

Eventos Recientes

La sección presentada a continuación hace referencia a los Estados Financieros Condensados Combinados No Auditados de las subordinadas combinadas de CEMEX Latam Holdings, S.A. ("CEMEX Latam Holdings") al 30 de septiembre, 2012 y para cada uno los tres meses terminados el 30 de septiembre, 2012 y de 2011.

Información Financiera Condensada Combinada Seleccionada al Tercer Trimestre 2012

	Al y para los tres meses Terminados el 30 de septiembre de	
	2011	2012
	(en miles de dólares, salvo relaciones)	
Información del Estado de Resultados:		
Ventas netas	334,247	395,900
Costo de ventas ⁽¹⁾	(182,397)	(191,419)
Utilidad bruta.....	151,850	204,481
Gastos de operación.....	(74,267)	(99,184)
Utilidad de la operación antes de otros gastos, neta	77,584	105,297
Otros gastos, netos.....	(3,367)	1,721
Partidas Financieras ⁽²⁾	(31,378)	(12,738)
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	42,838	94,280
Otra Información Financiera:		
Margen Operativo	23.2%	26.6%
EBITDA Operativo ⁽³⁾	95,916	120,411
Depreciación y Amortización	18,332	15,114

⁽¹⁾ El costo de venta incluye la depreciación y los gastos de flete de materias primas utilizadas en nuestras plantas productoras. Nuestro costo de ventas no incluye (i) gastos relacionados con personal y equipo que formen parte de nuestra red de venta y aquellos gastos relacionados con depósitos en los puntos de venta, los cuales se incluyen como parte de nuestros gastos de ventas y gastos administrativos, y (ii) los gastos de flete, de productos acabados, de nuestras plantas productoras hasta nuestros puntos de venta y desde nuestros puntos de venta hasta los lugares en donde están nuestros clientes, los cuales se incluyen en su totalidad como parte de nuestra partida de gastos de operación.

⁽²⁾ Las partidas financieras incluyen los gastos financieros y otros ingresos financieros (gastos), netos, los cuales incluyen nuestros ingresos financieros, costos de intereses en obligaciones de beneficios laborales y resultados cambiarios. Ver nota 6 a los Estados Financieros Combinados Auditados y a los Estados Financieros Combinados No Auditados, incluidos en este Prospecto.

⁽³⁾ El EBITDA Operativo equivale a la utilidad de operación antes de otros gastos, netos, y antes de amortización y depreciación. El EBITDA Operativo y la relación entre EBITDA Operativo y los gastos de intereses se presentan puesto que consideramos que son ampliamente aceptados como indicadores financieros de nuestra capacidad para financiar internamente gastos de capital y pagar o incurrir en deuda. El EBITDA Operativo y dichas relaciones no se deberían considerar como indicadores en nuestro desempeño financiero, como alternativas al flujo de caja, como medidas de liquidez o como sí se pudiesen comparar con otras medidas organizadas similarmente de otras compañías. No existe un estándar específico, según IFRS, que regule la presentación del estado de operaciones. Si bien hay partidas que se incluyen habitualmente en los estados de operaciones elaborados, según IFRS, tales como las ventas netas, costos operativos, costos y gastos de operación e ingresos y gastos financieros, entre otros, la inclusión de algunos subtotales y la exposición de dicho estado de operaciones, varía significativamente por industria y compañía de acuerdo con las necesidades específicas.

RESUMEN DE OPERACIONES SIGNIFICATIVAS

PARA LOS TRES MESES TERMINADOS AL 30 DE SEPTIEMBRE, 2012

Estado Condensado Combinado Seleccionado de Datos de Operaciones

La siguiente tabla establece nuestro estado condensado combinado seleccionado de datos de operaciones de las subordinadas de CEMEX Latam Holdings para cada uno de los tres meses terminados el 30 de septiembre, 2011 y de 2012, expresados como porcentaje de las ventas netas.

	Para los tres meses Terminados el 30 de septiembre de	
	2011	2012
Ventas netas.....	100.0%	100.0%
Costo de ventas.....	(54.6%)	(48.4%)
Utilidad bruta.....	45.4%	51.6%
Gastos administrativos y de ventas.....	(14.4%)	(16.1%)
Gastos de distribución.....	(7.8%)	(8.9%)
Total gastos de operación.....	(22.2%)	(25.0%)
Utilidad de operación antes de otros gastos, neto.....	23.2%	26.6%
Otros gastos, neto.....	(1.0%)	0.4%
Utilidad de operación después de otros gastos, neta.....	22.2%	27.0%
Resultado integral de financiamiento.....	(9.4%)	(3.2%)
Utilidad antes de impuesto sobre la renta.....	12.8%	23.8%

Tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, en comparación con los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011

