



GRUMA

Relación con Inversionistas

ir@gruma.com

Tel: 52 (81) 8399-3349

www.gruma.com

San Pedro Garza García, N.L., México; 19 de julio de 2017

GRUMA REPORTA RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2017

DATOS SOBRESALIENTES

La mejora continua en los resultados de GRUMA durante 2T17 confirmó una tendencia alcista y que la compañía continúa encaminada hacia los objetivos de largo plazo que ha establecido. El crecimiento en el volumen de ventas en todas las subsidiarias, con excepción de Gruma Centroamérica, está generando beneficios provenientes de economías de escala, lo cual, aunado a un mejor portafolio de productos y a un mejor desempeño operacional, especialmente en Gruma Estados Unidos y GIMSA, ha permitido que GRUMA alcance una vez más su nivel de margen UAFIRDA más alto. Gruma Estados Unidos, en particular, también ha seguido logrando mayores márgenes UAFIRDA, alcanzando su nivel más alto.

En forma consolidada, el volumen de ventas aumentó 3%; las ventas netas crecieron 7%, a pesar del efecto de la reciente apreciación del peso en Gruma Estados Unidos, y el UAFIRDA aumentó 7%, alcanzando un margen UAFIRDA de 16.3%, el más alto que GRUMA ha reportado.

Las ventas netas y el UAFIRDA de las operaciones fuera de México representaron 73% y 71%, respectivamente, de los resultados consolidados. La compañía reportó US\$806 millones de **deuda** al cierre del trimestre, US\$72 millones más que al cierre de 1T17. La razón **Deuda Neta/UAFIRDA** fue de 1.0x.

Datos Financieros Relevantes

(millones de pesos)

	2T17	2T16	Var
Volumen de Ventas (miles de toneladas)	1,009	981	3%
Ventas Netas	17,437	16,348	7%
Utilidad de Operación	2,344	2,191	7%
Margen de Operación	13.4%	13.4%	-
UAFIRDA	2,835	2,642	7%
Margen UAFIRDA	16.3%	16.2%	10 pb
Utilidad Neta Mayoritaria	1,432	1,417	1%

Deuda

(millones de dólares)

Jun'17	Jun'16	Var (\$)	Var (%)	Mar'17	Var (\$)	Var (%)
806	704	102	14%	734	72	10%



RESULTADOS CONSOLIDADOS

2T17 versus 2T16

El **volumen de ventas** subió 3% a 1,009 mil toneladas, impulsado principalmente por GIMSA y Gruma Estados Unidos.

Las **ventas netas** aumentaron 7% a Ps.17,437 millones, debido primordialmente a (1) el mencionado aumento en el volumen de ventas; (2) los aumentos de precio en GIMSA, implementados para reflejar mayores costos de insumos; y (3) una mejor mezcla de ventas en Gruma Estados Unidos.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 61.4% de 61.8%, impulsado principalmente por Gruma Estados Unidos. En términos absolutos, el costo de ventas aumentó 6% a Ps.10,705 millones debido básicamente al aumento en el volumen de ventas y a mayores costos de insumos en GIMSA, derivado especialmente de la debilidad del peso.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 25.1% de 25.4% como resultado de una mejor absorción. En términos absolutos, los gastos de venta y administración subieron 6% a Ps.4,382 millones especialmente por Gruma Estados Unidos, esto básicamente por el aumento en volumen y mejores precios.

Otros gastos, neto, fueron Ps.7 millones en comparación con ingresos por Ps.94 millones, como resultado de pérdidas no realizadas en el presente año en coberturas de gas natural a diferencia de ganancias en el año anterior.

La **utilidad de operación** creció 7% a Ps.2,344 millones, derivado principalmente de un mejor desempeño de Gruma Estados Unidos y, en menor medida, de GIMSA. El margen de operación se mantuvo sin cambio en 13.4%, ya que Gruma Estados Unidos compensó la reducción en GIMSA.

El **UAFIRDA** subió 7% a Ps.2,835 millones. El margen UAFIRDA mejoró a 16.3% de 16.2%.

El **costo de financiamiento, neto**, fue de Ps.339 millones, un aumento de Ps.305 millones, debido a pérdidas por coberturas cambiarias relacionadas con compras de maíz en GIMSA.

