



Relación con Inversionistas
ir@gruma.com
 Tel: 52 (81) 8399-3349
www.gruma.com

San Pedro Garza García, N.L., México; 20 de julio de 2016

GRUMA REPORTA RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2016

DATOS SOBRESALIENTES

Durante el segundo trimestre de 2016 GRUMA continuó mostrando crecimientos de doble dígito en sus resultados financieros, apoyados principalmente por Gruma Estados Unidos. Las **ventas netas** aumentaron 14%, la **utilidad de operación** y el **UAFIRDA** aumentaron 19% y 18%, respectivamente, y la **utilidad neta mayoritaria** subió 31%.

Las ventas netas y el UAFIRDA de las operaciones fuera de México representaron 74% y 71%, respectivamente, de los resultados consolidados. La compañía reportó US\$704 millones en **deuda** al cierre del trimestre, representando una razón **Deuda Bruta/UAFIRDA** de 1.3 veces.

Datos Financieros Relevantes (millones de pesos)

	2T16	2T15	Var
Volumen de Ventas (miles de toneladas)	981	960	2%
Ventas Netas	16,348	14,280	14%
Utilidad de Operación	2,191	1,840	19%
Margen de Operación	13.4%	12.9%	50 pb
UAFIRDA	2,642	2,242	18%
Margen UAFIRDA	16.2%	15.7%	50 pb
Utilidad Neta Mayoritaria	1,417	1,081	31%

Deuda (millones de dólares)

Jun'16	Jun'15	Var (\$)	Var (%)	Mar'16	Var (\$)	Var (%)
704	736	(32)	(4)%	729	(25)	(3)%



RESULTADOS CONSOLIDADOS

2T16 versus 2T15

El **volumen de ventas** subió 2% a 981 mil toneladas, principalmente por GIMSA.

Las **ventas netas** aumentaron 14% a Ps.16,348 millones debido primordialmente a (1) la debilidad del peso frente al dólar, que benefició especialmente las ventas de Gruma Estados Unidos al medirse en términos de pesos; (2) el mencionado mayor volumen de ventas en GIMSA; y a (3) incrementos de precio, implementados para reflejar los mayores costos de materias primas, particularmente en GIMSA.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 61.8% de 62.0% reflejando un mejor desempeño primordialmente en Gruma Estados Unidos y Gruma Centroamérica. Estas mejoras fueron contrarrestadas parcialmente por GIMSA. La mayor parte del aumento en el costo del maíz en GIMSA se absorbió con ganancias en coberturas de maíz y tipo de cambio. En términos absolutos, el costo de ventas aumentó 14% a Ps.10,097 millones debido principalmente a la debilidad del peso y al mencionado crecimiento en volumen de ventas.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas aumentaron a 25.4% de 25.1% debido principalmente a Gruma Centroamérica, así como por una mayor proporción de Gruma Estados Unidos en las cifras consolidadas. En términos absolutos, los gastos de venta y administración subieron 16% a Ps.4,155 millones, principalmente por el efecto de la debilidad del peso y, en menor grado, por mayores gastos, particularmente en GIMSA y Gruma Centroamérica.

Otros ingresos, neto, fueron Ps.94 millones en comparación con un gasto de Ps.2 millones ya que GIMSA reportó ganancias en coberturas de maíz y gas natural. Recientemente, GIMSA ha comenzado a implementar este tipo de instrumentos para cubrir sus necesidades de maíz.

La **utilidad de operación** creció 19% a Ps.2,191 millones, debido principalmente al efecto positivo de la depreciación del peso, a un mejor desempeño en Gruma Estados Unidos y, en menor grado, a mejoras en Gruma Asia-Oceanía y Gruma Centroamérica. El margen de operación subió a 13.4% de 12.9% básicamente por Gruma Estados Unidos y, en menor medida, Gruma Centroamérica y Gruma Asia-Oceanía.

El **UAFIRDA** subió 18% a Ps.2,642 millones. El margen UAFIRDA se expandió a 16.2% de 15.7%.

