



Rogelio Sánchez  
[rsanchezm@gruma.com](mailto:rsanchezm@gruma.com)  
 (52) 81 8399-3312  
 Lilia Gómez  
[lgomez@gruma.com](mailto:lgomez@gruma.com)  
 (52) 81 8399-3324



Monterrey, N.L. México; 28 de julio de 2010

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

## RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2010

### DATOS SOBRESALIENTES

- **El volumen de ventas se incrementó 7%** debido a mayores volúmenes en Gruma Corporation, Gruma Venezuela y, en menor medida, en GIMSA y Molinera de México.
- **Las ventas netas disminuyeron 5%** como resultado principalmente de la devaluación del bolívar, la cual impactó nuestros resultados en Venezuela en términos de dólares; las mayores ventas en GIMSA compensaron parcialmente dicha reducción.
- **El UAFIRDA disminuyó 26% y el margen UAFIRDA bajó a 9.1% de 11.6%.** La devaluación del bolívar y los menores márgenes en Gruma Corporation fueron las principales razones de la disminución en el UAFIRDA consolidado.
- **La deuda disminuyó US\$58 millones o 3%** a junio de 2010 versus marzo de 2010.

#### Datos Financieros Relevantes (millones de pesos)

	2T10	2T09	Var (%)
Volumen de Ventas (miles de toneladas)	1,140	1,069	7
Ventas Netas	11,723	12,343	(5)
Utilidad de Operación	703	1,037	(32)
Margen de Operación	6.0%	8.4%	(240) pb
UAFIRDA	1,066	1,433	(26)
UAFIRDA/Ventas	9.1%	11.6%	(250) pb
Utilidad Neta Mayoritaria	(153)	1,330	N/A
ROE (últimos doce meses)	11.6%	(95.8)%	N/A

#### Deuda (millones de dólares)

Junio'10	Junio'09	Var	Marzo'10	Var
1,609	915	76%	1,667	(3)%



## RESULTADOS CONSOLIDADOS

2T10 vs. 2T09

El **volumen de ventas** se incrementó 7% a 1,140 miles de toneladas debido a los mayores volúmenes en Gruma Corporation, Gruma Venezuela y, en menor medida, en GIMSA y Molinera de México.

Las **ventas netas** disminuyeron 5% a Ps.11,723 millones como resultado de la devaluación del bolívar, la cual impactó nuestros resultados en Venezuela; menores ventas en Gruma Corporation y la apreciación del peso contra el dólar. Las mayores ventas en GIMSA compensaron parcialmente la reducción en otras subsidiarias. Las ventas de las operaciones fuera de México constituyeron el 68% de las ventas netas consolidadas durante el trimestre.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas aumentó a 66.8% de 64.6% debido principalmente a Gruma Venezuela, Gruma Corporation y GIMSA. En términos absolutos, el costo de ventas disminuyó 2% a Ps.7,834 millones debido a reducciones en Gruma Venezuela por la devaluación del bolívar.

Los **gastos de operación** como porcentaje de ventas netas se incrementaron a 27.2% de 27.0% debido principalmente a Gruma Corporation. En términos absolutos, los gastos de operación disminuyeron 4% a Ps.3,186 millones, primordialmente por la devaluación del bolívar.

La **utilidad de operación** disminuyó 32% a Ps.703 millones y el margen de operación disminuyó a 6.0% de 8.4%; ambos resultados originados por Gruma Corporation, Gruma Venezuela y GIMSA.

**Otros gastos, neto**, fueron Ps.97 millones, Ps. 72 millones mayor que en el mismo periodo de 2009 debido a gastos relacionados con la expropiación de nuestras operaciones en Venezuela.

El **costo integral de financiamiento, neto**, fue de Ps.604 millones comparado con un producto de Ps.747 millones en 2T09. La variación fue resultado de la depreciación del peso durante 2T10 en comparación con una apreciación del peso en 2T09. Asimismo, en 2T09 el resultado integral de financiamiento incluyó ganancias de Ps.386 millones las cuales se originaron, en su mayor parte, por instrumentos derivados de tipo de cambio durante 2T09.

