



GRUMA REPORTA RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2013

DATOS SOBRESALIENTES

El buen desempeño de las operaciones de GRUMA y las iniciativas que están siendo implementadas para aumentar la creación de valor, han generado mejoras significativas desde principios de año, con lo que los resultados del segundo trimestre muestran avances importantes respecto al año pasado y a 1T13. GIMSA y Gruma Corporation fueron las subsidiarias que más han contribuido al incremento en la generación de UAFIRDA en el segundo trimestre de este año.

Respecto al nivel de deuda, GRUMA logró una disminución de US\$85 millones en comparación con marzo de 2013, lo cual representa 20% de la deuda adquirida para la recompra de acciones de GRUMA en diciembre del año pasado. La razón deuda/UAFIRDA de la compañía mejoró a 3.5 veces de 3.8 que se tenía en marzo de 2013.

Datos Financieros Relevantes

(millones de pesos)

	2T13	2T12	Var.
Volumen de Ventas (miles de toneladas)	1,074	1,075	-
Ventas Netas	13,578	13,732	(1)%
Utilidad de Operación	1,118	702	59%
Margen de Operación	8.2%	5.1%	310 pb
UAFIRDA	1,598	1,113	44%
UAFIRDA/Ventas	11.8%	8.1%	370 pb
Utilidad Neta Mayoritaria	226	437	(48)%



RESULTADOS CONSOLIDADOS

2T13 versus 2T12

El **volumen de ventas** se mantuvo en 1,074 miles de toneladas. El crecimiento en el volumen de Gruma Corporation fue contrarrestado principalmente por menores volúmenes en GIMSA.

Las **ventas netas** disminuyeron 1% a Ps.13,578 millones, impactadas por el efecto de la apreciación del peso durante el trimestre al convertir a pesos los resultados de subsidiarias en el extranjero. Las ventas de las operaciones fuera de México constituyeron 61% de las ventas netas consolidadas.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 67.8% de 69.7% por mejor desempeño en la mayoría de las subsidiarias. En términos absolutos, el costo de ventas bajó 4% a Ps.9,206 millones especialmente por reducciones en GIMSA y por el efecto de la apreciación del peso.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 23.7% de 25.2%, principalmente por GIMSA y Gruma Corporation. En términos absolutos, los gastos de venta y administración bajaron 7% a Ps.3,215 millones, reflejando los esfuerzos de la compañía por optimizar los gastos de mercadotecnia y administración como parte de su estrategia para mejorar la creación de valor. Adicionalmente, la apreciación del peso contribuyó a dicha disminución. En 2T13, los gastos de venta y administración mostraron reducciones a pesar de un cargo extraordinario de aproximadamente Ps.90 millones relacionado con la terminación anticipada del arrendamiento de un avión.

Otros gastos, neto, fueron de Ps.39 millones, en comparación con una ganancia de Ps.2 millones. El cambio se debió primordialmente a pérdidas en coberturas de gas natural en GIMSA, contrario a ganancias durante 2T12.

La **utilidad de operación** creció 59% a Ps.1,118 millones debido a mejoras en la mayoría de las subsidiarias, particularmente Gruma Corporation y GIMSA. El margen de operación subió a 8.2% de 5.1%.

El **costo de financiamiento, neto**, fue de Ps.405 millones contra un producto de Ps.69 millones en el mismo periodo del año anterior. La variación se debió básicamente a (1) pérdidas cambiarias en la deuda denominada en dólares por la fuerte depreciación del peso al final de 2T13; (2) menores ganancias por coberturas de tipo de cambio relacionadas con la compra de materia prima en GIMSA y Molinera de México; y (3) mayor gasto financiero por la mayor deuda relacionada con la recompra de acciones de GRUMA en diciembre 2012.

Los **impuestos a la utilidad** fueron Ps.433 millones contra Ps.348 millones en 2T12. La tasa efectiva de impuestos fue de 60.8%, la cual se incrementó por mayores pérdidas cambiarias y gastos financieros en la compañía tenedora, los cuales no pueden enfrentarse a la utilidad antes de impuestos de las subsidiarias extranjeras.

