



Relaciones con Inversionistas:

[ir@gruma.com](mailto:ir@gruma.com)

(52) 81 8399 3311 y 24



San Pedro Garza García, N.L. México; 25 de febrero de 2015

[www.gruma.com](http://www.gruma.com)

## GRUMA REPORTA RESULTADOS DEL CUARTO TRIMESTRE DE 2014

### DATOS SOBRESALIENTES

Tal como se vio durante el año, concluimos 2014 con mejoras en nuestros resultados y estructura financiera. Los recursos de la venta de las operaciones de harina de y las mejoras en UAFIRDA, permitieron que GRUMA alcanzara una sólida posición financiera.

El volumen de ventas creció 3% y las ventas netas subieron 5%, mientras que la utilidad de operación se incrementó 22% y el UAFIRDA aumentó 16%; la mejora en UAFIRDA fue impulsada por la mayoría de las subsidiarias, particularmente por Gruma Corporation. La utilidad neta mayoritaria fue Ps.1,376 millones y el margen neto mayoritario fue 10.7%.

GRUMA reportó Ps.477 millones en la cuenta de operaciones discontinuas, reflejando principalmente una ganancia en la venta de las operaciones de harina de trigo, la cual se concluyó en diciembre de 2014. Los US\$260 millones procedentes de esta venta fueron aplicados de manera inmediata y en su totalidad al pago de deuda. La compañía redujo su deuda en US\$303 millones durante el trimestre, mejorando significativamente su razón deuda/UAFIRDA a 1.4 veces de 2.6 veces al cierre de 2013.

Además, durante el trimestre, GRUMA emitió en forma exitosa un bono por US\$400 millones con vencimiento en 2024 a una tasa de interés anual de 4.875%. Esto principalmente para el pago del bono perpetuo, lo que ayudará a GRUMA a reducir su gasto financiero en aproximadamente US\$9 millones por año.

### Datos Financieros Relevantes (millones de pesos)

	4T14	4T13	Var.
Volumen de Ventas (miles de toneladas)	941	917	3%
Ventas Netas	12,907	12,250	5%
Utilidad de Operación	1,589	1,298	22%
Margen de Operación	12.3%	10.6%	170 pb
UAFIRDA	1,986	1,711	16%
Margen UAFIRDA	15.4%	14.0%	140 pb
Utilidad Neta Mayoritaria	1,376	2,097	(34)%



**Deuda**  
(millones de dólares)

Dic'14	Dic'13	Var.	Var. (%)	Sep'14	Var.	Var. (%)
737	1,272	(535)	(42)%	1,040	(303)	(29)%

## RESULTADOS CONSOLIDADOS

4T14 versus 4T13

El **volumen de ventas** creció 3% a 941 miles de toneladas. La mayor parte del crecimiento en volumen de ventas resultó de Gruma Corporation y GIMSA.

Las **ventas netas** aumentaron 5% a Ps.12,907 millones debido básicamente al mencionado crecimiento en volumen de ventas y al efecto favorable de la depreciación del peso en las cifras de las subsidiarias en el extranjero al verse en términos de pesos.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas bajó a 62.2% de 65.2% por mejor desempeño en la mayoría de las subsidiarias, particularmente de Gruma Corporation y GIMSA. En términos absolutos, el costo de ventas subió 1% a Ps.8,032 millones debido al mencionado mayor volumen de ventas y al efecto de la depreciación del peso.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas crecieron a 23.9% de 23.2% debido a que Gruma Corporation representa una mayor proporción en los resultados consolidados, así como por mayores gastos en Europa. En términos absolutos, los gastos de venta y administración subieron 9% a Ps.3,090 millones, principalmente por el efecto de la depreciación del peso y, en menor medida, por los mencionados gastos en Europa y el incremento en el volumen de ventas consolidado.

**Otros gastos, neto**, crecieron Ps.68 millones a Ps.196 millones debido a baja de activos fijos y por coberturas de gas natural en GIMSA.

La **utilidad de operación** aumentó 22% a Ps.1,589 millones debido particularmente a las operaciones de Estados Unidos y, en menor medida, mejor desempeño en Asia-Oceanía y Centroamérica, además del efecto positivo de la depreciación del peso. El margen de operación mejoró a 12.3% de 10.6% principalmente por las operaciones de Estados Unidos.