A continuación la siguiente tabla resume el porcentaje (%), los aumentos (+) y las reducciones (-) para los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012 en comparación con los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 en nuestros (i) volúmenes nacionales de venta de concreto premezclado, cemento y agregados, (ii) así como los volúmenes de ventas de exportación de cemento y (iii) los precios promedio nacionales de concreto premezclado y cemento para cada uno de nuestros segmentos geográficos. La siguiente tabla y los demás datos de volúmenes presentados por segmento geográfico en esta sección, se presentan antes de las eliminaciones resultantes de la combinación

Segmento Geográfico	Volúmenes de Ventas Nacionales			Volúmenes de Ventas de Exportación	Precios Nacionales Promedio en Moneda Local ⁽¹⁾	
	Cemento	Concreto Premezclado	Agregados	Cemento	Cemento	Concreto Premezclado
Colombia.....	—	+9%	+25%	—	+18%	+21%
Panamá.....	+40%	-4%	-9%	—	-3%	+7%
Costa Rica.....	+12%	+6%	-10%	-24%	+1%	-1%
Brasil.....	+27%	N/A	N/A	—	+3%	N/A
Resto de Centroamérica.....	+5%	-2%	+40%	-27%	+1%	-1%
Combinados.....	+9%	+6%	+15%	-22%	+10%	+16%

N/A = No Aplica

⁽¹⁾ Representa el cambio promedio en los precios nacionales de concreto premezclado y cemento en términos de moneda local para los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012 en comparación con los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011. Para efectos del segmento geográfico “Resto de Centroamérica”, los precios promedios, en moneda local, para cada país, se convirtieron a dólares según la tasa de cambio en efecto para el día final del período de reporte. Las variaciones para dicho país particular representan el cambio promedio ponderado de precios en dólares basado en los volúmenes totales de ventas en dicho país.

Sobre una base combinada, (i) nuestros volúmenes de ventas de cemento aumentaron aproximadamente 9%, pasando de 1.5 millones de toneladas en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 a 1.6 millones de toneladas en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, (ii) nuestros volúmenes de ventas de concreto

premezclado aumentaron aproximadamente 6%, pasando de 0.7 millones de metros cúbicos en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 a 0.8 millones de metros cúbicos en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, y (iii) nuestros volúmenes de ventas de agregados aumentaron aproximadamente 15%, pasando de 1.6 millones de metros cúbicos en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 a 1.8 millones de metros cúbicos en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012. Nuestras ventas netas aumentaron aproximadamente 18%, pasando de U.S.\$334 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 a U.S.\$396 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, y nuestra utilidad de la operación antes de otros gastos, neta aumentó aproximadamente 36%, pasando de U.S.\$77 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 a U.S.\$105 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012.

Las siguientes tablas presentan información financiera condensada y seleccionada de las ventas netas y utilidad de la operación antes de gastos, neta para cada uno de nuestros segmentos geográficos, para los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012. La información de ventas netas en la siguiente tabla se presenta antes de las eliminaciones resultantes de la combinación. Las variaciones en las ventas netas determinadas sobre la base de montos en dólares incluye la apreciación o depreciación que ocurrió durante el periodo entre las monedas locales de los países con respecto al dólar; por lo tanto, dichas variaciones difieren sustancialmente de aquellas que se basan únicamente en las monedas locales de los países:

Segmento Geográfico	Variación en Moneda Local ⁽¹⁾	Fluctuaciones de Moneda Aproximadas, Netas de efectos de Inflación	Variaciones en dólares	Ventas Netas por tres meses terminados el 30 de septiembre de	
				2011	2012
				(en miles de dólares)	
Colombia	+24%	—	+24%	185,630	230,336
Panamá	+15%	N/A	+15%	61,627	70,861
Costa Rica	+16%	+2%	+18%	28,507	33,774
Brasil	+33%	-24%	+9%	18,422	20,092
Resto de Centroamérica ⁽²⁾	+11%	-7%	+4%	43,536	45,188
Ventas netas antes de eliminaciones			+19%	337,722	400,251
Eliminaciones derivadas de la combinación				(3,475)	(4,351)
Ventas netas combinadas			+18%	334,247	395,900

Segmento Geográfico	Variación en Moneda Local ⁽¹⁾	Fluctuaciones de Moneda Aproximadas, Netas de efectos de Inflación	Variaciones en dólares	Utilidad de operación antes de otros gastos, neta para los tres meses terminados el 30 de septiembre de	
				2011	2012
				(en miles de dólares)	
Colombia	+41%	+2%	+43%	50,633	72,316
Panamá	+42%	N/A	+42%	10,566	15,017
Costa Rica	+23%	+1%	+24%	5,133	6,367
Brasil	-1%	-18%	-19%	4,722	3,838
Resto de Centroamérica	+33%	-14%	+19%	6,530	7,759
Utilidad de operación antes de otros gastos, neta			+36%	77,584	105,297

N/A = No Aplica

⁽¹⁾ Para efectos del segmento geográfico “Resto de Centroamérica”, las ventas netas y datos de ingresos operacionales antes de otros gastos, netos en moneda local, para cada país, se convirtieron a dólares según la tasa de cambio en efecto para el día final del período de reporte. Las variaciones para dicho país particular representan el cambio promedio ponderado de precios en dólares basado en los volúmenes totales de ventas en dicho país.