La participación de GRUMA en la utilidad neta de **compañías asociadas** no consolidadas (principalmente Banorte) fue de Ps.160 millones, 38% mayor que en 2T09.

Los **impuestos** fueron Ps.227 millones, Ps.167 millones menos que en 2T09 como resultado de menores utilidades antes de impuestos en las subsidiarias extranjeras.

La **pérdida neta** de GRUMA fue de Ps.65 millones, en comparación con una utilidad neta de Ps.1,481 millones en 2T09; la diferencia se dio principalmente por la depreciación del peso durante 2T10 en comparación con una apreciación en 2T09 y por menores resultados operativos. La compañía reportó una **pérdida neta mayoritaria** de Ps.153 millones contra una utilidad neta mayoritaria de Ps.1,330 millones en el mismo periodo de 2009.

## SITUACIÓN FINANCIERA

Junio 2010 vs. marzo 2010

### Datos Sobresalientes de Balance

Los **activos totales** fueron Ps.40,695 millones, una aumento de 4%, originado básicamente por mayores inventarios en GIMSA como resultado de las compras de maíz durante la cosecha de verano.

Los **pasivos totales** fueron Ps.30,346 millones, 4% mayor que al final del 1T10, debido a un mayor saldo en proveedores en GIMSA debido a la cosecha de verano mencionada anteriormente.

El **capital contable** fue de Ps.10,350 millones, 1% mayor que el saldo al final de 1T09.

### Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA fue de US\$1,609 millones, de la cual aproximadamente 75% estaba denominada en dólares.

#### Amortizaciones de Deuda (millones de dólares)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020...	TOTAL
Crédito a Largo Plazo	25	50	75	100	100	150	150	18.3				668.3
Crédito a Tres Años y BNP	16.1	32.4	17									65.5
Crédito en pesos			6.6	32.8	45.9	26.2	26.2	32.8	52.4	39.3		262.2
Crédito sindicado	19.8	39.7	39.7	39.7	39.7							178.6
Bono perpetuo 7.75%											300	300.0
Crédito revolvente de Gruma Corp.		40										40.0
Otros	37	15.3	18.3	16.2	7.8							94.6
<b>TOTAL</b>	<b>97.9</b>	<b>177.4</b>	<b>156.6</b>	<b>188.7</b>	<b>193.4</b>	<b>176.2</b>	<b>176.2</b>	<b>51.1</b>	<b>52.4</b>	<b>39.3</b>	<b>300.0</b>	<b>1,609.2</b>

## PROGRAMA DE INVERSIONES

Las inversiones de GRUMA fueron de US\$22 millones durante 2T10. La mayor parte de las inversiones se destinaron a la adquisición por US\$9 millones del líder de grits de maíz en Ucrania y a diversas mejoras en Gruma Corporation.

## RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

2T10 vs. 2T09

### Gruma Corporation<sup>1</sup>

El **volumen de ventas** se incrementó 10% a 365 mil toneladas debido principalmente a (1) la adquisición en Ucrania, (2) mayores ventas en Europa de grits para cerveza como resultado de la Copa Mundial FIFA 2010, y (3) un crecimiento orgánico como resultado de una mayor base de clientes en Europa. En Estados Unidos, el volumen en el negocio de tortilla aumentó ligeramente, y el volumen de harina de maíz disminuyó como resultado de una mayor competencia por parte de otros productores de harina de maíz, especialmente en el segmento al menudeo.

Las **ventas netas** disminuyeron 3% a Ps.5,648 millones como resultado de (1) la reducción de precios en el negocio de harina de maíz en Estados Unidos, a partir del 4T09 con la finalidad de reflejar menores precios de maíz, (2) mayores descuentos y promociones en el negocio de tortilla en Estados Unidos debido a una mayor competencia, y (3) aumento de la cantidad de producto en algunas presentaciones del segmento al menudeo (lo que se traduce en menores precios).