El **costo de financiamiento, neto**, fue de Ps.33 millones, una disminución de Ps.25 millones debido a que la compañía reportó mayores ganancias en coberturas de tipo de cambio relacionadas con compras de maíz en GIMSA. Estas ganancias más que compensan las pérdidas cambiarias derivadas del pasivo por US\$60 millones con Archer-Daniels-Midland por la recompra de acciones de GRUMA, el cual fue pagado por GRUMA en junio de 2016.



Los **impuestos a la utilidad** fueron Ps.656 millones, 18% más como resultado de una mayor utilidad antes de impuestos. La tasa efectiva fue 30.4%.

La **utilidad neta mayoritaria** fue de Ps.1,417 millones, 31% más derivado principalmente de la debilidad del peso, de un mejor desempeño operativo, particularmente en las operaciones de Estados Unidos, y porque la compañía dejó de reportar pérdidas en operaciones discontinuadas, como aún era el caso el año anterior.

SITUACIÓN FINANCIERA

Junio 2016 versus marzo 2016

Datos Sobresalientes de Balance

Los **activos totales** fueron Ps.49,970 millones, un aumento de 9%, reflejando principalmente (1) incrementos en propiedad, planta, y equipo, por la debilidad del peso y el plan de inversiones de la compañía; y (2) mayores saldos de inventario por las compras de maíz de GIMSA durante la cosecha de verano en México.

Los **pasivos totales** fueron Ps.28,572 millones, 11% más como resultado de (1) incrementos en proveedores principalmente por las mencionadas compras de maíz en GIMSA; y, en menor grado, (2) mayor deuda por la debilidad del peso.

El **capital contable** fue de Ps.21,398 millones, 7% más que en marzo 2016.

Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA fue de US\$704 millones, US\$25 millones menos que en marzo 2016. Aproximadamente 93% de la deuda de GRUMA está denominada en dólares.

Deuda (millones de dólares)

Jun'16	Jun'15	Var (\$)	Var (%)	Mar'16	Var (\$)	Var (%)
704	736	(32)	(4)%	729	(25)	(3)%



Perfil de Vencimientos de Deuda

(millones de dólares)

	Tasa	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2024	TOTAL
Bono 2024	4.875%							400	400
Crédito Sindicado Rabobank	LIBOR+1.5%-3%	16.5	33	121					170.5
Crédito Revolvente Rabobank	LIBOR+0.9%-1.2%			50					50
Otros	3.05% (prom.)	72.5	3.7	3	2.9	0.8	0.4	0.1	83.4
TOTAL	3.69% (prom.)	89.0	36.7	174.0	3	0.8	0.4	400.1	703.9

INVERSIONES

Durante 2T16 las inversiones de GRUMA fueron US\$79 millones, destinadas principalmente a (1) Estados Unidos, por una nueva planta de tortilla en Dallas, la expansión de la planta de harina de maíz en Indiana, y otros aumentos de capacidad y mejoras tecnológicas en varias plantas; (2) Europa, por aumentos de capacidad en silos en Ucrania, la nueva planta en Rusia, y expansiones de capacidad en plantas de Inglaterra y España; (3) Asia, por la construcción de una planta de tortilla en Malasia; y (4) México, por una nueva planta de tortilla cerca de Monterrey, la reapertura de una planta de harina de maíz en el centro de México y por mejoras tecnológicas en GIMSA.

RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

2T16 versus 2T15

Gruma Estados Unidos

El **volumen de ventas** disminuyó 1% a 335 miles de toneladas. En el negocio de **harina de maíz** el volumen subió 3% debido a (1) mayor participación por mejor calidad y servicio; (2) mayores ventas a fabricantes de *snacks*; y (3) mayores ventas a distribuidores del canal institucional y a mayoristas, los cuales se benefician del crecimiento de restaurantes independientes de comida mexicana.



El negocio de **tortilla** bajó 3%, afectado por el canal institucional debido a la decisión de la compañía de dejar de abastecer ciertos *SKUs* para continuar enfocándose en productos de mayor margen. Adicionalmente, el volumen de ventas en el canal institucional se vio afectado por el débil desempeño de algunos clientes.