El **UAFIRDA** subió 16% a Ps.1,986 millones. El margen UAFIRDA se expandió a 15.4% de 14.0%.

El **costo de financiamiento, neto**, fue de Ps.435 millones, Ps.164 millones más. El efecto positivo de los menores gastos financieros, por reducción de deuda, fue contrarrestado por cargos virtuales relacionados con la amortización de gastos por emisión de deuda, principalmente del bono perpetuo, que GRUMA pagó en diciembre de 2014. Adicionalmente se registró un aumento en la valuación del pago contingente a Archer-Daniels-Midland relacionado con la recompra de acciones de GRUMA.

Los **impuestos a la utilidad** fueron Ps.238 millones en comparación con Ps.1,048 millones a favor. La tasa efectiva de impuestos fue 20.6%. Esta tasa refleja los beneficios de créditos fiscales extraordinarios de años anteriores como resultado de cambios en regulaciones fiscales mexicanas, así como la estructura de pago de regalías implementada desde 4T13. Los impuestos a favor reportados en 4T13 se derivaron particularmente de diversas iniciativas que permitieron a GRUMA deducir pérdidas fiscales de ejercicios anteriores.

**Operaciones discontinuas** fueron Ps.477 millones en comparación con Ps.82 millones, el aumento fue debido principalmente a una ganancia en la venta de las operaciones de harina de trigo, finalizada durante diciembre 2014.

La **utilidad neta mayoritaria** disminuyó 34% a Ps.1,376 millones debido básicamente al efecto extraordinario

de la deducción de pérdidas fiscales de ejercicios anteriores durante diciembre 2013.

## SITUACIÓN FINANCIERA

Diciembre 2014 versus septiembre 2014

### Datos

#### Sobresalientes de Balance

Los **activos totales** fueron Ps.40,637 millones, una disminución de 3% por la venta de las operaciones de harina de trigo.

Los **pasivos totales** fueron Ps.22,552 millones, una disminución de 12% principalmente por la reducción de deuda.

El **capital contable** fue de Ps.18,084 millones, 11% más que en septiembre de 2014.

### Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA fue de US\$737 millones, US\$303 millones menos que en septiembre de 2014. Los recursos procedentes de la venta de las operaciones de harina de trigo y las mejoras en generación de efectivo permitieron a la compañía continuar disminuyendo su deuda. Aproximadamente 91% de la deuda de GRUMA está denominada en dólares.

#### Deuda (millones de dólares)

Dic'14	Dic'13	Var.	Var. (%)	Sep'14	Var.	Var. (%)
737	1,272	(535)	(42)%	1,040	(303)	(29)%

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

	Tasa	2015	2016	2017	2018	2019...	TOTAL
Bono 2024	4.875%					400	400
Crédito Sindicado Rabobank	LIBOR+1.5%-3%	22	33	33	121		209
Crédito Sindicado BBVA MXP	TIIE+1.375%-2.625%	4.1	8.2	36.7	5.4		54.4
Otros	3.06% (prom.)	71.6	1.8	0.1			73.4
<b>TOTAL</b>	<b>3.84% (prom.)</b>	<b>97.6</b>	<b>42.9</b>	<b>69.7</b>	<b>126.4</b>	<b>400</b>	<b>736.8</b>

## PROGRAMA DE INVERSIONES

Durante 4T14 las inversiones de GRUMA fueron US\$40 millones, la mayoría aplicadas a expansiones de capacidad de producción y almacenaje, principalmente en Europa y Asia. Las inversiones de todo 2014 totalizaron US\$130 millones.

## RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

4T14 versus 4T13

### Gruma Corporation

El **volumen de ventas** subió 2% a 415 miles de toneladas, esto como resultado de un incremento de 6% en las operaciones de Estados Unidos, lo cual fue contrarrestado en gran medida por las operaciones de Europa debido a ventas extraordinarias de maíz en Turquía durante 4T13. El aumento de volumen en Estados Unidos fue derivado tanto por las operaciones de harina de maíz como por las de tortilla. Harina de maíz creció por mayor participación entre clientes productores de tortilla, por el crecimiento orgánico de varios fabricantes de *snacks*, y exitosas promociones en el segmento minorista. Las operaciones de tortilla de Estados Unidos aumentaron en (1) el segmento institucional, como resultado del crecimiento orgánico y expansión de algunas cadenas de restaurantes de comida mexicana, lanzamiento de platillos hechos a base tortilla por parte de restaurantes que no son de comida mexicana y (2) el segmento minorista, por mayor distribución, espacios de anaquel más grandes, optimización de la gama de productos, uso más efectivo de descuentos y herramientas de mercadotecnia, así como por la creciente popularidad de ciertas tortillas de harina de trigo, cuya fórmula mejorada continúa teniendo gran aceptación entre los consumidores.