Los **impuestos a la utilidad** fueron Ps.526 millones, 20% menos debido principalmente a una menor utilidad antes de impuestos y a una menor tasa efectiva, la cual fue de 26.2%. Esta menor tasa fue resultado del uso de pérdidas fiscales en Gruma Holding al recibir dividendos de Gruma Estados Unidos a un tipo de cambio mayor al vigente durante el trimestre.



La **utilidad neta mayoritaria** fue de Ps.1,432 millones, 1% más debido a una mayor utilidad de operación y a menores impuestos, los cuales fueron compensados en gran parte por un mayor costo de financiamiento.

SITUACIÓN FINANCIERA

Junio 2017 versus marzo 2017

Datos Sobresalientes de Balance

Los **activos totales** se mantuvieron sin mucho cambio en Ps.53,972 millones, reflejando principalmente saldos de efectivo utilizados en compras de maíz, lo cual aumentó el nivel de inventarios.

Los **pasivos totales** fueron Ps.29,145 millones, 4% más como resultado primordialmente de una mayor deuda relacionada con requerimientos cíclicos de capital de trabajo, pago de dividendos e inversiones. Adicionalmente, hubo un incremento en otras cuentas por pagar debido a provisiones sobre dividendos decretados.

El **capital contable** fue de Ps.24,826 millones, 4% menos que en marzo 2017.

Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA fue de US\$806 millones, US\$72 millones más que en marzo 2017. Aproximadamente 79% de la deuda de GRUMA está denominada en dólares.

Deuda (millones de dólares)

Jun'17	Jun'16	Var (\$)	Var (%)	Mar'17	Var (\$)	Var (%)
806	704	102	14%	734	72	10%

Perfil de Vencimientos de Deuda (millones de dólares)

	Tasa	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2024	TOTAL
Bono 2024	4.875%							400	400
Crédito Sindicado 2017-Plazo	LIBOR + 1.00%			18.8	22.5	26.3	82.5		150
Crédito Sindicado 2017-Revolverte	LIBOR + 1.00%						66		66
Otros	6.65% (prom.)	182.2	3.1	2.9	1.6	0.4	0.1		190.5
TOTAL	4.57% (prom.)	182.2	3.1	21.7	24.1	26.7	148.6	400	806.5



INVERSIONES

Las inversiones de GRUMA durante 2T17 fueron US\$61 millones, destinadas principalmente a (1) Estados Unidos, para la construcción de una planta de tortilla en Dallas, la expansión de la planta de harina de maíz en Indiana, y la expansión de la planta de tortilla en Florida; (2) México, para mejoras tecnológicas; (3) Europa, para la construcción de una planta de tortilla en Rusia, mejoras tecnológicas en automatización de sistemas de empaqueo en la planta de panes planos en Inglaterra, y la expansión de la planta de tortilla en Holanda; y (4) Asia, para la expansión de la planta de tortilla en Malasia y expansiones de capacidad en la planta de tortilla en Australia.

RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

2T17 versus 2T16

Gruma Estados Unidos

El **volumen de ventas** aumentó 3% a 344 mil toneladas, en su mayoría por el negocio de tortilla.



Por segmento, el volumen de ventas de **harina de maíz** subió 2% como resultado primordialmente de (1) formatos de *clubs* y distribuidores del canal institucional, los cuales continúan beneficiándose del crecimiento de pequeños restaurantes de comida mexicana y de pequeñas compañías de tortilla; y (2) minoristas, especialmente por mayores promociones y, en menor medida, la expansión de MASECA dentro del canal de tiendas de dólar.

El negocio de **tortilla** subió 4%. El canal institucional se benefició por la recuperación de volúmenes perdidos el año pasado como resultado del proceso de racionalización de *SKUs* y del mejor desempeño de algunas grandes cadenas de restaurantes. En el canal minorista, el volumen se benefició principalmente de (1) el crecimiento de nuestra tortilla de harina de trigo *Super Soft*, ya que estas tortillas continúan ganando participación al pan; (2) el lanzamiento a nivel nacional en septiembre del año anterior de la tortilla *Street Taco* (taquera); (3) la expansión de las tortillas libres de gluten en las regiones del este y central norte de Estados Unidos; (4) mayor distribución y nuevos productos en formatos de *clubs*; y (5) mayor espacio de anaquel para frituras de maíz con ciertos minoristas, en combinación con una fórmula mejorada.