La **utilidad neta mayoritaria** disminuyó 48% a Ps.226 millones, debido principalmente a (1) un mayor costo de financiamiento, por menores ganancias en coberturas de tipo de cambio durante 2T13 y por pérdidas cambiarias virtuales como resultado de la fuerte depreciación del peso a finales de 2T13; (2) la desconsolidación de las operaciones de Venezuela, ya que en 2T12 se mostró una utilidad de Ps.179 millones; y, en menor medida, (3) mayores impuestos a la utilidad.

SITUACIÓN FINANCIERA

Junio 2013 versus marzo 2013

Datos Sobresalientes de Balance

Los **activos totales** se mantuvieron en Ps.44,194 millones. El aumento en propiedad, planta y equipo, reflejando las inversiones, fue contrarrestado por un menor saldo en compañías asociadas por la cancelación de acciones recompradas de GRUMA.

Los **pasivos totales** fueron Ps.31,973 millones, 2% más. La reducción de deuda fue contrarrestada por el efecto de un mayor tipo de cambio a finales de 2T13 sobre los pasivos denominados en dólares.

El **capital contable** fue de Ps.12,221 millones, 7% menos debido a la cancelación de las acciones recompradas de la compañía.

Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA fue de US\$1,465 millones, US\$85 millones menos que en marzo de 2013. Aproximadamente 72% de la deuda estaba denominada en dólares. Las mejoras en la generación de efectivo y reducciones de las inversiones, permitieron a la compañía disminuir su deuda.

Deuda

(millones de dólares)

Junio'13	Junio'12	Var.	Mar'13	Var.
1,465	1,039	41%	1,550	(5)

Amortizaciones de Deuda

(millones de dólares)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019...	TOTAL
Bono Perpetuo							300	300
Crédito Sindicado Rabobank		11	22	33	33	121		220
Crédito Sindicado Inbursa MXP		8.7	17.4	26.2	26.2	95.9		174.4
Crédito Sindicado BBVA		25	25	175				225
Crédito Sindicado BBVA MXP			4.5	9.1	40.9	36.4		91
Crédito Gruma Corp BofA				160				160
Crédito Bancomext MXP			2.3	4.5	20.5	18.2		45.5
Crédito Rabobank				100				100
Otros	137.9	11.1						148.9
TOTAL	137.9	55.8	71.3	507.8	120.6	271.5	300	1,464.8

PROGRAMA DE INVERSIONES

Las inversiones de GRUMA fueron US\$29 millones durante 2T13, la mayoría de ellas asignadas a las operaciones de Estados Unidos y Europa para expansiones de capacidad en plantas existentes y mejoras tecnológicas. Además, en GIMSA hubo mejoras tecnológicas y algunas expansiones de capacidad en plantas existentes.

EVENTO RELEVANTE

El Sr. Juan A. Quiroga García, ex Director Corporativo de la compañía, renunció por razones personales.

RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

2T13 versus 2T12

Gruma Corporation

El **volumen de ventas** aumentó 9% a 432 mil toneladas debido a ventas extraordinarias de maíz/*grits* en las operaciones de Europa y, en menor medida, por las operaciones de Estados Unidos, las cuales crecieron 2%.

En Estados Unidos, el volumen de ventas de harina de maíz aumentó principalmente por promociones en el canal minorista y por nuevos clientes de *snacks*. El negocio de tortilla tuvo crecimiento por el canal institucional debido al lanzamiento y puesta en marcha de promociones de platillos a base de *wraps*, incremento en actividades promocionales y apertura de nuevas tiendas por diversas cadenas de restaurantes. Además, el aumento en volumen refleja un mayor negocio con cadenas de restaurantes y grandes distribuidores ya que GRUMA ha ganado mercado a competidores.

En tortillas al menudeo, la nueva fórmula de tortilla de trigo más suave, que fue lanzada en todo el país a principios de diciembre de 2012, sigue teniendo un buen desempeño, contrarrestando los menores volúmenes de los productos de maíz, lo cual se dio por reducciones de peso en algunas presentaciones, programas de racionalización de *SKUs* y por competencia de tortillerías dentro de algunos supermercados en el suroeste del país.