Las **ventas netas** aumentaron 3% a Ps.7,935 millones, debido primordialmente al mayor volumen de ventas en las operaciones de Estados Unidos, cuyos productos son, en promedio, de mayor valor agregado que los de las operaciones de Europa.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 61.0% de 64.2%. Toda la mejora fue impulsada por las operaciones de Estados Unidos debido tanto al negocio de harina de maíz como al de tortilla, como resultado de (1) eficiencias extraordinarias en el manejo de inventarios de maíz; (2) mejor absorción de costos fijos; (3) beneficios temporales por la reducción en el precio de la harina de maíz efectiva en octubre 2014; (4) mejora en la mezcla de ventas por el enfoque hacia productos de mayor margen; (5) la racionalización de *SKUs*; y (6) menores costos de materia prima, mientras que los precios prácticamente se mantuvieron. En términos absolutos, el costo de ventas disminuyó 3% a Ps.4,844 millones principalmente por la mencionada reducción de costos de materia prima y los diferentes tipos de eficiencias.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas se mantuvieron en 26.4% ya que la mejor absorción en las operaciones de Estados Unidos fue contrarrestada por mayores gastos en las operaciones de Europa. En términos absolutos, los gastos de venta y administración aumentaron 3% a Ps.2,098 millones, principalmente por mayores gastos en Europa por (1) el lanzamiento de la marca Mission en varios países de Europa; (2) incremento en espacios de almacenaje en las operaciones de Rusia y España debido a volúmenes incrementales; y (3) fortalecimiento de los equipos de venta y áreas de administración para apoyar el crecimiento de los negocios de tortilla y panes planos. Adicionalmente, las operaciones de Estados Unidos se beneficiaron por situaciones extraordinarias relacionadas con cancelaciones de provisiones de cierre de año, especialmente en gastos de mercadotecnia, gracias a los esfuerzos continuos para maximizar la efectividad.

La **utilidad de operación** creció 47% a Ps.938 millones y el margen operativo aumentó a 11.8% de 8.3%. La mejora provino de Estados Unidos, en mayor medida del negocio de tortilla.

El **UAFIRDA** subió 30% a Ps.1,200 millones. El margen UAFIRDA se expandió a 15.1% de 11.9%.

## GIMSA

El **volumen de ventas** creció 4% a 468 mil toneladas, principalmente por (1) iniciativas comerciales enfocadas a incrementar el apoyo a clientes con equipo para la producción de tortilla y cambios en la estructura de compensación variable de la fuerza de ventas; (2) reducciones de precio por menores costos de maíz; y (3) mayores ventas a canales gubernamentales.

Las **ventas netas** disminuyeron 3% a Ps.3,874 millones debido a reducciones de precio implementadas durante el año para reflejar los menores costos de maíz.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 67.9% de 70.5% ya que se tuvo una menor base de ventas netas por tonelada con una utilidad bruta por tonelada similar. En términos absolutos, el costo de ventas bajó 7% a Ps.2,630 millones, especialmente por menores costos de maíz.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas subieron a 17.0% de 14.0% y en términos absolutos aumentaron 17% a Ps.657 millones, esto debido primordialmente a la amortización de regalías relacionadas con el contrato de licenciamiento de uso de la marca MASECA® entre GRUMA y GIMSA y, en menor medida, por mayores comisiones de venta y salarios en relación con el crecimiento en volumen de ventas y el fortalecimiento de los equipos de venta y cambios en la estructura de compensación variable. Los gastos de venta y administración como porcentaje de ventas netas también se vieron afectados por la menor absorción.

**Otros gastos, neto**, fueron Ps.105 millones relacionados principalmente con baja de activos fijos y por pérdidas en coberturas de gas natural.