Las **ventas netas** aumentaron 5% a Ps.9,269 millones reflejando el mencionado crecimiento en el volumen de ventas y el cambio en la mezcla dentro del canal minorista del negocio de tortilla, favoreciendo SKUs de mayor precio, tales como la tortillas de harina de trigo *Super Soft*, la tortilla *Street Taco* y, en general, la línea de alternativas más saludables, dentro de la cual durante el trimestre se realizó el lanzamiento de tortillas orgánicas a temperatura ambiente.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 55.9% de 57% derivado principalmente de (1) un cambio en la mezcla en el canal minorista del negocio de tortilla hacia SKUs de mayor margen; (2) menores costos de materias primas; (3) reembolsos no-recurrentes de seguros de gastos médicos; y (4) cancelación de provisiones de gastos médicos, ajustándolas a un escenario más realista. Tal y como en 1T17, la compañía continuó reportando mayores costos por la nueva planta en el área de Dallas (por ejemplo, arrendamientos más altos, depreciación acelerada de activos de la actual planta de tortilla en Dallas y costos de transición); algunos de estos costos se eliminarán una vez que la nueva planta inicie operaciones y la actual se cierre. Estos mayores costos fueron más que compensados por las mejoras señaladas.

En términos absolutos, el costo de ventas aumentó 3% a Ps.5,179 millones debido, en gran medida, al mencionado crecimiento en volumen de ventas.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas aumentaron a 29.4% de 29.2% debido a mayores fletes inter-compañías para satisfacer la demanda. En términos absolutos, los gastos subieron 5% a Ps.2,721 millones debido, en gran medida, a mayores comisiones por el incremento en el volumen de ventas y mejores precios, y por los mencionados fletes inter-compañías.

Otros gastos, neto, fueron Ps.13 millones, debido a pérdidas no realizadas en coberturas de gas natural.

La **utilidad de operación** subió 9% a Ps.1,357 millones. El margen operativo mejoró a 14.6% de 14%.

El **UAFIRDA** aumentó 8% a Ps.1,635 millones. El margen UAFIRDA mejoró a 17.6% de 17.1%, su nivel más alto en la historia.

GIMSA

El **volumen de ventas** creció 4% a 506 mil toneladas impulsado especialmente por mayoristas, ya que están aumentando la distribución de ciertas variedades de harina de maíz; exportaciones a nuestras operaciones en Estados Unidos; y por mayor demanda por parte de los principales productores de *snacks* en México.



Las **ventas netas** subieron 10% a Ps.4,828 millones debido básicamente a (1) el efecto de los aumentos de precio implementados durante 2016 y al inicio de 2017, para reflejar los mayores costos de maíz y otros insumos derivado de la debilidad del peso, así como para compensar los mayores costos de energía; y (2) a el mencionado aumento en el volumen de ventas.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas se mantuvo sin cambio en 72.3%. El efecto de los mayores costos de maíz, energía y otros insumos fue contrarrestado por los incrementos de precio. En términos absolutos, el costo de ventas creció 10% a Ps.3,490 millones, debido a los mencionados mayores costos y al crecimiento en volumen de ventas.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 15.4% de 16.1% debido a una mejor absorción. En términos absolutos, los gastos de venta y administración subieron 5% a Ps.743 millones primordialmente por mayores tarifas de fletes, esto como resultado del incremento en el precio de la gasolina, y por mayor volumen de ventas al canal minorista, donde la compañía absorbe este gasto.

Otros ingresos, neto, fueron de Ps.7 millones, representando una disminución de Ps.55 millones, debido principalmente a menores ganancias en coberturas de maíz y ganancias de gas natural el año anterior.

La **utilidad de operación** se incrementó 6% a Ps.602 millones principalmente por el aumento en el volumen de ventas. El margen operativo se redujo a 12.5% de 13% debido a la mencionada reducción en otros ingresos.

El **UAFIRDA** subió 5% a Ps.797 millones. El margen UAFIRDA disminuyó a 16.5% de 17.3%.