Las **ventas netas** crecieron 9% a Ps.7,341 millones, como resultado del mencionado crecimiento en volumen. El efecto positivo de los aumentos de precio y el cambio en la mezcla de ventas hacia tortillas de harina de trigo en las operaciones de Estados Unidos fue contrarrestado por el efecto del volumen de ventas de maíz en las operaciones de Europa, lo cual tiene un precio significativamente menor que el resto de los productos de Gruma Corporation.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 64.1% de 65.5%, impulsado por las operaciones de Estados Unidos, tanto tortilla como harina de maíz, debido a (1) los aumentos de precio, mientras que parte de las materias primas mantuvieron su costo debido a las actividades de cobertura de la compañía; y (2) el cambio hacia productos de mayor margen y volumen, como es el caso de tortillas de trigo. Además, el margen bruto se vio beneficiado por los ya mencionados programas de racionalización de *SKUs*, incluyendo la discontinuación de algunos productos de menor margen que eran elaborados por terceros. En términos absolutos, el costo de ventas creció 6% a Ps.4,703 millones, reflejando principalmente el aumento en volumen de ventas.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 28% de 29.6% debido a mayores ventas netas y a los esfuerzos de la compañía por reducir los gastos de mercadotecnia y administración. En términos absolutos, los gastos de venta y administración subieron 3% a Ps.2,058 millones por el mayor volumen de ventas y el efecto de mayores comisiones ligadas a mayores precios.

La **utilidad de operación** aumentó 72% a Ps.563 millones y el margen operativo mejoró a 7.7% de 4.9%.

GIMSA

El **volumen de ventas** bajó 6% a 464 mil toneladas, en parte por medidas implementadas por la compañía orientadas a dar prioridad a la expansión en márgenes y por la aplicación de condiciones comerciales más rigurosas a los clientes con el fin de reducir las cuentas por cobrar. El volumen de ventas también se vio afectado por retrasos en la implementación de programas sociales en el canal gubernamental.

Los factores mencionados empezaron a afectar el volumen de ventas en 1T13; sin embargo, el desempeño secuencial en 2T13 mostró un crecimiento en volumen de 4% contra 1T13.

Las **ventas netas** disminuyeron 6% a Ps.4,175 millones debido al menor volumen de ventas. Los aumentos de precio implementados en harina de maíz durante 2012 fueron contrarrestados por un cambio en la mezcla de ventas hacia otros productos y por menores precios éstos. Adicionalmente, GIMSA implementó reducciones de precio en junio 2013 para reflejar menores costos de maíz en compras de maíz importado y maíz doméstico en la cosecha de verano.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 72.0% de 74.0% por menores costos de maíz. En términos absolutos, el costo de ventas se redujo 8% a Ps.3,006 millones por el menor volumen de ventas y menores costos de maíz.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas disminuyeron a 11.7% de 15.1% y en términos absolutos, bajaron 27% a Ps.488 millones, principalmente como resultado de los esfuerzos de la compañía por reducir los gastos de mercadotecnia y publicidad. Aproximadamente Ps.20 millones de la mejora están relacionados con reembolsos no recurrentes de gastos de publicidad que GIMSA había pagado. Adicionalmente, hubo menores gastos administrativos como resultado de los esfuerzos de la compañía para incrementar la creación de valor.

La **utilidad de operación** aumentó 34% a Ps.658 millones y, como porcentaje de ventas netas, subió a 15.8% de 11.1% debido principalmente a la mencionada mejora en el desempeño operativo como resultado de menores costos de maíz y los esfuerzos de la compañía por racionalizar gastos.

Para mayor información, ver “Resultados del Segundo Trimestre de 2013” de GIMSA, el cual está disponible en el *websíte* de GRUMA, www.gruma.com.

Molinera de México

El **volumen de ventas** bajó 5% a 135 mil toneladas debido principalmente a presiones competitivas.

Las **ventas netas** se incrementaron 2% a Ps.1,164 millones, como resultado de aumentos de precio en harina de trigo implementados durante 3T12.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas creció a 85.2% de 84.9% y en términos absolutos subió 2% debido a mayores costos de trigo, los cuales no se reflejaron totalmente en precio.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas disminuyeron a 14.6% de 15.7% y en términos absolutos, bajaron 5% debido principalmente a reducciones en gastos administrativos, además de menores fletes y comisiones de ventas por la caída en volumen.

La **utilidad de operación** mejoró a Ps.2 millones y el margen operativo fue de 0.2% versus 0.6% negativo.

Gruma Centroamérica

El **volumen de ventas** se redujo 1% a 50 mil toneladas, esto debido a la disponibilidad de maíz doméstico barato, lo cual motivó a algunos consumidores a cambiarse al método tradicional de hacer tortillas.