Las **ventas netas** disminuyeron 1% a Ps.9,346 millones por la reducción en el volumen de ventas. Sin embargo, los mayores precios promedio en el negocio de la tortilla, como resultado principalmente del cambio en la mezcla de ventas del canal institucional hacia el segmento minorista, ayudaron a contrarrestar las reducciones de precio en harina de maíz implementadas en octubre de 2015, las cuales se realizaron para reflejar los menores costos de maíz.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 57% de 58.5% impulsado por las operaciones de tortilla y de harina de maíz. Esto reflejó (1) menores costos de materia prima, principalmente harina de maíz y trigo; (2) el cambio en la mezcla de ventas hacia el canal minorista en el negocio de tortilla; y (3) una mejor mezcla en la venta de productos de mayor margen. En términos absolutos, el costo de ventas disminuyó 4% a Ps.5,325 millones en gran medida por las mencionadas reducciones en costos de materia prima y volumen de ventas.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas se mantuvieron sin cambio en 29.2% y en términos absolutos disminuyeron 1% a Ps.2,729 millones derivado del traslado de algunos departamentos al centro de servicios compartidos en México.

La **utilidad de operación** aumentó 13% a Ps.1,313 millones y el margen operativo mejoró a 14% de 12.3%, especialmente como resultado de la señalada mejora en el costo de ventas.

El **UAFIRDA** subió 9% a Ps.1,595 millones. El margen UAFIRDA aumentó a 17.1% de 15.5%.

GIMSA

El **volumen de ventas** creció 8% a 486 mil toneladas debido principalmente a (1) mayor penetración de la harina de maíz entre los productores de tortilla, principalmente en el centro de México derivado de las iniciativas comerciales enfocadas a dar un mejor servicio al cliente y por precios más competitivos de harina de maíz; (2) mayores ventas a nuestras operaciones en los Estados Unidos; (3) mayores ventas a mayoristas pequeños y medianos básicamente por un mayor servicio al cliente y por contacto directo; y (4) mayores ventas a canales de gobierno. Las iniciativas comerciales continúan enfocadas en una mayor distribución y disponibilidad, mejor calidad de producto y en una mayor promoción de las variedades de harina de maíz que se asemejan al método tradicional, entre otras iniciativas.



Las **ventas netas** subieron 11% a Ps.4,382 millones por el mayor volumen y por aumentos de precio, los cuales fueron implementados en diciembre 2015 y junio 2016 reflejando parcialmente el incremento en los costos de maíz. Adicionalmente, las ventas netas aumentaron por la debilidad del peso en las ventas a nuestras operaciones de harina de maíz en los Estados Unidos, ya que están denominadas en dólares.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas aumentó a 72.3% de 68.9% como resultado de (1) mayor costo de maíz; (2) mayores costos de transportación debido a un aumento en el costo del flete y a mayores distancias ya que GIMSA ha estado incrementando el abastecimiento de maíz en el noroeste de México para continuar mejorando la calidad de su harina de maíz; y (3) aumentos en los costos de aditivos y empaque relacionados con la debilidad del peso, cambios en formulación y mejoras en los empaques de algunos SKUs. En términos absolutos, el costo de ventas creció 17% a Ps.3,167 millones, debido principalmente al ya mencionado aumento en volumen y a los mayores costos de maíz.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 16.1% de 16.2% debido a una mejor absorción. En términos absolutos, los gastos subieron 11% a Ps.708 millones, debido principalmente al fortalecimiento de las iniciativas comerciales orientadas a mejorar el servicio al cliente a través de la apertura de centros de distribución, de rutas propias de distribución adicionales, y mayores gastos de fletes, todo lo cual ha contribuido al aumento en el volumen. Los mayores gastos de fletes también se debieron a mayores tarifas, mayores movimientos entre plantas y de plantas hacia centros de distribución, así como a mayores ventas a canales de gobierno, en donde GIMSA por lo general absorbe el gasto del flete.

Otros ingresos, neto, fueron de 63 millones debido principalmente a ganancias en coberturas de maíz y gas natural. GIMSA ha comenzado recientemente a implementar este tipo de instrumentos para sus compras de maíz.