Para mayor información, ver “Resultados del Segundo Trimestre de 2017” de GIMSA, el cual está disponible en el *website* de GRUMA, www.gruma.com.

Gruma Europa

El **volumen de ventas** subió 2% a 104 mil toneladas. El negocio de tortilla creció debido a (1) mayor consumo de *kebabs*, particularmente en Francia; (2) mayores ventas al canal minorista en España debido a aumento en cobertura con grandes tiendas de autoservicio, aunado a un mayor espacio de anaquel y a promociones; y (3) ganancia de participación de mercado en Rusia por una mayor cobertura. El negocio de molienda de maíz se incrementó ya que durante 2T16 el molino en Italia suspendió parcialmente la producción debido a mejoras tecnológicas. Parte de este crecimiento se compensó con reducciones de volumen en Turquía por retrasos en permisos de importación de maíz.



Las **ventas netas** disminuyeron 1% a Ps.1,274 millones a pesar del aumento en el volumen de ventas, esto debido principalmente a la debilidad de la libra esterlina.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 75% de 76.7% reflejando principalmente eficiencias de producción en el negocio de la tortilla, lo cual generó menores costos de materia prima, mano de obra y empaque. En términos absolutos, el costo de ventas disminuyó 3% a Ps.955 millones por las mencionadas eficiencias de producción y por la debilidad de la libra esterlina.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas subieron a 19.9% de 19% y en términos absolutos aumentaron 4% a Ps.253 millones. Esto se derivó principalmente de (1) mayores gastos de fletes por un cambio en la mezcla de clientes; (2) nuevos centros de distribución en Rusia y el Reino Unido; y (3) el fortalecimiento del equipo de ventas al canal minorista y de áreas de contraloría.

La **utilidad de operación** fue de Ps.67 millones, en comparación con Ps.62 millones, y el margen operativo subió a 5.3% de 4.8%, debido principalmente a las mencionadas eficiencias de producción en el negocio de tortilla.

El **UAFIRDA** aumentó 7% a Ps.116 millones y el margen UAFIRDA mejoró a 9.1% de 8.4%.

Gruma Centroamérica

El **volumen de ventas** disminuyó 1% a 47 mil toneladas debido principalmente a menores ventas de harina de maíz al Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas en Honduras. Esta reducción fue compensada principalmente por mayores ventas de palmito, debido a la reactivación de ventas a Francia, y a mayores ventas de *snacks* como resultado de mayores promociones y lanzamiento de nuevos productos.



Las **ventas netas** se mantuvieron sin cambio en Ps.1,073 millones, ya que la disminución en el volumen de ventas fue compensado por el señalada cambio en la mezcla de ventas hacia palmito y *snacks*.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas aumentó a 62% de 60.6% debido principalmente a mayores costos de energía y materias primas, especialmente maíz y arroz, así como al cambio en la mezcla de ventas hacia marcas *flanker* en harina de maíz y *snacks*. En términos absolutos, el costo de ventas subió 2% a Ps.665 millones por los mencionados incrementos en costos.

Los **gastos de venta y administración** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 30.2% de 31.3% y en términos absolutos, los gastos de venta y administración disminuyeron 4% a Ps.324 millones, especialmente por menores gastos de mercadotecnia.





La **utilidad de operación** bajó 16% a Ps.83 millones y el margen operativo disminuyó a 7.7% de 9.2% debido principalmente a la recuperación de una reclamación de seguros por Ps.15 millones en 2T16, reportado bajo otros ingresos, y a los mencionados mayores costos de energía y materias primas.

El **UAFIRDA** se redujo 9% a Ps.113 millones. El margen UAFIRDA bajó a 10.5% de 11.6%.

Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **utilidad de operación** mejoró Ps.18 millones a Ps.235 millones. Esto básicamente 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”.

LLAMADA DE CONFERENCIA

La llamada de conferencia del segundo trimestre se llevará a cabo el jueves 20 de julio de 2017 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). Las subsidiarias extranjeras se convierten a pesos mexicanos aplicando el tipo de cambio histórico. Sin embargo, en la sección Resultados por Subsidiaria y en la tabla Información Financiera por Subsidiaria de este reporte, las cifras de Gruma Estados Unidos y Gruma Europa fueron convertidas a pesos usando conversión simple al tipo de cambio de Ps.17.8973/dólar al 30 de junio de 2017. Las diferencias entre el uso de conversión simple y el tipo de cambio histórico se reflejan en “Otras Subsidiarias y Eliminaciones”.