Las **ventas netas** disminuyeron 2% a Ps.833 millones por la apreciación del peso durante el trimestre y la disminución del volumen, lo cual fue parcialmente compensado por los aumentos de precio implementados especialmente durante 4T12 y 1T13.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 67.3% de 73.9%, como consecuencia principalmente de los aumentos de precio y menores costos de maíz, además de reducciones en descuentos. En términos absolutos, el costo de ventas cayó 10% debido a la apreciación del peso y los mencionados menores costos de maíz.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 27.5% de 29.9% debido a los aumentos de precio y los esfuerzos de la compañía por reducir gastos, principalmente de mercadotecnia y publicidad. En términos absolutos, los gastos de venta y administración cayeron 9% debido a la apreciación del peso y a los menores gastos.

La **utilidad de operación** fue de Ps.44 millones, en comparación con una pérdida de Ps.32 millones, alcanzando un margen operativo de 5.2% contra un margen negativo de 3.8%.

Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **pérdida de operación** fue de Ps.148 millones en comparación con Ps.79 millones durante 2T12. El incremento fue resultado de un cargo extraordinario por aproximadamente Ps.90 millones relacionados con la terminación anticipada del arrendamiento de un avión.

PROCEDIMIENTOS CONTABLES

Todas las cantidades consolidadas han sido preparadas de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

La Norma Internacional de Contabilidad 29 (NIC 29), define los criterios para considerar cuando una entidad opera bajo un entorno económico hiperinflacionario, los cuales son:

- la población en general prefiere conservar su riqueza en forma de activos no monetarios, o bien en una moneda extranjera relativamente estable. Las cantidades de moneda local obtenidas son invertidas inmediatamente para mantener la capacidad adquisitiva de la misma;
- la población en general no toma en consideración las cantidades monetarias en términos de moneda local, sino que las ve en términos de otra moneda extranjera relativamente estable. Los precios pueden establecerse en esta otra moneda;
- las ventas y compras a crédito tienen lugar a precios que compensan la pérdida de poder adquisitivo esperada durante el aplazamiento, incluso cuando el periodo es corto;
- las tasas de interés, salarios y precios se ligan a la evolución de un índice de precios; y
- la tasa acumulada de inflación en tres años se aproxima o sobrepasa el 100%.

En base a lo anterior, las cifras consolidadas se determinan de la siguiente manera: Las cifras de las subsidiarias en México, Estados Unidos de América, Europa, Centroamérica, Asia y Oceanía operan en un entorno no hiperinflacionario, por lo que no se les reconoce efectos de inflación. Las subsidiarias extranjeras que operan en un entorno no hiperinflacionario se convierten a pesos mexicanos aplicando el tipo de cambio histórico.

En la sección Resultados por Subsidiaria y en la tabla Información Financiera por Subsidiaria de este reporte, las cifras de Gruma Corporation fueron convertidas a pesos usando conversión simple al tipo de cambio de Ps.12.3546/dólar al 31 de marzo de 2013. Las diferencias entre el uso de conversión simple y el tipo de cambio histórico se reflejan en "Otras Subsidiarias y Eliminaciones".