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas aumentó a 59.5% de 58.0% debido a una menor absorción de costos como resultado de los descuentos en precio mencionados anteriormente, y a un cambio en la mezcla de productos hacia (1) productos de menor precio y menores márgenes y (2) a las operaciones en Europa, las cuales están creciendo a un ritmo mayor y las cuales tienen menores márgenes que las operaciones en Estados Unidos. En términos absolutos, aun y con el aumento en el volumen de ventas, el costo de ventas se mantuvo estable debido principalmente a menores costo de materia prima.

Los **gastos de operación** como porcentaje de ventas netas aumentaron a 34.3% de 32.8% debido a una menor absorción de gastos y a mayores costos de transportación como resultado de mayores precios de combustibles y mayores envíos entre plantas. En términos absolutos, los gastos de operación se incrementaron 2% debido a los mayores gastos en transportación mencionados anteriormente en el negocio de tortilla en Estados Unidos y por la adquisición en Ucrania.

La **utilidad de operación** como porcentaje de ventas netas bajó a 6.3% de 9.3%. En términos absolutos, la utilidad de operación disminuyó 34% a Ps.355 millones.

### GIMSA

El **volumen de ventas** se incrementó 3% a 469 mil toneladas durante el 2T10 debido a diversos programas de mejor servicio al cliente y a mayores ventas a la cadena de tiendas al menudeo del gobierno.

Las **ventas netas** crecieron 18% a Ps.2,943 millones debido principalmente al aumento de precios implementado durante 2009, particularmente durante el 4T.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas aumentó a 74.0% de 70.9%. En términos absolutos, el costo de ventas aumentó 23% a Ps.2,179 millones debido al

---

<sup>1</sup> Favor de considerar que, de la misma manera en la que GRUMA ha preparado siempre este reporte, todas las cifras de Gruma Corporation están comparadas en términos de dólares con el fin de evitar distorsiones por tipo de cambio. Las cifras mostradas fueron convertidas a pesos mexicanos utilizando un tipo de cambio de Ps.12.84/dólar al 30 de junio de 2010. Las diferencias contra los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México se reflejan en este reporte bajo la columna titulada "Otras y Eliminaciones".

mayor costo de maíz como resultado de la eliminación del subsidio a la tortilla por parte del gobierno; este apoyo fue reemplazado por los aumentos de precio en nuestra harina de maíz.

Los **gastos de operación** como porcentaje de ventas netas aumentaron a 16.6% de 16.4% y, en términos absolutos, crecieron 20% principalmente por el fortalecimiento de varios programas de servicio al cliente, promoción y publicidad relacionada con la Copa Mundial FIFA 2010, mayores envíos entre plantas y a aumentos en las tarifas de fletes.

La **utilidad de operación** como porcentaje de ventas netas disminuyó a 9.4% de 12.8% debido principalmente a mayores precios, esto como resultado del mayor costo de maíz mencionado anteriormente, y por mayores gastos de operación. En términos absolutos, la utilidad de operación disminuyó 13% a Ps.275 millones debido básicamente al aumento en los gastos de operación ya señalados.

Para mayor información, ver “Resultados del Segundo Trimestre de 2010” de GIMSA, el cual está disponible en el *website* de GRUMA, [www.gruma.com](http://www.gruma.com).

## Gruma Venezuela

El **volumen de ventas** aumentó 17% debido principalmente a la falta de oferta por parte de otros competidores por la difícil situación en la industria como resultado de los programas de control de tipo de cambio.

Las **ventas netas** disminuyeron 31% debido básicamente al efecto de la devaluación del bolívar.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas aumentó a 72.4% de 68.1% debido a un incremento en los costos de materias primas, los cuales no han sido reflejados totalmente en los precios. En términos absolutos, el costo de ventas disminuyó 27% como resultado de la devaluación del bolívar.