La **utilidad de operación** disminuyó 1% a Ps.570 millones debido principalmente al mencionado fortalecimiento en las iniciativas comerciales de la compañía. El margen operativo se redujo a 13% de 14.6% debido primordialmente al aumento en el costo del maíz, el cual fue absorbido con ganancias en coberturas de maíz y tipo de cambio, reportadas en otros ingresos y en producto de financiamiento neto, respectivamente.

El **UAFIRDA** permaneció sin cambios en Ps.759 millones. El margen UAFIRDA se redujo a 17.3% de 19.3%.

Para mayor información, ver “Resultados del Segundo Trimestre de 2016” de GIMSA, el cual está disponible en el *website* de GRUMA, www.gruma.com.



Gruma Europa



El **volumen de ventas** disminuyó 5% a 101 mil toneladas debido a reducciones en el negocio de molienda de maíz principalmente por ventas extraordinarias de maíz durante 2T15, mientras que el volumen de ventas de tortilla aumentó 6%.

Las **ventas netas** disminuyeron 7% a Ps.1,355 millones por la reducción en volumen y por la depreciación de la libra esterlina, afectando la mayoría de las operaciones de tortilla.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas aumentó a 76.7% de 74.1% como resultado de (1) una reclasificación de Ps.25 millones de gastos de venta y administración hacia costo de ventas; y (2) mayores costos de mano de obra debido a expansiones de capacidad y a un mayor número de turnos en algunas plantas, lo cual no ha sido absorbido en su totalidad. En términos absolutos, el costo de ventas disminuyó 4% a Ps.1,040 millones, por la reducción en volumen y por menores costos de materias primas, los cuales fueron contrarrestados parcialmente por la mencionada reclasificación y los mayores costos de mano de obra.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron de 19.0% de 21.5% por la ya mencionada reclasificación a costo de ventas y por menores gastos de promociones y publicidad. En términos absolutos, los gastos de venta y administración disminuyeron 18% a Ps.258 millones como resultado de la reclasificación, por la depreciación de la libra esterlina, así como por menores fletes por el menor volumen.

La **utilidad de operación** disminuyó 18% a Ps.65 millones y el margen operativo se redujo a 4.8% de 5.5% por el menor volumen y por mayores costos de mano de obra.

El **UAFIRDA** bajó 14% a Ps.114 millones. El margen UAFIRDA se redujo a 8.4% de 9.1%.

Gruma Centroamérica

El **volumen de ventas** disminuyó 11% a 47 mil toneladas debido a menores ventas de harina de maíz, principalmente en Honduras, debido a competencia más agresiva.

Las **ventas netas** aumentaron 6% a Ps.1,075 millones básicamente por el efecto de la debilidad del peso.



El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 60.6% de 64.3% debido primordialmente a menores costos de materias primas, especialmente de maíz y energía. En términos absolutos, el costo de ventas se mantuvo sin cambio en Ps.652 millones, debido a que las mencionadas reducciones de costos fueron contrarrestadas por la debilidad del peso.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas aumentaron a 31.3% de 27.1% debido principalmente a una menor absorción y a mayores gastos de mercadotecnia. En términos absolutos, los gastos de venta y administración crecieron 22% a Ps.336 millones especialmente por la debilidad del peso y, en menor medida, por los gastos mencionados.

La **utilidad de operación** creció 13% a Ps.99 millones y el margen operativo mejoró a 9.2% de 8.6% debido principalmente a las mencionadas reducciones en costos y a otros ingresos, neto, en relación con la recuperación de una reclamación de seguro. Además, la debilidad del peso contribuyó al aumento en términos absolutos.

El **UAFIRDA** se incrementó 14% a Ps.125 millones. El margen UAFIRDA creció a 11.6% de 10.8%.

Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **utilidad de operación** mejoró Ps.209 millones a Ps.143 millones. Esto se generó principalmente por el efecto positivo de la debilidad del peso especialmente en Gruma Estados Unidos, ya que los resultados de esta subsidiaria se reportan bajo conversión simple y el beneficio cambiario se refleja en “Otras Subsidiarias y Eliminaciones”. Además, el mejor desempeño de las operaciones de Gruma Asia-Oceanía y de algunas áreas de servicio contribuyeron a la mejora en utilidad de operación.