SOBRE 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. GRUMA se dedica principalmente a la producción de harina de maíz, tortillas y harina de trigo. Con marcas líderes en la mayoría de sus mercados, GRUMA opera principalmente en los Estados Unidos, México, Centroamérica, Europa, Asia y Oceanía y exporta a más de 100 países en el mundo. La compañía tiene sus oficinas corporativas en San Pedro Garza García, México, y cuenta con alrededor de 19,000 empleados y 85 plantas. En 2012, GRUMA logró ventas netas de aproximadamente US\$4,200 millones (excluyendo las operaciones de Venezuela), de las cuales el 59% provinieron de las operaciones en el extranjero. 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		
	2T13	2T12	VAR (%)	1T13	VAR (%)	2013	2012	VAR (%)
VENTAS NETAS	13,578	13,732	(1)	13,058	4	26,636	26,763	(0)
UTILIDAD BRUTA	4,372	4,162	5	4,163	5	8,534	7,946	7
MARGEN BRUTO (%)	32.2%	30.3%		31.9%		32.0%	29.7%	
GASTOS DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN	3,215	3,462		3,185		6,400	6,780	
OTROS GASTOS (INGRESOS), NETO	39	(2)		(12)		27	15	
UTILIDAD DE OPERACIÓN	1,118	702	59	990	13	2,108	1,150	83
MARGEN OPERATIVO (%)	8.2%	5.1%		7.6%		7.9%	4.3%	
COSTO DE FINANCIAMIENTO, NETO	405	(69)		1		407	282	
GASTOS FINANCIEROS	294	211		263		557	403	
PRODUCTOS FINANCIEROS	(15)	(13)		(9)		(24)	(21)	
RESULTADO EN INSTRUMENTOS FINANCIEROS DERIVADOS	(96)	(281)		44		(52)	(75)	
FLUCTUACIÓN CAMBIARIA	222	14		(296)		(74)	(25)	
RESULTADO POR POSICIÓN MONETARIA	0	0		(0)		0	0	
PARTICIPACIÓN ASOCIADAS	(1)	(1)		(1)		(2)	(2)	
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	433	348		463		895	460	
UTILIDAD (PÉRDIDA) DE LAS OPERACIONES DISCONTINUAS, NETO	0	179		(356)		(356)	417	
RESULTADO NETO	280	603	(53)	171	64	451	828	(45)
RESULTADO NETO MAYORITARIO	226	437	(48)	209	8	435	521	(17)
RESULTADO POR ACCIÓN ¹	0.52	0.78	(33)	0.46	14	1.00	0.92	9
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	481	446		385		866	785	
OTRAS PARTIDAS VIRTUALES	0	(35)		0		0	(7)	
UAFIRDA ²	1,598	1,113	44	1,375	16	2,973	1,928	54
INVERSIONES (MILLONES US\$)	29	41		19		49	97	

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	Jun-13	Jun-12	VAR (%)	Mar-13	VAR (%)
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	1,002	1,632	(39)	938	7
CLIENTES	4,997	6,224	(20)	5,283	(5)
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	3,481	4,054	(14)	3,314	5
INVENTARIOS	9,621	8,891	8	9,310	3
ACTIVO CIRCULANTE	19,443	21,173	(8)	19,163	1
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO, NETO	18,089	20,538	(12)	17,449	4
ACTIVOS DISPONIBLES PARA SU VENTA	3,109	0	0	3,109	0
ACTIVO TOTAL	44,194	45,358	(3)	44,351	(0)
DEUDA A CORTO PLAZO	2,260	2,295	(2)	7,480	(70)
PASIVO CIRCULANTE	9,419	10,477	(10)	14,233	(34)
DEUDA A LARGO PLAZO	16,781	11,377	48	11,408	47
PASIVO TOTAL	31,973	26,580	20	31,268	2
CAPITAL CONTABLE MAYORITARIO	10,289	14,103	(27)	11,039	(7)
CAPITAL CONTABLE TOTAL	12,221	18,778	(35)	13,083	(7)
ACTIVO CIRCULANTE/PASIVO CIRCULANTE	2.06	2.02		1.35	
PASIVO TOTAL/CAPITAL CONTABLE TOTAL	2.62	1.42		2.39	
DEUDA/UAFIRDA ³	3.47	3.34		3.77	
UAFIRDA/GASTOS FINANCIEROS ³	5.21	5.36		5.15	
VALOR CONTABLE POR ACCIÓN ¹	23.78	25.02		24.14	

¹ En base a 432,749,079 acciones para junio de 2013; 563,650,709 acciones para junio de 2012 y 457,315,640 acciones para marzo de 2013.

² UAFIRDA = utilidad de operación + depreciación y amortización + otras partidas virtuales.

³ Últimos doce meses.

GRUMA, S.A.B. DE C.V., Y SUBSIDIARIAS
INFORMACIÓN FINANCIERA POR SUBSIDIARIA
(Millones de pesos)