Ventas Netas

Nuestras ventas netas combinadas aumentaron aproximadamente 18%, pasando de aproximadamente U.S.\$334 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 a aproximadamente U.S.\$396 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012. El aumento en las ventas netas se atribuyó principalmente a mayores volúmenes y precios en nuestros mercados principales. Los sectores de infraestructura, construcción, comercial y residencial continúan siendo los principales factores de demanda en la mayoría de nuestros mercados. A continuación se establece un análisis cuantitativo y cualitativo de los efectos de los diversos factores que afectan nuestras ventas netas sobre la base de segmentos geográficos. La discusión sobre los datos de volumen y las ventas netas se presenta antes de las eliminaciones producto de la combinación.

Colombia

Nuestros volúmenes de ventas nacionales de cemento de nuestras operaciones en Colombia permanecieron en el mismo nivel en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012 en comparación con los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011, los volúmenes de venta de concreto premezclado aumentaron aproximadamente 9% durante el mismo período y los volúmenes de venta de agregados aumentaron aproximadamente 25% en el mismo período. Los aumentos en los volúmenes de ventas de agregados y concreto premezclado se debieron a un aumento en la actividad del sector de la construcción, nuestra recuperación de participación en el mercado con la apertura de nuevas plantas de concreto premezclado y la adquisición de equipo, lo cual incremento nuestra capacidad para satisfacer la demanda por nuestros productos, suministro a proyectos de infraestructura y a mayores ventas de agregados a terceros y productores de concreto premezclado. La actividad de construcción en el año fue impulsada por el sector residencial, particularmente el desarrollo de viviendas para las clases media y alta, que se beneficiaron de tasas de intereses estables, una inflación controlada, bajo desempleo y condiciones macroeconómicas favorables. El gasto en construcción en el sector comercial e industrial, principalmente en depósitos y edificios comerciales, tuvo un efecto positivo sobre los volúmenes de ventas del año. Adicionalmente, los grandes proyectos de infraestructura tuvieron un impacto positivo en la actividad de construcción para el periodo. Nuestras ventas netas provenientes de nuestras operaciones en Colombia representaron aproximadamente 55% y 58% de nuestras ventas netas combinadas totales antes de las eliminaciones resultantes de la combinación para el período de tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, respectivamente, en dólares. Nuestro precio promedio de ventas nacionales de cemento nacional y concreto premezclado de nuestras operaciones en Colombia aumentó aproximadamente 18% y 21%, respectivamente, en pesos colombianos, para los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012 en comparación con los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011. El aumento en los precios de venta promedio de cemento nacional y concreto premezclado se debieron a la recuperación de los precios en el sector de construcción, mejoras en las condiciones de mercado y a aumentos en el precio promedio a terceras partes y a nosotros en relación con el primer anillo vial en Bogotá. Para los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011, el cemento representó aproximadamente 64%, el concreto premezclado aproximadamente 34% y nuestros agregados y otros negocios aproximadamente 2% de nuestras ventas netas para nuestras operaciones en Colombia, antes de las eliminaciones intra-sector dentro del segmento y antes de las eliminaciones producto de la combinación, según corresponda. Para los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, el cemento representó aproximadamente 60%, el concreto premezclado aproximadamente 36% y nuestros agregados y otros negocios aproximadamente 4% de nuestras ventas netas para nuestras operaciones en Colombia antes de las eliminaciones intra-sector dentro del segmento y antes de las eliminaciones producto de la combinación, según corresponda.

Producto del aumento en los volúmenes de ventas de concreto premezclado y agregados y al aumento en los precios promedio de venta de concreto premezclado y cemento nacional, las ventas netas de nuestras operaciones en Colombia, en pesos colombianos, aumentaron aproximadamente 24% en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012 con respecto a los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011.

Panamá

Nuestros volúmenes nacionales de cemento correspondientes a nuestras operaciones en Panamá aumentaron aproximadamente 40% en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012 con respecto a los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011, los volúmenes de las ventas de concreto premezclado disminuyeron aproximadamente 4% y los volúmenes de ventas de agregados disminuyeron aproximadamente 9% durante el mismo período. El aumento en los volúmenes de venta de cemento se debió a una mayor demanda de proyectos de