LLAMADA DE CONFERENCIA

La llamada de conferencia del segundo trimestre se llevará a cabo el jueves 21 de julio de 2016 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 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 Estados Unidos y Gruma Europa fueron convertidas a pesos usando conversión simple al tipo de cambio de Ps.18.9113/dólar al 30 de junio de 2016. 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 19,500 empleados y 75 plantas. En 2015, GRUMA logró ventas netas de aproximadamente US\$3,400 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		
	2T16	2T15	VAR (%)	2016	2015	VAR (%)
VENTAS NETAS	16,348	14,280	14	32,179	27,802	16
COSTO DE VENTAS	10,097	8,855	14	19,809	17,366	14
UTILIDAD BRUTA	6,251	5,425	15	12,369	10,436	19
MARGEN BRUTO (%)	38.2%	38.0%		38.4%	37.5%	
GASTOS DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN	4,155	3,584		8,219	6,944	
OTROS GASTOS (INGRESOS), NETO	(94)	2		(71)	38	
UTILIDAD DE OPERACIÓN	2,191	1,840	19	4,221	3,454	22
MARGEN OPERATIVO (%)	13.4%	12.9%		13.1%	12.4%	
COSTO DE FINANCIAMIENTO, NETO	33	59		171	142	
GASTOS FINANCIEROS	164	134		318	278	
PRODUCTOS FINANCIEROS	(12)	(6)		(22)	(16)	
RESULTADO EN INSTRUMENTOS FINANCIEROS DERIVADOS	(302)	(90)		(284)	(181)	
FLUCTUACIÓN CAMBIARIA	183	21		159	61	
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	656	558		1,234	1,022	
UTILIDAD (PÉRDIDA) DE LAS OPERACIONES DISCONTINUAS, NETO	0	(67)		0	(83)	
RESULTADO NETO	1,501	1,156	30	2,816	2,207	28
RESULTADO NETO MAYORITARIO	1,417	1,081	31	2,683	2,064	30
RESULTADO POR ACCIÓN ¹	3.27	2.50	31	6.20	4.77	30
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	451	402		896	783	
UAFIRDA ²	2,642	2,242	18	5,117	4,237	21
UAFIRDA/VENTAS(%)	16.2%	15.7%		15.9%	15.2%	
INVERSIONES (MILLONES US\$)	79	33		129	99	

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	Jun-16	Jun-15	VAR (%)	Mar-16	VAR (%)
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	2,902	2,369	23	3,396	(15)
CLIENTES	5,723	4,989	15	5,548	3
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	1,884	2,638	(29)	1,862	1
INVENTARIOS	9,737	7,277	34	7,809	25
ACTIVO CIRCULANTE	20,900	17,851	17	19,054	10
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO, NETO	22,803	18,596	23	20,754	10
INVERSION EN VENEZUELA DISPONIBLE PARA LA VENTA	0	3,109	(100)	0	0
ACTIVO TOTAL	49,970	44,601	12	45,705	9
DEUDA A CORTO PLAZO	2,003	2,485	(19)	1,993	0
PASIVO CIRCULANTE	13,384	12,162	10	11,353	18
DEUDA A LARGO PLAZO	11,235	8,902	26	10,622	6
PASIVO TOTAL	28,572	24,773	15	25,647	11
CAPITAL CONTABLE MAYORITARIO	19,751	18,250	8	18,448	7
CAPITAL CONTABLE TOTAL	21,398	19,828	8	20,058	7
ACTIVO CIRCULANTE/PASIVO CIRCULANTE	1.56	1.47		1.68	
PASIVO TOTAL/CAPITAL CONTABLE TOTAL	1.34	1.25		1.28	
DEUDA/UAFIRDA ³	1.32	1.40		1.31	
UAFIRDA/GASTOS FINANCIEROS ³	15.38	8.08		15.49	
VALOR CONTABLE POR ACCIÓN ¹	45.64	42.17		42.63	

¹ En base a 432,749,079 acciones para junio 2016 y 2015 y marzo de 2016.