		TRIMESTRES					ACUMULADO ENERO-JUNIO		
		2T13	2T12	VAR (%)	1T13	VAR (%)	2013	2012	VAR (%)
GRUMA CORPORATION ¹	VOLUMEN DE VENTAS (miles de toneladas)	432	397	9	404	7	836	790	6
Harina de maíz, tortilla y otros	VENTAS NETAS	7,341	6,748	9	7,020	5	14,360	13,285	8
	UTILIDAD BRUTA	2,637	2,326	13	2,557	3	5,194	4,607	13
	Margen Bruto	35.9%	34.5%		36.4%		36.2%	34.7%	
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	563	327	72	529	6	1,092	602	81
	Margen Operación	7.7%	4.9%		7.5%		7.6%	4.5%	
	UAFIRDA	822	614	34	782	5	1,604	1,075	49
	UAFIRDA/Ventas	11.2%	9.1%		11.1%		11.2%	8.1%	
GIMSA	VOLUMEN DE VENTAS (miles de toneladas)	464	493	(6)	444	4	908	983	(8)
Harina de maíz y otros	VENTAS NETAS	4,175	4,427	(6)	3,954	6	8,129	8,701	(7)
	UTILIDAD BRUTA	1,169	1,149	2	1,109	5	2,278	2,112	8
	Margen Bruto	28.0%	26.0%		28.1%		28.0%	24.3%	
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	658	492	34	538	22	1,196	786	52
	Margen Operación	15.8%	11.1%		13.6%		14.7%	9.0%	
	UAFIRDA	739	547	35	622	19	1,362	967	41
	UAFIRDA/Ventas	17.7%	12.4%		15.7%		16.8%	11.1%	
MOLINERA DE MÉXICO	VOLUMEN DE VENTAS (miles de toneladas)	135	141	(5)	142	(5)	277	287	(3)
Harina de trigo	VENTAS NETAS	1,164	1,140	2	1,220	(5)	2,384	2,345	2
	UTILIDAD BRUTA	172	172	0	190	(9)	363	340	7
	Margen Bruto	14.8%	15.1%		15.6%		15.2%	14.5%	
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	2	(7)	134	14	(84)	17	(4)	531
	Margen Operación	0.2%	(0.6%)		1.2%		0.7%	(0.2%)	
	UAFIRDA	16	7	119	28	(44)	44	25	79
	UAFIRDA/Ventas	1.4%	0.6%		2.3%		1.9%	1.1%	
GRUMA CENTROAMÉRICA	VOLUMEN DE VENTAS (miles de toneladas)	50	50	(1)	48	3	98	102	(4)
Harina de maíz y otros	VENTAS NETAS	833	846	(2)	791	5	1,625	1,635	(1)
	UTILIDAD BRUTA	273	221	24	245	11	518	426	22
	Margen Bruto	32.7%	26.1%		31.0%		31.9%	26.1%	
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	44	(32)	237	55	(21)	99	(68)	246
	Margen Operación	5.2%	(3.8%)		7.0%		6.1%	(4.1%)	
	UAFIRDA	66	(6)	1,210	78	(15)	145	(19)	883
	UAFIRDA/Ventas	8.0%	(0.7%)		9.9%		8.9%	(1.1%)	
OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES	VOLUMEN DE VENTAS (miles de toneladas)	(6)	(7)	15	(6)	(3)	(12)	(12)	1
	VENTAS NETAS	65	571	(89)	73	(11)	138	797	(83)
	UTILIDAD BRUTA	120	294	(59)	62	94	182	461	(61)
	Margen Bruto	184.6%	51.5%		84.9%		131.9%	57.8%	
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	(148)	(79)	(87)	(147)	(1)	(296)	(166)	(78)
	Margen Operación	(227.7%)	(13.8%)		(201.4%)		(214.5%)	(20.8%)	
	UAFIRDA	(45)	(49)	8	(137)	67	(181)	(120)	(51)
	UAFIRDA/Ventas	(69.2%)	(8.6%)		(187.7%)		(131.2%)	(15.1%)	
CONSOLIDADO	VOLUMEN DE VENTAS (miles de toneladas)	1,074	1,075	(0)	1,032	4	2,107	2,150	(2)
	VENTAS NETAS	13,578	13,732	(1)	13,058	4	26,636	26,763	(0)
	UTILIDAD BRUTA	4,372	4,162	5	4,163	5	8,534	7,946	7
	Margen Bruto	32.2%	30.3%		31.9%		32.0%	29.7%	
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	1,118	702	59	990	13	2,108	1,150	83
	Margen Operación	8.2%	5.1%		7.6%		7.9%	4.3%	
	UAFIRDA	1,598	1,113	44	1,375	16	2,973	1,928	54
	UAFIRDA/Ventas	11.8%	8.1%		10.5%		11.2%	7.2%	

¹ Conversión simple. Para mayor información ver "Procedimientos Contables".