La **utilidad de operación** disminuyó 22% a Ps.481 millones y como porcentaje de ventas netas bajó a 12.4% de 15.5%. La mayor parte de este efecto se relaciona con (1) la amortización del pago de regalías, lo cual no afecta el margen UAFIRDA, ya que es una partida virtual y (2) el mencionado aumento en otros gastos.

El **UAFIRDA** se redujo 6% a Ps.663 millones. El margen UAFIRDA disminuyó a 17.1% de 17.5%.

Para mayor información, ver “Resultados del Cuarto Trimestre de 2014” de GIMSA, el cual está disponible en el *website* de GRUMA, [www.gruma.com](http://www.gruma.com).

## Gruma Centroamérica

El **volumen de ventas** creció 6% a 53 mil toneladas debido a mayores ventas de harina de maíz a segmentos gubernamentales en Guatemala, y a clientes institucionales, esto último derivado de incrementos en la compensación variable del equipo de ventas.

Las **ventas netas** aumentaron 10% a Ps.976 millones principalmente por (1) el crecimiento en volumen de ventas y (2) mayores precios durante el año por aumentos en costo de maíz.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas creció a 66.1% de 64.7% como resultado de los mencionados aumentos en costo de maíz. La mayor base de ventas netas por tonelada con una utilidad neta por tonelada similar, resultó en una reducción en el margen bruto. En términos absolutos, el costo de ventas aumentó 13% básicamente por el aumento en volumen de ventas y en el costo de maíz.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 25.7% de 28.9% debido principalmente a una mejor absorción y menores gastos. En términos absolutos, los gastos de venta y administración disminuyeron 2% a Ps.250 millones por (1) menores gastos de administración y (2) menores gastos de

mercadotecnia y publicidad por los esfuerzos constantes de la compañía de maximizar la efectividad.

La **utilidad de operación** creció 60% a Ps.46 millones y el margen operativo mejoró a 4.7% de 3.2% debido principalmente al mencionado aumento en volumen de ventas.

El **UAFIRDA** se incrementó 25% a Ps.100 millones. El margen UAFIRDA creció a 10.2% de 9.0%.

### Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **utilidad de operación** mejoró Ps.114 millones a Ps.123 millones. Esto fue resultado de las regalías pagadas por GIMSA y las operaciones de Estados Unidos por el uso de la marca MASECA<sup>®</sup>, así como por el mejor desempeño de las operaciones de Asia-Oceanía y el efecto positivo de la depreciación del peso en los resultados de Gruma Corporation.

## 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.14.718/dólar al 31 de diciembre de 2014. 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. 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 18,000 empleados y 78 plantas. En 2014, GRUMA logró ventas netas de aproximadamente US\$3,400 millones (excluyendo las operaciones de Venezuela), de las cuales el 70% provinieron de las operaciones en el extranjero. Para mayor información, favor de visitar [www.gruma.com](http://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-DICIEMBRE		
	4T14	4T13	VAR (%)	3T14	VAR (%)	2014	2013	VAR (%)
VENTAS NETAS	12,907	12,250	5	12,665	2	49,935	49,036	2
UTILIDAD BRUTA	4,875	4,264	14	4,687	4	18,361	16,770	9
MARGEN BRUTO (%)	37.8%	34.8%		37.0%		36.8%	34.2%	
GASTOS DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN	3,090	2,838		3,030		12,040	11,937	
OTROS GASTOS (INGRESOS), NETO	196	128		88		297	193	
UTILIDAD DE OPERACIÓN	1,589	1,298	22	1,569	1	6,023	4,640	30
MARGEN OPERATIVO (%)	12.3%	10.6%		12.4%		12.1%	9.5%	
COSTO DE FINANCIAMIENTO, NETO	435	271		205		1,105	988	
GASTOS FINANCIEROS	501	264		230		1,190	1,105	
PRODUCTOS FINANCIEROS	(12)	(6)		(7)		(36)	(37)	
RESULTADO EN INSTRUMENTOS FINANCIEROS DERIVADOS	(0)	(12)		3		23	(34)	
FLUCTUACIÓN CAMBIARIA	(54)	26		(20)		(72)	(46)	
PARTICIPACIÓN ASOCIADAS	0	0		0		(0)	0	
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	238	(1,048)		236		1,060	195	
UTILIDAD (PÉRDIDA) DE LAS OPERACIONES DISCONTINUAS, NETO	477	82		87		599	(147)	
RESULTADO NETO	1,393	2,156	(35)	1,215	15	4,457	3,310	35
RESULTADO NETO MAYORITARIO	1,376	2,097	(34)	1,154	19	4,287	3,163	36
RESULTADO POR ACCIÓN <sup>1</sup>	3.18	4.85	(34)	2.67	19	9.91	7.31	36
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	397	414		361		1,492	1,615	
INGRESOS NO RELACIONADO CON LA OPERACIÓN	0	0		0		(22)	0	
UAFIRDA <sup>2</sup>	1,986	1,711	16	1,929	3	7,493	6,254	20
UAFIRDA/VENTAS(%)	15.4%	14.0%		15.2%		15.0%	12.8%	
INVERSIONES (MILLONES US\$)	40	36		31		130	110	