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			
		2T16	2T15	VAR (\$)	VAR (%)	2016	2015	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS	VOLUMEN DE VENTAS ²	335	338	(3)	(1)	662	664	(2)	(0)
Harina de maíz, tortilla y otros	VENTAS NETAS	9,346	9,454	(108)	(1)	18,651	18,705	(54)	(0)
	UTILIDAD BRUTA	4,022	3,921	101	3	8,035	7,697	338	4
	Margen Bruto	43.0%	41.5%			43.1%	41.2%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	1,313	1,163	150	13	2,608	2,151	457	21
	Margen Operación	14.0%	12.3%			14.0%	11.5%		
	UAFIRDA	1,595	1,462	134	9	3,176	2,742	434	16
	UAFIRDA/Ventas	17.1%	15.5%			17.0%	14.7%		
GIMSA	VOLUMEN DE VENTAS	486	448	38	8	952	898	53	6
Harina de maíz y otros	VENTAS NETAS	4,382	3,933	449	11	8,492	7,768	724	9
	UTILIDAD BRUTA	1,215	1,222	(7)	(1)	2,441	2,351	90	4
	Margen Bruto	27.7%	31.1%			28.7%	30.3%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	570	575	(5)	(1)	1,100	1,103	(3)	(0)
	Margen Operación	13.0%	14.6%			13.0%	14.2%		
	UAFIRDA	759	759	0	0	1,476	1,472	4	0
	UAFIRDA/Ventas	17.3%	19.3%			17.4%	18.9%		
GRUMA EUROPA¹	VOLUMEN DE VENTAS ²	101	106	(5)	(5)	190	204	(14)	(7)
Harina de maíz, tortilla y otros	VENTAS NETAS	1,355	1,455	(100)	(7)	2,568	2,689	(121)	(4)
	UTILIDAD BRUTA	315	377	(62)	(16)	604	685	(81)	(12)
	Margen Bruto	23.3%	25.9%			23.5%	25.5%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	65	80	(15)	(18)	97	129	(32)	(25)
	Margen Operación	4.8%	5.5%			3.8%	4.8%		
	UAFIRDA	114	132	(18)	(14)	193	224	(31)	(14)
	UAFIRDA/Ventas	8.4%	9.1%			7.5%	8.3%		
GRUMA CENTROAMÉRICA	VOLUMEN DE VENTAS	47	53	(6)	(11)	95	103	(8)	(8)
Harina de maíz y otros	VENTAS NETAS	1,075	1,014	61	6	2,157	1,958	199	10
	UTILIDAD BRUTA	423	362	61	17	828	687	141	21
	Margen Bruto	39.4%	35.7%			38.4%	35.1%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	99	87	12	13	184	150	34	23
	Margen Operación	9.2%	8.6%			8.6%	7.7%		
	UAFIRDA	125	109	16	14	235	193	42	22
	UAFIRDA/Ventas	11.6%	10.8%			10.9%	9.9%		
OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES³	VOLUMEN DE VENTAS	12	15	(3)	(19)	29	16	13	82
	VENTAS NETAS	190	(1,576)	1,766	112	311	(3,317)	3,628	109
	UTILIDAD BRUTA	276	(457)	733	160	460	(984)	1,444	147
	Margen Bruto	145.3%	(29.0%)			147.9%	(29.7%)		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	143	(66)	209	317	232	(79)	311	394
	Margen Operación	75.3%	(4.2%)			74.6%	(2.4%)		
	UAFIRDA	49	(220)	269	122	37	(394)	431	109
	UAFIRDA/Ventas	25.8%	(14.0%)			11.9%	(11.9%)		
CONSOLIDADO	VOLUMEN DE VENTAS	981	960	21	2	1,927	1,886	41	2
	VENTAS NETAS	16,348	14,280	2,068	14	32,179	27,802	4,376	16
	UTILIDAD BRUTA	6,251	5,425	826	15	12,369	10,436	1,933	19
	Margen Bruto	38.2%	38.0%			38.4%	37.5%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	2,191	1,840	351	19	4,221	3,454	767	22
	Margen Operación	13.4%	12.9%			13.1%	12.4%		
	UAFIRDA	2,642	2,242	400	18	5,117	4,237	880	21
	UAFIRDA/Ventas	16.2%	15.7%			15.9%	15.2%		

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

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

³ El efecto por el uso de conversión simple se reporta bajo Otras Subsidiarias y Eliminaciones.