Los **gastos de operación** como porcentaje de ventas netas mejoraron a 18.8% de 20.8% en relación con menores gastos de promoción y publicidad, eficiencias en distribución y menores tarifas de fletes. En términos absolutos, los gastos disminuyeron 38% debido a los factores mencionados anteriormente y al efecto de la devaluación del bolívar.

La **utilidad de operación** disminuyó 45% a Ps.134 millones. El margen de operación bajó a 8.8% de 11.2% en 2T09.

## Molinera de México

El **volumen de ventas** se incrementó 6% como resultado de precios más competitivos, mayor cobertura de mercado, mejoras en las iniciativas de servicio al cliente y mayores ventas de harinas preparadas.

Las **ventas netas** disminuyeron 5% a Ps.751 millones debido a menores precios como resultado de menores costos de trigo.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 80.8% de 83.6% como resultado de iniciativas en el abasto de granos encaminadas a optimizar el costo y la calidad del trigo, y por un cambio en la mezcla hacia trigo doméstico, el cual ha tenido hasta ahora un menor precio que el trigo importado. En términos absolutos, el costo de ventas disminuyó 9% como resultado de menores precios internacionales de trigo y por las iniciativas mencionadas anteriormente.

Los **gastos de operación** como porcentaje de ventas netas aumentaron a 18.3% de 15.6% debido a una menor absorción de gastos y en términos absolutos, los gastos de operación se incrementaron 11% debido a (1) mayores gastos en fletes como resultado de mayores volúmenes y (2) un aumento en la fuerza laboral como resultado de las iniciativas de servicio al cliente mencionadas anteriormente y a una mayor cobertura de mercados.

La **utilidad de operación** fue de Ps.7 millones en comparación con Ps.6 millones en 2T09. El margen de operación aumentó a 0.9% de 0.7%.

## Gruma Centroamérica

El **volumen de ventas** disminuyó 3% principalmente como resultado de mayor competencia en el negocio de harina de maíz en Honduras y por un menor precio de maíz.

Las **ventas netas** se mantuvieron constantes en Ps.669 millones debido a los efectos de la reexpresión de resultados.

El **costo de ventas** como porcentaje de ventas netas mejoró a 73.6% de 75.5% debido a una mejor absorción de costos fijos y menores costos de arroz y combustible en comparación con niveles extraordinarios durante 2T09. En términos absolutos, el costo de ventas bajó 3% por la disminución del volumen de ventas y las reducciones en costos mencionadas anteriormente.

Los **gastos de operación** como porcentaje de ventas netas aumentaron a 31.3% en comparación con 27.7%, y en términos absolutos, se incrementaron 13% principalmente por (1) nuevas campañas de publicidad y (2) mayores promociones en el punto de venta, así como mejoras en exhibidores.

La **pérdida de operación** fue de Ps.32 millones en comparación con Ps.22 millones en 2T09. El margen de operación disminuyó a negativo 4.8% de negativo 3.3% en 2T09.

## OTRAS Y ELIMINACIONES

La **pérdida de operación** fue de Ps.36 millones comparada con una pérdida de Ps.49 millones en 2T09.

## PROCEDIMIENTOS CONTABLES

Todas las cantidades consolidadas han sido preparadas de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México.

A partir del 1 de enero de 2008 entró en vigor la Norma de Información Financiera B-10 (NIF B-10), la cual define los entornos económicos en los cuales opera una entidad, los cuales pueden ser:

- Inflacionario - cuando la inflación acumulada de los tres ejercicios anuales anteriores es igual o superior a 26%.
- No inflacionario - cuando la inflación acumulada de los tres ejercicios anuales anteriores es menor a 26%.