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	Dic-14	Dic-13	VAR (%)	Sep-14	VAR (%)
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	1,465	1,339	9	1,297	13
CLIENTES	4,638	4,850	(4)	4,312	8
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	2,559	4,112	(38)	2,615	(2)
INVENTARIOS	6,557	7,644	(14)	6,194	6
ACTIVO MANTENIDO PARA LA VENTA	0	103	(100)	3,725	(100)
ACTIVO CIRCULANTE	15,469	18,336	(16)	18,747	(17)
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO, NETO	17,814	17,905	(1)	16,687	7
INVERSION EN VENEZUELA DISPONIBLE PARA LA VENTA	3,109	3,109	0	3,109	0
<b>ACTIVO TOTAL</b>	<b>40,637</b>	<b>42,609</b>	<b>(5)</b>	<b>42,008</b>	<b>(3)</b>
DEUDA A CORTO PLAZO	1,437	3,276	(56)	1,966	(27)
PASIVO CIRCULANTE	8,806	11,350	(22)	10,018	(12)
DEUDA A LARGO PLAZO	9,324	13,096	(29)	11,800	(21)
<b>PASIVO TOTAL</b>	<b>22,552</b>	<b>28,182</b>	<b>(20)</b>	<b>25,679</b>	<b>(12)</b>
CAPITAL CONTABLE MAYORITARIO	16,564	12,973	28	14,820	12
<b>CAPITAL CONTABLE TOTAL</b>	<b>18,084</b>	<b>14,427</b>	<b>25</b>	<b>16,329</b>	<b>11</b>
ACTIVO CIRCULANTE/PASIVO CIRCULANTE	1.76	1.62		1.87	
PASIVO TOTAL/CAPITAL CONTABLE TOTAL	1.25	1.95		1.57	
DEUDA/UAFIRDA <sup>3</sup>	1.44	2.62		1.91	
UAFIRDA/GASTOS FINANCIEROS <sup>3</sup>	6.30	5.66		7.58	
VALOR CONTABLE POR ACCIÓN <sup>1</sup>	38.28	29.98		34.25	

<sup>1</sup> En base a 432,749,079 acciones para septiembre de 2014; 432,749,079 acciones para septiembre de 2013 y 432,749,079 acciones para junio de 2014.

<sup>2</sup> UAFIRDA = utilidad de operación + depreciación, amortización y deterioro de activos de larga duración +(-) gastos(ingresos) no relacionados con la operación.

<sup>3</sup> Últimos doce meses.