ACERCA DE GRUMA

Fundada en 1949, GRUMA S.A.B. de C.V. ("GRUMA") es uno de los productores más grandes de harina de maíz y tortillas en el mundo. Con marcas líderes en la mayoría de sus mercados, GRUMA opera principalmente en los Estados Unidos, México, Centroamérica, Europa, Asia y Oceanía. La compañía tiene sus oficinas corporativas en San Pedro Garza García, México, y cuenta con alrededor de 20,000 empleados y 72 plantas. En 2016, GRUMA logró ventas netas de aproximadamente US\$3,600 millones, de las cuales el 75% 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		
	2T17	2T16	VAR (%)	2017	2016	VAR (%)
VENTAS NETAS	17,437	16,348	7	35,115	32,179	9
COSTO DE VENTAS	10,705	10,097	6	21,736	19,809	10
UTILIDAD BRUTA	6,733	6,251	8	13,379	12,369	8
MARGEN BRUTO (%)	38.6%	38.2%		38.1%	38.4%	
GASTOS DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN	4,382	4,155		8,801	8,219	
OTROS GASTOS (INGRESOS), NETO	7	(94)		55	(71)	
UTILIDAD DE OPERACIÓN	2,344	2,191	7	4,523	4,221	7
MARGEN OPERATIVO (%)	13.4%	13.4%		12.9%	13.1%	
COSTO DE FINANCIAMIENTO, NETO	339	33		790	171	
GASTOS FINANCIEROS	150	164		317	318	
PRODUCTOS FINANCIEROS	(16)	(12)		(29)	(22)	
RESULTADO EN INSTRUMENTOS FINANCIEROS DERIVADOS	238	(302)		710	(284)	
FLUCTUACIÓN CAMBIARIA	(33)	183		(208)	159	
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	526	656		958	1,234	
RESULTADO NETO	1,479	1,501	(1)	2,775	2,816	(1)
RESULTADO NETO MAYORITARIO	1,432	1,417	1	2,714	2,683	1
RESULTADO POR ACCIÓN ¹	3.31	3.27	1	6.27	6.20	1
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	492	451		1,009	896	
UAFIRDA ²	2,835	2,642	7	5,532	5,117	8
UAFIRDA/VENTAS(%)	16.3%	16.2%		15.8%	15.9%	
INVERSIONES (MILLONES US\$)	61	79		119	129	

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	Jun-17	Jun-16	VAR (%)	Mar-17	VAR (%)
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	3,332	2,902	15	3,881	(14)
CLIENTES	6,223	5,723	9	6,248	(0)
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	1,960	1,879	4	1,851	6
INVENTARIOS	9,857	9,737	1	9,399	5
ACTIVO CIRCULANTE	21,882	20,900	5	21,938	(0)
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO, NETO	25,192	22,803	10	25,324	(1)
ACTIVO TOTAL	53,972	49,970	8	53,894	0
DEUDA A CORTO PLAZO	3,267	2,003	63	3,792	(14)
PASIVO CIRCULANTE	14,311	13,384	7	14,405	(1)
DEUDA A LARGO PLAZO	11,057	11,235	(2)	9,960	11
PASIVO TOTAL	29,145	28,572	2	28,110	4
CAPITAL CONTABLE MAYORITARIO	22,975	19,751	16	23,949	(4)
CAPITAL CONTABLE TOTAL	24,826	21,398	16	25,783	(4)
ACTIVO CIRCULANTE/PASIVO CIRCULANTE	1.53	1.56		1.52	
PASIVO TOTAL/CAPITAL CONTABLE TOTAL	1.17	1.34		1.09	
DEUDA/UAFIRDA ³	1.26	1.32		1.23	
UAFIRDA/GASTOS FINANCIEROS ³	17.34	15.38		16.67	
VALOR CONTABLE POR ACCIÓN ¹	53.09	45.64		55.34	

¹ En base a 432,749,079 acciones para junio 2017 y 2016 y marzo 2017.