infraestructura. Dichos proyectos de infraestructura incluyen el Metro de la Ciudad de Panamá, el Canal de Panamá, el Metro Bus y los proyectos de expansión de CILSA Hydroelectric. La disminución en el volumen de ventas de concreto premezclado y agregados se debió a la caída de las ventas para FFC Construcción de Centroamérica ya que dicha compañía produce su propio concreto premezclado para sus proyectos. Nuestras ventas netas provenientes de nuestras operaciones en Panamá representaron aproximadamente 18% de nuestras ventas netas combinadas totales, antes de las eliminaciones resultantes de la combinación para cada uno de los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, respectivamente, en dólares. Nuestro precio promedio de ventas a nivel nacional de cemento de nuestras operaciones en Panamá disminuyó aproximadamente 3%, en dólares, para los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012 en comparación con el mismo período en 2011, mientras que el precio promedio del concreto premezclado aumentó aproximadamente 7%, en dólares, durante el mismo período. El decremento en los precios de venta promedio del cemento a nivel nacional se debió al incremento del volumen de ventas a descuento. El aumento en el precio promedio de ventas de concreto premezclado se debió al aumento de precios en el concreto premezclado para el proyecto del Metro de la Ciudad de Panamá y el aumento de ventas de productos especiales para el proyecto de infraestructura de AES Hydroelectric. Para los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011, el cemento representó aproximadamente 59%, el concreto premezclado 34% y nuestros agregados y otros negocios aproximadamente 7% de nuestras ventas netas para las operaciones en Panamá, antes de las eliminaciones intra-sector dentro del segmento y antes de las eliminaciones producto de la combinación, según corresponda. Para los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, el cemento representó aproximadamente 62%, el concreto premezclado aproximadamente 31% y nuestros agregados y otros negocios aproximadamente 7% de nuestras ventas netas para las operaciones en Panamá, antes de las eliminaciones intra-sector dentro del segmento y antes de las eliminaciones producto de la combinación, según corresponda.

Producto del aumento en los volúmenes de venta nacionales de cemento y del precio de venta promedio del concreto premezclado, compensados parcialmente por la disminución en el volumen de ventas de concreto premezclado y agregados a nivel nacional y del precio de venta promedio de cemento, las ventas netas de nuestras operaciones en Panamá, en dólares, aumentaron aproximadamente 15% para los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, en comparación con los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011.

Costa Rica

Nuestros volúmenes nacionales de cemento correspondientes a nuestras operaciones en Costa Rica aumentaron aproximadamente 12% en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, en comparación con los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011, los volúmenes de venta de concreto premezclado aumentaron aproximadamente 6% y el volumen de ventas de agregados disminuyó 10% durante el mismo período. El aumento en el volumen nacional de ventas de concreto premezclado y cemento se debió a una mayor demanda de proyectos comerciales y de vivienda ubicados en San José, Costa Rica, entre los cuales se incluyen los centros comerciales Plaza Metrópoli, La Campiña, River Walk, Torre Sigma y el proyecto de infraestructura de la planta de generación hidroeléctrica de Reventazón. La disminución en el volumen de ventas de agregados se debió a la terminación del proyecto de Autopista Jicaral-Lepanto en 2011. Nuestras ventas netas correspondientes a nuestras operaciones en Costa Rica representaron aproximadamente 8% de nuestras ventas netas totales combinadas antes de las eliminaciones producto de la combinación para los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, en dólares. Nuestro precio de ventas promedio de cemento a nivel nacional correspondiente a nuestras operaciones en Costa Rica, incrementó aproximadamente 1%, en colones costarricenses, para los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, en comparación con los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011, mientras que el precio promedio del concreto premezclado disminuyó aproximadamente 1%, en colones costarricenses, durante el mismo período. La disminución en el precio de venta promedio nacional del concreto premezclado se debió al ingreso de un nuevo competidor, COMCOAS, en la industria cementera de Costa Rica, cuya entrada en el mercado afectó negativamente los precios. En los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011, el cemento nacional representó aproximadamente 70%, el concreto premezclado aproximadamente 18% y nuestros agregados y otros negocios aproximadamente 12% de nuestras ventas netas para nuestras operaciones en Costa Rica antes de las eliminaciones intra-sector dentro del segmento y antes de las eliminaciones producto de la combinación, según corresponda. Para los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, el cemento representaba aproximadamente el 72%, el concreto premezclado aproximadamente 14% y nuestros agregados y otros negocios aproximadamente 14% de nuestras ventas netas correspondientes a nuestras operaciones en Costa Rica antes de las eliminaciones intra-sector dentro del segmento y antes de las eliminaciones producto de la combinación, según corresponda.

Producto del aumento de los volúmenes de ventas de cemento y concreto premezclado y del precio de venta promedio del cemento, parcialmente afectados por la disminución en los volúmenes de venta de los agregados y de los precios de venta promedio del concreto premezclado a nivel nacional, las ventas netas de nuestras operaciones en Costa Rica, en colones costarricenses, incrementó aproximadamente 16% para los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, en comparación con los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011.