En base a lo anterior, las cifras consolidadas se determinan de la siguiente manera:

- Las cifras de las subsidiarias en Centroamérica y Venezuela son reexpresadas al final del periodo en monedas locales constantes de conformidad con los métodos que establece la NIF B-10 y B-15, aplicando el índice general de precios al Consumidor del país en que la subsidiaria opera. Una vez que las cifras de las subsidiarias anteriormente citadas están reexpresadas, éstas se convierten a pesos mexicanos aplicando el tipo de cambio vigente al final del año pasado para los datos de ese año anterior. Las cifras para el periodo reportado actual se convierten en pesos mexicanos aplicando el tipo de cambio efectivo al final de dicho periodo reportado.

- Las cifras de las subsidiarias en México, Estados Unidos de América, Europa, Asia y Oceanía operan en un entorno no inflacionario, por lo que no se reconoce efectos de inflación a partir del 1 de enero de 2008. Las subsidiarias extranjeras que operan en un entorno no inflacionario se convierten a pesos mexicanos aplicando el tipo de cambio histórico.

Los números de Gruma Corporation mostrados en este reporte fueron convertidos usando conversión simple al tipo de cambio de Ps.12.84/dólar al 30 de junio de 2010. Las diferencias entre los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México y los U.S. GAAP se reflejan en la columna llamada "Otras 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, comercialización, distribución y venta 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, Venezuela, Centroamérica, Europa, Asia y Australia y exporta a aproximadamente 70 países en el mundo. La compañía tiene sus oficinas corporativas en Monterrey, México, y cuenta con alrededor de 19,000 empleados y 93 plantas. En 2009, GRUMA logró ventas netas por US\$3,863 millones, de las cuales el 73% 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**

(Millones de pesos)

**RESUMEN FINANCIERO**

ESTADO DE RESULTADOS	TRIMESTRES					ACUMULADO ENERO-JUNIO		
	2T10	2T09	VAR (%)	1T10	VAR (%)	2010	2009	VAR (%)
VENTAS NETAS	11,723	12,343	(5)	11,278	4	23,002	25,230	(9)
UTILIDAD BRUTA	3,890	4,371	(11)	3,757	4	7,647	8,794	(13)
MARGEN BRUTO (%)	33.2%	35.4%		33.3%		33.2%	34.9%	
UTILIDAD DE OPERACIÓN	703	1,037	(32)	638	10	1,341	2,061	(35)
MARGEN OPERATIVO (%)	6.0%	8.4%		5.7%		5.8%	8.2%	
OTROS GASTOS (INGRESOS), NETO	97	25		41		138	88	
RESULTADO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO	604	(747)		163		767	356	
GASTOS FINANCIEROS	359	308		350		709	610	
PRODUCTOS FINANCIEROS	(23)	(386)		9		(14)	449	
FLUCTUACION CAMBIARIA	319	(635)		(147)		172	(577)	
RESULTADO POR POSICIÓN MONETARIA	(51)	(34)		(49)		(100)	(126)	
PARTICIPACIÓN ASOCIADAS	(160)	(116)		(127)		(287)	(258)	
IMPUESTOS	227	394		216		443	739	
RESULTADO NETO	(65)	1,481	(104)	345	(119)	280	1,136	(75)
RESULTADO NETO MAYORITARIO	(153)	1,330	(111)	265	(158)	112	839	(87)
RESULTADO POR ACCIÓN <sup>1</sup>	(0.27)	2.36	(111)	0.47	(158)	0.20	1.49	(87)
RESULTADO POR ADR (US\$) <sup>2</sup>	(0.08)	0.74	(111)	0.15	(158)	0.06	0.46	(87)
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN QUE AFECTA LA UTILIDAD DE OPERACIÓN	363	396		358		721	788	
UAFIRDA <sup>3</sup>	1,066	1,433	(26)	996	7	2,062	2,850	(28)
INVERSIONES(MILLONES US\$)	22	16		11		34	30	

