIRDA<sup>3,4</sup> (\$US mm)



CAC <sup>1</sup> Ventas Netas <sup>2</sup> 19' - '23
10%

CAC <sup>1</sup> UAFIRDA <sup>3</sup> 19' - '23
10%

■ Ventas netas 
 ■ UAFIRDA 
 ● UAFIRDA/ton (US\$/ton)

U12M

<sup>1</sup> CAC = Crecimiento Anual Compuesto.

<sup>2</sup> Ventas netas = ventas brutas - devoluciones y descuentos.

<sup>3</sup> UAFIRDA = Utilidad de operación + depreciación, amortización y deterioro de activos de larga vida + (-) gastos (ingreso) no relacionado con las operaciones base.

# La Mejora en Rentabilidad en la División de Europa, Vendrá de las Sigüientes Formas:



1

Una mejor mezcla de venta favoreciendo a tortilla en el canal minorista apoyada por esfuerzos en publicidad y mayores esfuerzos de distribución



3

M&A potencial con compañías de tortilla para incrementar nuestro alcance, nuestra escala y tener una mejor absorción de costos de logística y publicidad

2

Eficiencias de producción en plantas de tortilla en conjunto con automatización de empaques







Oportunidades Adicionales

# Junto con sus Subsidiarias Principales, GRUMA ve Oportunidades para la Penetración de Tortilla



## Asia & Oceania

- Presencia en Asia y Oceanía con tres plantas de tortilla y ventas de alrededor de **US\$257 mm.**



## Mexico

- En México, el negocio de la tortilla empacada representa un mercado con un potencial inmenso en donde **GRUMA ha crecido en ventas de US\$90 mm a US\$248 mm durante los últimos años.**
  - El portafolio de productos se ha expandido a tortillas de maíz, harina, tostada, snacks, chips de maíz y productos relacionados incluyendo alternativas enfocadas en la salud.
  - La finalización de la construcción de una planta en el centro de México para aumentar la capacidad y cobertura.

Pizza Crust



Flatbread



Gluten-free Wraps



Chapattis



# Datos de Contacto

**Rogelio Sánchez**

*Subdirector Finanzas Corporativas*  
*rsanchezm@gruma.com*  
*Tel: +52.81.8399.3311*

**Adolfo Werner Fritz**

*Gerente de Relación con Inversionistas*  
*afritz@gruma.com*  
*Tel: +52.81.8399.3324*

**Desiree Gómez**

*Analista de Relación con Inversionistas*  
*desireeg561@gruma.com*  
*Tel: +52.81.8399.3349*