Brasil

Nuestros volúmenes nacionales de venta de cemento correspondientes a nuestras operaciones en Brasil aumentaron aproximadamente 27% en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, en comparación con los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011. El aumento en el volumen de las ventas de cemento se debió a un aumento del suministro de cemento a un nuevo cliente de concreto premezclado, un importante fabricante de mortero y Andrade Gutiérrez, que es el constructor del estadio de fútbol para la Copa del Mundo FIFA 2014 en Manaus, así como al aumento del consumo en el sector vivienda. Nuestras ventas netas de nuestras operaciones en Brasil representaron aproximadamente 5% de nuestras ventas combinadas totales antes de las eliminaciones resultantes de la combinación, en tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012 y 2011, en dólares. Nuestro precio de venta promedio de cemento a nivel nacional correspondiente a nuestras operaciones en Brasil aumentó aproximadamente 3%, en reales brasileños, en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, en comparación con los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011. Para cada uno de los períodos de tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, el cemento representó el 100% de nuestras ventas netas correspondientes a nuestras operaciones en Brasil antes de las eliminaciones intra-sector dentro del segmento y antes de las eliminaciones producto de la combinación, según corresponda.

Producto del aumento en los volúmenes de cemento nacionales y de los precios de venta promedio nacionales del cemento, las ventas netas de nuestras operaciones en Brasil, en reales brasileños, aumentaron aproximadamente 33% en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, en comparación con los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011.

Resto de Centroamérica

Los volúmenes nacionales de ventas de cemento para nuestras operaciones en nuestro segmento Resto de Centroamérica aumentaron aproximadamente 5% en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012 en comparación con los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011, los volúmenes de ventas de concreto premezclado disminuyeron aproximadamente 2% y los volúmenes de venta de agregados aumentaron aproximadamente 40% en el mismo periodo. El aumento en los volúmenes nacionales de ventas de cemento y agregados se debió al aumento en el consumo en relación con nuevos proyectos en el sector comercial y la demanda de cemento de nuestras operaciones de concreto premezclado. La disminución en los volúmenes de venta de concreto premezclado se debió a la conclusión del proyecto de la autopista de Puerto Sandino en 2011. Las ventas netas de nuestras operaciones en el segmento Resto de Centroamérica representaron aproximadamente el 13% y 11% de nuestro total de ventas netas combinadas antes de las eliminaciones producto de la combinación en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, respectivamente, en dólares. Nuestro precio promedio de venta de cemento a nivel nacional correspondiente a nuestras operaciones en nuestro segmento Resto de Centroamérica aumentó aproximadamente 1%, en dólares, en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, en comparación con los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011, mientras que el precio promedio de venta del concreto premezclado disminuyó aproximadamente 1%, en dólares, durante el mismo período. El aumento en los precios promedio de venta del cemento se debió a la mejora en los precios para los nuevos proyectos en el sector comercial. La disminución en los precios promedio de venta de concreto premezclado se debió principalmente a la conclusión del proyecto del aeropuerto en Nicaragua, el cual era uno de nuestros proyectos de mayor precio. En los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011, el cemento representó aproximadamente 80%, el concreto premezclado aproximadamente 11% y nuestros agregados y otros negocios aproximadamente 9% de nuestras ventas netas correspondientes a nuestras operaciones en el segmento Resto de Centroamérica antes de las eliminaciones intra-sector dentro del segmento y antes de las eliminaciones producto de la combinación, según corresponda. En los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, el cemento representó aproximadamente 82%, el concreto premezclado aproximadamente 12% y nuestros agregados y otros negocios aproximadamente 6% de nuestras ventas netas correspondientes a nuestras operaciones en el segmento Resto de Centroamérica antes de las eliminaciones intra-sector dentro del segmento y antes de las eliminaciones producto de la combinación, según corresponda.

Como resultado del aumento de los volúmenes de ventas de cemento y agregados y del precio promedio nacional de venta del cemento, parcialmente compensado por la disminución en los volúmenes de ventas y precio promedio de ventas de concreto premezclado, las ventas netas de nuestras operaciones en nuestro segmento Resto de Centroamérica, en dólares, aumentaron aproximadamente 4% en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, en comparación con los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011.

Costo de Ventas

Nuestro costo de ventas, incluyendo depreciación aumentó aproximadamente 5%, pasando de U.S.\$182 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 a U.S.\$191 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, principalmente debido a mayores volúmenes de ventas. Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas disminuyó de 54.6% en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 a 48.4% en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, principalmente producto de mayores precios en nuestros mercados más importantes, así como de los resultados de nuestras iniciativas de reducción de costos. Estas iniciativas de reducción de costos incluyen el uso de combustibles alternativos, el uso de desperdicios de carbón, la mezcla de carbón de bajo nivel calorífico con carbón de más alto nivel calorífico, el uso de tecnología seca en cinco de las seis plantas que operamos y detener el uso de clinker comprado, que compensa el aumento en los costos de las materias primas. Nuestros costos de ventas incluyen los gastos de flete de las materias primas utilizadas en nuestras plantas de producción. Sin embargo, nuestros costos de ventas no incluyen (i) gastos relacionados con personal y equipos que conforman nuestra red de ventas y aquellos gastos relacionados con almacenamiento en los puntos de venta, los cuales se incluyeron como parte de nuestra partida de gastos de ventas y gastos administrativos, por un monto de aproximadamente U.S.\$11 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, respectivamente; y (ii) gastos de flete de productos acabados de nuestras plantas de producción a nuestros puntos de venta y de nuestros puntos de venta a las ubicaciones de nuestros clientes, que se incluyeron como parte de nuestra partida gastos de distribución (exceptuando los gastos de distribución o entrega relacionados con nuestro negocio de concreto premezclado que se incluyen en nuestro costo de venta), y los cuales en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, representaron U.S.\$26 millones y U.S.\$35 millones, respectivamente.