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	Jun-10	Jun-09	VAR (%)	Mar-10	VAR (%)
EFFECTIVO E INVERSIONES TEMPORALES	1,599	1,710	(7)	2,115	(24)
CLIENTES	3,828	4,160	(8)	3,851	(1)
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	1,978	3,005	(34)	2,087	(5)
INVENTARIOS	7,010	7,023	(0)	5,555	26
ACTIVO CIRCULANTE	14,933	16,401	(9)	14,166	5
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO, NETO	18,109	19,944	(9)	17,769	2
<b>ACTIVO TOTAL</b>	<b>40,695</b>	<b>43,389</b>	<b>(6)</b>	<b>39,316</b>	<b>4</b>
DEUDA A CORTO PLAZO	2,122	535	296	1,953	9
PASIVO CIRCULANTE	8,491	17,633	(52)	7,372	15
DEUDA A LARGO PLAZO	18,540	11,511	61	18,602	(0)
<b>PASIVO TOTAL</b>	<b>30,346</b>	<b>33,047</b>	<b>(8)</b>	<b>29,044</b>	<b>4</b>
CAPITAL CONTABLE MAYORITARIO	6,619	6,491	2	6,600	0
<b>CAPITAL CONTABLE TOTAL</b>	<b>10,350</b>	<b>10,342</b>	<b>0</b>	<b>10,272</b>	<b>1</b>
ACTIVO CIRCULANTE/PASIVO CIRCULANTE	1.76	0.93		1.92	
PASIVO TOTAL/CAPITAL CONTABLE TOTAL	2.93	3.20		2.83	
DEUDA/(DEUDA + CAPITAL CONTABLE TOTAL)	0.67	0.54		0.67	
VALOR CONTABLE POR ACCIÓN <sup>1</sup>	11.74	11.52		11.71	

<sup>1</sup> En base a 563,650,709 acciones para junio de 2010, 563,650,709 acciones para junio de 2009 y 563,650,709 acciones para marzo de 2010.

<sup>2</sup> Cada ADR representa 4 acciones ordinarias; el tipo de cambio fue Ps 12.84 por dólar al 30 de junio de 2010.

<sup>3</sup> UAFIRDA = utilidad de operación + depreciación y amortización que afectan la utilidad de operación.