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

		TRIMESTRES				ACUMULADO ENERO-DICIEMBRE			
		4T14	4T13	VAR (%)	3T14	VAR (%)	2014	2013	VAR (%)
<b>GRUMA CORPORATION<sup>1</sup></b>	<b>VOLUMEN DE VENTAS<sup>2</sup></b>	<b>415</b>	407	2	416	(0)	<b>1,653</b>	1,651	0
Harina de maíz, tortilla y otros	VENTAS NETAS	<b>7,935</b>	7,739	3	8,333	(5)	<b>32,307</b>	31,886	1
	UTILIDAD BRUTA	<b>3,092</b>	2,769	12	3,204	(4)	<b>12,395</b>	11,543	7
	Margen Bruto	<b>39.0%</b>	35.8%		38.4%		<b>38.4%</b>	36.2%	
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	<b>938</b>	640	47	786	19	<b>3,212</b>	2,531	27
	Margen Operación	<b>11.8%</b>	8.3%		9.4%		<b>9.9%</b>	7.9%	
	UAFIRDA	<b>1,200</b>	920	30	1,056	14	<b>4,307</b>	3,664	18
	UAFIRDA/Ventas	<b>15.1%</b>	11.9%		12.7%		<b>13.3%</b>	11.5%	
<b>GIMSA</b>	<b>VOLUMEN DE VENTAS</b>	<b>468</b>	452	4	452	4	<b>1,798</b>	1,780	1
Harina de maíz y otros	VENTAS NETAS	<b>3,874</b>	4,001	(3)	3,775	3	<b>15,074</b>	15,944	(5)
	UTILIDAD BRUTA	<b>1,244</b>	1,182	5	1,190	5	<b>4,694</b>	4,625	1
	Margen Bruto	<b>32.1%</b>	29.5%		31.5%		<b>31.1%</b>	29.0%	
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	<b>481</b>	620	(22)	544	(12)	<b>2,129</b>	2,448	(13)
	Margen Operación	<b>12.4%</b>	15.5%		14.4%		<b>14.1%</b>	15.4%	
	UAFIRDA	<b>663</b>	702	(6)	725	(9)	<b>2,828</b>	2,769	2
	UAFIRDA/Ventas	<b>17.1%</b>	17.5%		19.2%		<b>18.8%</b>	17.4%	
<b>GRUMA CENTROAMÉRICA</b>	<b>VOLUMEN DE VENTAS</b>	<b>53</b>	50	6	50	5	<b>200</b>	198	1
Harina de maíz y otros	VENTAS NETAS	<b>976</b>	884	10	857	14	<b>3,479</b>	3,386	3
	UTILIDAD BRUTA	<b>331</b>	312	6	304	9	<b>1,201</b>	1,122	7
	Margen Bruto	<b>33.9%</b>	35.3%		35.5%		<b>34.5%</b>	33.1%	
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	<b>46</b>	29	60	77	(40)	<b>232</b>	183	26
	Margen Operación	<b>4.7%</b>	3.2%		9.0%		<b>6.7%</b>	5.4%	
	UAFIRDA	<b>100</b>	80	25	98	2	<b>350</b>	303	15
	UAFIRDA/Ventas	<b>10.2%</b>	9.0%		11.5%		<b>10.1%</b>	9.0%	
<b>OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES</b>	<b>VOLUMEN DE VENTAS</b>	<b>6</b>	8	(30)	7	(14)	<b>23</b>	27	(15)
	VENTAS NETAS	<b>122</b>	(374)	133	(299)	141	<b>(924)</b>	(2,181)	58
	UTILIDAD BRUTA	<b>209</b>	2	10,350	(11)	2,000	<b>70</b>	(520)	113
	Margen Bruto	<b>171.3%</b>	0.5%		(3.7%)		<b>7.6%</b>	(23.8%)	
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	<b>123</b>	9	1,267	161	(24)	<b>450</b>	(523)	186
	Margen Operación	<b>100.8%</b>	2.4%		53.8%		<b>48.7%</b>	(24.0%)	
	UAFIRDA	<b>23</b>	10	130	50	(54)	<b>9</b>	(483)	102
	UAFIRDA/Ventas	<b>18.9%</b>	2.7%		16.7%		<b>1.0%</b>	(22.1%)	
<b>CONSOLIDADO</b>	<b>VOLUMEN DE VENTAS</b>	<b>941</b>	917	3	924	2	<b>3,674</b>	3,656	0
	VENTAS NETAS	<b>12,907</b>	12,250	5	12,665	2	<b>49,935</b>	49,036	2
	UTILIDAD BRUTA	<b>4,875</b>	4,264	14	4,687	4	<b>18,361</b>	16,770	9
	Margen Bruto	<b>37.8%</b>	34.8%		37.0%		<b>36.8%</b>	34.2%	
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	<b>1,589</b>	1,298	22	1,569	1	<b>6,023</b>	4,640	30
	Margen Operación	<b>12.3%</b>	10.6%		12.4%		<b>12.1%</b>	9.5%	
	UAFIRDA	<b>1,986</b>	1,711	16	1,929	3	<b>7,493</b>	6,254	20
	UAFIRDA/Ventas	<b>15.4%</b>	14.0%		15.2%		<b>15.0%</b>	12.8%	

<sup>1</sup> Conversión simple. Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

<sup>2</sup> Todas los datos de volumen de ventas están expresados en miles de toneladas.