Utilidad Bruta

Por las razones explicadas anteriormente, nuestra utilidad bruta aumentó aproximadamente 35%, pasando de aproximadamente U.S.\$152 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 a aproximadamente U.S.\$204 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012. Como porcentaje de las ventas netas, el margen de utilidad bruta aumentó aproximadamente de 45.4% en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 a 51.6% en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012. Adicionalmente, nuestra utilidad bruta podría no ser directamente comparable con aquella de otras entidades que incluyan todos sus gastos de flete en el costo de venta. Según lo descrito anteriormente, incluimos los gastos de flete de los productos acabados de nuestras plantas de producción hasta nuestros puntos de venta y desde nuestros puntos de venta hasta las ubicaciones de nuestros clientes, dentro de los gastos de distribución (exceptuando los gastos de distribución o entrega relacionados con nuestro negocio de concreto premezclado, que se incluyen en nuestro costo de venta).

Gastos de operación

Nuestros gastos de operación aumentaron aproximadamente 34% pasando de aproximadamente U.S.\$74 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 a aproximadamente U.S.\$99 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, principalmente producto de mayores gastos de distribución, debido a un aumento en los costos de transportación, y la contratación adicional de personal temporal para cubrir el crecimiento de nuestras operaciones, los cuales fueron compensados parcialmente por el ahorro logrado gracias a nuestras iniciativas de reducción de costos, como la disminución en el uso de equipo de renta. En consecuencia, como porcentaje de las ventas netas, nuestros gastos de operación representaron aproximadamente 22.2% y aproximadamente 25.0% en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, respectivamente. Los gastos de operación incluyen gastos administrativos, de ventas y de distribución.

Utilidad de operación antes de otros gastos, neto

Por las razones mencionadas anteriormente, nuestra utilidad de operación antes de otros gastos, neto aumentó aproximadamente 36% de aproximadamente U.S.\$77 millones en los tres meses terminados el 30 de

septiembre de 2011 a aproximadamente U.S.\$105 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012. Como porcentaje de las ventas netas, la utilidad de operación antes de otros gastos, neto representó aproximadamente 23.2% en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 26.6% para los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012. Adicionalmente, se establece a continuación un análisis cuantitativo y cualitativo de los efectos de los diversos factores que afectan nuestra utilidad de operación antes de otros gastos, neto sobre la base de un segmento geográfico.

Colombia

Nuestra utilidad de operación antes de otros gastos, neto correspondientes a nuestras operaciones en Colombia aumentaron aproximadamente 43%, de aproximadamente U.S.\$51 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 a aproximadamente U.S.\$72 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, en dólares. Nuestros márgenes de ingreso operativo correspondientes a nuestras operaciones en Colombia fueron de aproximadamente 27% y 31% en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, respectivamente. El aumento fue producto principalmente de volúmenes nacionales más altos de venta de agregados y concreto premezclado, beneficiado por un mayor gasto en construcción de los sectores de industria y comercio, principalmente en almacenes y edificios comerciales, y una mejora en la eficiencia de costos en el uso de combustibles alternativos, el uso de desperdicio de carbón, la mezcla de carbón de bajo nivel calorífico con carbón de más alto nivel calorífico, la sustitución de coque de petróleo por combustibles alternos en el proceso de horneado y menores costos fijos de producción. Nuestra utilidad de operación antes de otros gastos, neto de nuestras operaciones en Colombia representó aproximadamente el 65% y 69% de nuestra utilidad de operación antes de otros gastos, neto combinado total antes de las eliminaciones resultantes de la combinación de los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, respectivamente, en dólares.

Panamá

Nuestra utilidad de operación antes de otros gastos, neto correspondientes a nuestras operaciones en Panamá aumentó aproximadamente 42%, de aproximadamente U.S.\$11 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 a aproximadamente U.S.\$15 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, en dólares. Nuestros márgenes de ingreso operativo correspondientes a nuestras operaciones en Panamá fueron de 17% y 21% en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, respectivamente. El aumento fue producto principalmente de mayores volúmenes de ventas de cemento nacional los cuales se beneficiaron de un mayor gasto en construcción en el sector comercial. Nuestra utilidad de operación antes de otros gastos, neto de nuestras operaciones en Panamá representó aproximadamente el 14% de nuestra utilidad de operación antes de otros gastos, neto combinado total antes de las eliminaciones resultantes de la combinación de los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, en dólares.