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			
		2T17	2T16	VAR (\$)	VAR (%)	2016	2015	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS¹	VOLUMEN DE VENTAS ²	344	335	10	3	678	662	16	2
Harina de maíz, tortilla y otros	VENTAS NETAS	9,269	8,845	424	5	18,208	17,651	556	3
	UTILIDAD BRUTA	4,090	3,806	284	7	7,902	7,604	298	4
	Margen Bruto	44.1%	43.0%			43.4%	43.1%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	1,357	1,243	114	9	2,543	2,468	76	3
	Margen Operación	14.6%	14.0%			14.0%	14.0%		
	UAFIRDA	1,635	1,510	125	8	3,097	3,005	92	3
	UAFIRDA/Ventas	17.6%	17.1%			17.0%	17.0%		
GIMSA	VOLUMEN DE VENTAS	506	486	21	4	986	952	35	4
Harina de maíz y otros	VENTAS NETAS	4,828	4,382	446	10	9,527	8,492	1,035	12
	UTILIDAD BRUTA	1,337	1,215	122	10	2,550	2,441	109	4
	Margen Bruto	27.7%	27.7%			26.8%	28.7%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	602	570	32	6	1,163	1,100	63	6
	Margen Operación	12.5%	13.0%			12.2%	13.0%		
	UAFIRDA	797	759	38	5	1,552	1,476	76	5
	UAFIRDA/Ventas	16.5%	17.3%			16.3%	17.4%		
GRUMA EUROPA¹	VOLUMEN DE VENTAS ²	104	101	3	2	205	190	15	8
Harina de maíz, tortilla y otros	VENTAS NETAS	1,274	1,283	(9)	(1)	2,465	2,431	34	1
	UTILIDAD BRUTA	319	298	20	7	599	572	27	5
	Margen Bruto	25.0%	23.3%			24.3%	23.5%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	67	62	5	9	65	92	(27)	(29)
	Margen Operación	5.3%	4.8%			2.6%	3.8%		
	UAFIRDA	116	108	8	7	160	182	(22)	(12)
	UAFIRDA/Ventas	9.1%	8.4%			6.5%	7.5%		
GRUMA CENTROAMÉRICA	VOLUMEN DE VENTAS	47	47	(0)	(1)	94	95	(1)	(1)
Harina de maíz y otros	VENTAS NETAS	1,073	1,075	(2)	(0)	2,230	2,157	73	3
	UTILIDAD BRUTA	407	423	(16)	(4)	828	828	(1)	(0)
	Margen Bruto	38.0%	39.4%			37.1%	38.4%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	83	99	(16)	(16)	143	184	(41)	(22)
	Margen Operación	7.7%	9.2%			6.4%	8.6%		
	UAFIRDA	113	125	(12)	(9)	205	235	(30)	(13)
	UAFIRDA/Ventas	10.5%	11.6%			9.2%	10.9%		
OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES³	VOLUMEN DE VENTAS	8	12	(4)	(33)	18	29	(11)	(37)
	VENTAS NETAS	995	763	232	30	2,686	1,448	1,238	85
	UTILIDAD BRUTA	579	508	71	14	1,499	923	576	62
	Margen Bruto	58.2%	66.6%			55.8%	63.7%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	235	217	18	8	608	377	231	61
	Margen Operación	23.6%	28.4%			22.6%	26.0%		
	UAFIRDA	175	141	34	24	517	218	299	137
	UAFIRDA/Ventas	17.6%	18.5%			19.2%	15.1%		
CONSOLIDADO	VOLUMEN DE VENTAS	1,009	981	28	3	1,982	1,927	55	3
	VENTAS NETAS	17,437	16,348	1,089	7	35,115	32,179	2,936	9
	UTILIDAD BRUTA	6,733	6,251	482	8	13,379	12,369	1,010	8
	Margen Bruto	38.6%	38.2%			38.1%	38.4%		
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	2,344	2,191	153	7	4,523	4,221	302	7
	Margen Operación	13.4%	13.4%			12.9%	13.1%		
	UAFIRDA	2,835	2,642	193	7	5,532	5,117	415	8
	UAFIRDA/Ventas	16.3%	16.2%			15.8%	15.9%		

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.