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

		TRIMESTRES				ACUMULADO ENERO-JUNIO			
		2T10	2T09	VAR (%)	1T10	VAR (%)	2010	2009	VAR (%)
<b>GRUMA CORPORATION</b> <sup>1</sup>	VOLUMEN DE VENTAS (miles de toneladas)	365	332	10	326	12	691	658	5
Harina de maíz, tortilla y otros	VENTAS NETAS	5,648	5,799	(3)	5,494	3	11,141	11,564	(4)
	UTILIDAD BRUTA	2,290	2,437	(6)	2,258	1	4,548	4,821	(6)
	Margen Bruto	40.5%	42.0%		41.1%		40.8%	41.7%	
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	355	538	(34)	341	4	696	1,018	(32)
	Margen Operación	6.3%	9.3%		6.2%		6.2%	8.8%	
	UAFIRDA	562	762	(26)	549	2	1,111	1,442	(23)
	UAFIRDA/Ventas	9.9%	13.1%		10.0%		10.0%	12.5%	
<b>GIMSA</b>	VOLUMEN DE VENTAS (miles de toneladas)	469	457	3	470	(0)	938	928	1
Harina de maíz, tortilla y otros	VENTAS NETAS	2,943	2,489	18	2,936	0	5,879	4,947	19
	UTILIDAD BRUTA	764	724	6	778	(2)	1,542	1,461	6
	Margen Bruto	26.0%	29.1%		26.5%		26.2%	29.5%	
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	275	318	(13)	285	(3)	560	654	(14)
	Margen Operación	9.4%	12.8%		9.7%		9.5%	13.2%	
	UAFIRDA	355	391	(9)	364	(2)	718	802	(10)
	UAFIRDA/Ventas	12.1%	15.7%		12.4%		12.2%	16.2%	
<b>GRUMA VENEZUELA</b>	VOLUMEN DE VENTAS (miles de toneladas)	140	120	17	123	14	263	246	7
Harina de maíz, trigo y otros	VENTAS NETAS	1,515	2,206	(31)	1,139	33	2,654	4,324	(39)
	UTILIDAD BRUTA	419	704	(41)	330	27	749	1,367	(45)
	Margen Bruto	27.6%	31.9%		29.0%		28.2%	31.6%	
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	134	246	(45)	94	42	228	503	(55)
	Margen Operación	8.8%	11.2%		8.3%		8.6%	11.6%	
	UAFIRDA	163	285	(43)	118	38	282	580	(51)
	UAFIRDA/Ventas	10.8%	12.9%		10.4%		10.6%	13.4%	
<b>MOLINERA DE MÉXICO</b>	VOLUMEN DE VENTAS (miles de toneladas)	120	114	6	135	(11)	255	241	6
Harina de trigo	VENTAS NETAS	751	795	(5)	879	(15)	1,630	1,695	(4)
	UTILIDAD BRUTA	144	130	11	163	(11)	307	281	9
	Margen Bruto	19.2%	16.4%		18.5%		18.8%	16.6%	
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	7	6	16	19	(64)	26	27	(3)
	Margen Operación	0.9%	0.7%		2.2%		1.6%	1.6%	
	UAFIRDA	21	20	8	34	(37)	55	54	2
	UAFIRDA/Ventas	2.8%	2.5%		3.8%		3.4%	3.2%	
<b>GRUMA CENTROAMÉRICA</b>	VOLUMEN DE VENTAS (miles de toneladas)	49	51	(3)	48	2	97	102	(5)
Harina de maíz y otros	VENTAS NETAS	669	668	0	643	4	1,312	1,330	(1)
	UTILIDAD BRUTA	177	163	8	167	6	344	315	9
	Margen Bruto	26.4%	24.5%		26.0%		26.2%	23.7%	
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	(32)	(22)	(47)	(29)	(9)	(62)	(52)	(18)
	Margen Operación	(4.8%)	(3.3%)		(4.6%)		(4.7%)	(3.9%)	
	UAFIRDA	(9)	(1)	(572)	(7)	(21)	(16)	(9)	(76)
	UAFIRDA/Ventas	(1.3%)	(0.2%)		(1.1%)		(1.2%)	(0.7%)	
<b>OTRAS Y ELIMINACIONES</b>	VOLUMEN DE VENTAS (miles de toneladas)	(3)	(4)	33	(4)	24	(7)	(10)	34
	VENTAS NETAS	198	387	(49)	187	6	385	1,369	(72)
	UTILIDAD BRUTA	95	211	(55)	62	53	157	548	(71)
	Margen Bruto	48.0%	54.5%		33.2%		40.8%	40.0%	
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	(36)	(49)	27	(72)	50	(108)	(89)	(21)
	Margen Operación	(18.2%)	(12.7%)		(38.5%)		(28.1%)	(6.5%)	
	UAFIRDA	(26)	(22)	(18)	(61)	57	(88)	(19)	(363)
	UAFIRDA/Ventas	(13.1%)	(5.7%)		(32.6%)		(22.9%)	(1.4%)	
<b>CONSOLIDADO</b>	VOLUMEN DE VENTAS (miles de toneladas)	1,140	1,069	7	1,097	4	2,238	2,165	3
	VENTAS NETAS	11,723	12,343	(5)	11,278	4	23,002	25,230	(9)
	UTILIDAD BRUTA	3,890	4,371	(11)	3,757	4	7,647	8,794	(13)
	Margen Bruto	33.2%	35.4%		33.3%		33.2%	34.9%	
	UTILIDAD DE OPERACIÓN	703	1,037	(32)	638	10	1,341	2,061	(35)
	Margen Operación	6.0%	8.4%		5.7%		5.8%	8.2%	
	UAFIRDA	1,066	1,433	(26)	996	7	2,062	2,850	(28)
	UAFIRDA/Ventas	9.1%	11.6%		8.8%		9.0%	11.3%	

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