Costa Rica

Nuestra utilidad de operación antes de otros gastos, neto correspondientes a nuestras operaciones en Costa Rica aumentaron aproximadamente 24%, de aproximadamente U.S.\$5 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 a aproximadamente U.S.\$6 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, en dólares. Nuestros márgenes de ingreso operativo correspondientes a nuestras operaciones en Costa Rica fueron de 18% y 19% en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, respectivamente. El aumento se debió principalmente de mayores volúmenes nacionales de venta de cemento y concreto premezclado, el cual se benefició por un mayor gasto en construcción de los sectores de comercio y residencial y en proyectos de infraestructura, y una mejora en la eficiencia de costos en la sustitución de coque de petróleo por combustibles alternos en el proceso de horneado y menores costos fijos de producción. Nuestra utilidad de operación antes de otros gastos, neto de nuestras operaciones en Costa Rica representó aproximadamente el 7% y 6% de nuestra utilidad de operación antes de otros gastos, neto combinado total antes de las eliminaciones resultantes de la combinación en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, respectivamente, en dólares.

Brasil

Nuestra utilidad de operación antes de otros gastos, neto correspondientes a nuestras operaciones en Brasil disminuyeron aproximadamente 19%, de aproximadamente U.S.\$5 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 a aproximadamente U.S.\$4 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012,

en dólares. Nuestros márgenes de ingreso operativo correspondientes a nuestras operaciones en Brasil fueron de aproximadamente 26% y aproximadamente 19% en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, respectivamente. La disminución fue producto principalmente de un mayor costo variable debido a la compra de cemento para nuestras operaciones. Nuestra utilidad de operación antes de otros gastos, neto de nuestras operaciones en Brasil representó aproximadamente el 6% y aproximadamente el 4% de nuestra utilidad de operación antes de otros gastos, neto combinado total antes de las eliminaciones resultantes de la combinación en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, respectivamente, en dólares.

Resto de Centroamérica

Nuestra utilidad de operación antes de otros gastos, neto correspondientes a nuestras operaciones en nuestro segmento Resto de Centroamérica aumentaron aproximadamente 19%, de aproximadamente U.S.\$7 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 a aproximadamente U.S.\$8 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, en dólares. Nuestros márgenes de ingreso operativo correspondientes a nuestras operaciones en nuestro sector de Resto de Centroamérica fueron de aproximadamente 15% y 17% en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, respectivamente. El aumento fue producto principalmente de mayores volúmenes de ventas de cemento los cuales se beneficiaron de una mayor inversión en construcción principalmente en el sector comercial. Nuestra utilidad de operación antes de otros gastos, neto de nuestras operaciones en nuestro segmento de Resto de Centroamérica representó aproximadamente el 8% y 7% de nuestra utilidad de operación antes de otros gastos, neto combinado total antes de las eliminaciones resultantes de la combinación para los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, respectivamente, en dólares.

Otros Gastos, Netos

Otros gastos, netos, disminuyeron aproximadamente 151%, de aproximadamente U.S.\$3 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 a aproximadamente (U.S.\$2) millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012. Las partidas más significativas incluidas en este rubro en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012 son:

	Para los tres meses terminados el 30 de septiembre de	
	2011	2012
	(en miles de dólares)	
Costos de restructuración ⁽¹⁾	879	703
Venta de chatarra y otros productos no operativos	(60)	72
Multas y sanciones.....	—	(168)
Litigios	14	758
Otros ⁽²⁾	2,534	(3,086)
	<u>3,367</u>	<u>(1,721)</u>

⁽¹⁾ Al 30 de septiembre de 2011, efectuamos pagos por indemnizaciones como parte de un plan de restructuración global de nuestra compañía matriz indirecta CEMEX, S.A.B. de C.V.

⁽²⁾ Relacionado al ingreso por arrendamientos, indemnización por siniestros y declaraciones de impuestos.

Resultado Integral de Financiamiento

Usamos el resultado integral de financiamiento porque mide el costo real del financiamiento de una entidad, neto de fluctuaciones cambiarias y de efectos inflacionarios sobre los activos y pasivos monetarios. En períodos de alta inflación o depreciación de la moneda puede surgir una volatilidad significativa y ésta se refleja en esta demostración. El resultado integral de financiamiento incluye:

- Gastos financieros o de intereses solicitados en préstamo;
- Costos de intereses sobre obligaciones de beneficios laborales
- Ingresos financieros sobre efectivo e inversiones temporales; y
- Ganancias o pérdidas cambiarias asociadas con activos y pasivos monetarios denominados en monedas extranjeras.

**Para los tres meses terminados el
30 de septiembre,**

2011 2012

(en miles de dólares)

Rubros Financieros:

Gastos financieros	(10,323)	(13,043)
Costos de intereses sobre beneficios a los empleados.....	(1,282)	(200)
Ingresos financieros	437	981
Resultado cambiario.....	(20,210)	(476)
	(31,378)	(12,738)

Nuestro resultado integral de financiamiento fue una pérdida de aproximadamente U.S.\$12.7 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012 y una pérdida de aproximadamente U.S.\$31.4 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011. Nuestro gasto financiero, que incluye los gastos financieros con partes relacionadas y deuda de corto y largo plazo, aumentó aproximadamente 26%, de aproximadamente U.S.\$10.3 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 a aproximadamente U.S.\$13.0 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, principalmente como resultado del pago de intereses por un contrato de arrendamiento con compañías financieras comerciales en 2012 y con vencimiento dentro de los siguientes sesenta meses en Colombia. Nuestros costos de intereses sobre beneficios a los empleados disminuyeron aproximadamente 84%, de U.S.\$1.3 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 a aproximadamente U.S.\$0.2 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, principalmente debido al aumento en la tasa de descuento estimada en Colombia debido a cambios similares en el rendimiento de referencia de los bonos soberanos en Colombia. Nuestro ingreso financiero aumentó aproximadamente 124%, de U.S.\$0.4 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 a U.S.\$1 millón en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, principalmente como resultado del aumento en la tasa de interés para los depósitos a la vista con partes relacionadas. Nuestro resultado cambiario disminuyó aproximadamente 98%, de una pérdida aproximada de U.S.\$20.2 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2011 a una pérdida aproximada de U.S.\$0.5 millones en los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2012, principalmente debido a un ingreso resultante de una devaluación del 7% del peso colombiano frente al dólar.

La siguiente tabla presenta información relacionada con el EBITDA Operativo para los tres meses y los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012.

	Para los tres meses terminados el 30 de septiembre,		Para los nueve meses terminados el 30 de septiembre,	
	2011	2012	2011	2012
EBITDA⁽¹⁾ Operativo, ajustado para excluir las Tarifas Antes de la Oferta sin dar efecto <i>pro forma</i> a las Tarifas Después de la Oferta:	(en millones de dólares)			
CEMEX Colombia ⁽²⁾	71.3	95.5	177.1	271.0
CEMEX Panamá ⁽³⁾	22.0	29.9	59.5	98.3
CEMEX Costa Rica ⁽⁴⁾	10.8	13.5	37.3	40.5
Otros ⁽⁵⁾⁽⁶⁾	16.1	15.8	50.0	56.0
Combinado.....	120.2	154.7	323.9	465.8
Reconciliación de (i) EBITDA Operativo combinado, ajustado para excluir las Tarifas Antes de la Oferta y sin dar efecto <i>pro forma</i> a las Tarifas Después de la Oferta contra (ii) EBITDA Operativo combinado:				
Tarifas Antes de la Oferta ⁽⁷⁾	(24.3)	(34.3)	(72.4)	(104.2)
EBITDA Operativo Combinado.....	95.9	120.4	251.5	361.6
Ventas Netas Combinadas	334.2	395.9	942.3	1,187.9
Tarifas Después de la Oferta ⁽⁸⁾ <i>Pro forma</i>	(16.7)	(19.8)	(47.1)	(59.4)

⁽¹⁾ El EBITDA Operativo equivale a la utilidad de operación antes de otros gastos, netos, y antes de amortización y depreciación.

⁽²⁾ Excluye Tarifas Antes de la Oferta pagadas a CEMEX, S.A.B. de C.V. y sus subordinadas consolidadas ("CEMEX") por U.S.\$9.3 millones y U.S.\$16.1 millones para el periodo de tres meses y U.S.\$25.6 millones y U.S.\$46.4 millones para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, respectivamente.

⁽³⁾ Excluye Tarifas Antes de la Oferta pagadas a CEMEX por U.S.\$9.4 millones y U.S.\$10.3 millones para el periodo de tres meses y U.S.\$26.7 millones y U.S.\$34.7 millones para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, respectivamente.

⁽⁴⁾ Excluye Tarifas Antes de la Oferta pagadas a CEMEX por U.S.\$3.2 millones y U.S.\$5.0 millones para el periodo de tres meses y U.S.\$12.8 millones y U.S.\$14.6 millones para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, respectivamente.

⁽⁵⁾ Excluye Tarifas Antes de la Oferta pagadas a CEMEX por U.S.\$2.4 millones y U.S.\$2.9 millones para el periodo de tres meses y U.S.\$7.3 millones y U.S.\$8.5 millones para los nueve meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012, respectivamente.

⁽⁶⁾ Resto de Centroamérica y Brasil

⁽⁷⁾ En relación con la prestación de ciertos servicios profesionales y el derecho a utilizar las marcas registradas, nombres y los activos de propiedad intelectual de propiedad intelectual de CEMEX, las subsidiarias de CEMEX Latam Holdings han pagado las Tarifas Antes de la Oferta directamente a CEMEX.

⁽⁸⁾ Tras el cierre de la Oferta Global y la entrada en vigor del Acuerdo de Uso No Exclusivo, Explotación y Goce de Licencia de Activos, el Acuerdo de Servicios de Soporte de Gerencia y Negocios y un Acuerdo de Licencia, CEMEX Latam Holdings pagará a CEMEX después del cierre de la Oferta la Tarifa igual al 5% de sus ventas netas consolidadas (las "Tarifas Después de la Oferta").