

REPORTE DE RESULTADOS



New
MORE
Choices
ZERO
Gluten[™]



TERCER
TRIMESTRE 2023



RESULTADOS DEL TERCER TRIMESTRE DE 2023

Investor Relations
ir@GRUMA.com
Tel: 52 (81) 8399-3349
www.GRUMA.com

San Pedro Garza García, N.L., México; 18 de octubre de 2023

“Estamos muy satisfechos con el desempeño de GRUMA en el 3T23; los fundamentales de mercado para nuestro negocio se han mantenido sólidos en Estados Unidos y México, mientras se han presentado dinámicas de crecimientos variadas en el resto de nuestras subsidiarias. La demanda de nuestros productos sigue siendo bastante positiva, especialmente para nuestra línea de productos “Better For You”, combinada con la rápida adopción de nuestros productos en otros mercados de enfoque. Nuestro objetivo siempre ha sido salvaguardar la rentabilidad en interés de todos los accionistas, lo cual logramos en el 3T23. La sensibilidad al precio en nuestra línea de productos de harina de maíz en Estados Unidos y Centroamérica, debido a menores costos de granos, ha impactado el crecimiento en esa línea de productos mientras los márgenes se han beneficiado; el mismo efecto se produjo en nuestra operación de tortilla en Europa. Los fundamentales positivos del mercado que hemos visto en general y nuestra capacidad para ejecutar rápidamente a través de la innovación en respuesta a las tendencias cambiantes, nos permitieron generar UAFIRDA y UAFIRDA por tonelada con un crecimiento del 34%. El margen UAFIRDA aumentó 190 puntos básicos alcanzando el 16.4%.”

DATOS SOBRESALIENTES

Datos Financieros Relevantes	Trimestre		
	3T23	3T22	VAR (%)
Estado de Resultados (USD millones)			
Volumen (miles de toneladas)	1,093	1,093	0
Ventas netas	1,693.8	1,438.7	18
Utilidad de Operación	220.2	159.3	38
Margen Operativo (%)	13.0%	11.1%	190 pb
UAFIRDA ¹	278.5	208.0	34
UAFIRDA / Ventas (%)	16.4%	14.5%	190 pb
Resultado Neto Mayoritario	136.2	77.1	77

¹ UAFIRDA = utilidad de operación + depreciación, amortización y deterioro de activos de larga duración +(-) gastos (ingresos) no relacionados con la operación.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

3T23 versus 3T22

El **volumen de ventas** se mantuvo estable en el 3T23 en 1,093 mil toneladas métricas, ya que la expansión positiva del volumen en México y Europa fue compensada por el desempeño del volumen en Centroamérica.

Las ventas netas aumentaron 18% a US\$1,693.8 millones debido a la transferencia de costos y gastos incrementales a la línea superior del estado de resultados. Las ventas de operaciones fuera de México representaron el 71% de las cifras consolidadas.

El costo de ventas aumentó 16% a US\$1,075.0 millones debido a (1) mayores costos de materia prima en todas las divisiones; y (2) mayores costos de mano de obra. Como porcentaje de ventas netas, el costo de ventas mejoró a 63.5% de 64.5%.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 12% a US\$392.3 millones debido a (1) mayores comisiones pagadas, en línea con el crecimiento en ventas netas; y (2) mayores costos de logística. Como porcentaje de ventas netas, los gastos de venta y administración mejoraron a 23.2% de 24.4%.

Otros gastos, neto, fue de US\$6.3 millones, frente a US\$1.1 millones el año pasado. El cambio se debió principalmente a pérdidas en las posiciones de cobertura cambiaria de GRUMA relacionadas a la compra de maíz.

La **utilidad de operación** aumentó un 38% a US\$220.2 millones. El margen de operación se expandió 190 puntos base a 13.0% desde 11.1%.

El UAFIRDA aumentó 34% a US\$278.5 millones y el margen UAFIRDA aumentó 190 puntos base a 16.4% de 14.5%. El UAFIRDA de las operaciones fuera de México representaron 78% del consolidado.

El **costo de financiamiento, neto**, aumentó un 10% a US\$35.7 millones, principalmente por un mayor servicio de la deuda en relación con el 3T22 lo que refleja mayores necesidades de capital de trabajo neto y ajustes de las tasas de referencia.

Los impuestos a la utilidad fueron US\$69.5 millones, un aumento del 40% con respecto al 3T22, debido a una mayor utilidad antes de impuestos, como resultado de la dinámica mencionada anteriormente. La tasa impositiva efectiva del trimestre fue de 37.7% en comparación con 39.2% en el 3T22.

La utilidad neta mayoritaria aumentó 77% a US\$136.2 millones.

GRUMA continuó entregando resultados sólidos en el 3T23, ya que la rentabilidad se salvaguardó a pesar de las diferentes sensibilidades de precios en algunas de las líneas de productos de GRUMA. Se logró un margen UAFIRDA del 16.4%, lo que representa un crecimiento del UAFIRDA por tonelada del 34%.

SITUACIÓN FINANCIERA

Septiembre 2023 versus Junio 2023

Datos Sobresalientes de Balance

Los **activos totales** disminuyeron 3% a US\$4,660 millones en comparación con Junio de 2023, lo que refleja un 13% menos de niveles de inventario y una contracción del 1% en Propiedades, Planta y Equipo.

Los **pasivos totales** disminuyeron 7% a US\$2,996 millones, reflejando el pago de deuda de corto plazo además de una reducción de 17% en cuentas por pagar.

El **capital contable mayoritario** aumentó un 7% a US\$1,661 millones.

Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA disminuyó US\$136 millones a US\$ 1,989 millones debido al pago de deuda luego del financiamiento de necesidades de capital de trabajo en trimestres anteriores; esto llevó a una reducción del múltiplo Deuda Neta/UAFIRDA a 1.68x de 2.04x del 2T23. Aproximadamente el 71% de la deuda de GRUMA estaba denominada en dólares.

Deuda (millones de dólares)

Sep '23	Sep '22	Var vs Sep '22		Jun '23	Var vs Jun '23	
		(\$)	(%)		(\$)	(%)
1,989	1,886	103	5%	2,125	(136)	(6%)

Perfil de Vencimientos de Deuda⁽¹⁾ (millones de dólares)

	Tasa	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	Total
Bono 2024	Fija 4.875%		400.0						400.0
Club Loan Scotiabank 2021	SOFR + 1.11%				200.0				200.0
Crédito Largo Plazo Scotiabank 2019	Fija 2.79%			250.0					250.0
Crédito Largo Plazo Scotiabank 2022	SOFR + 1.00%					125.0			125.0
Línea Comprometida BBVA	SOFR + 1.00%					40.0			40.0
Club Loan BBVA 2023	SOFR + 1.30%						140.0		140.0
Cebures Gruma21 (MXN \$2,000)	Fija 7.00%						113.5		113.5
Cebures Gruma22 (MXN \$4,500)	TIE + 0.29%					255.4			255.4
Otros:									
MXN	TIE + 0.20%	56.8							56.8
EUR	1.00%	9.5	11.3	9.5	9.5				39.9
TOTAL	6.43% (prom.)	66.3	411.3	259.5	209.5	420.4	253.5		1,620.6

⁽¹⁾ Los US\$368 millones de arrendamientos no están considerados en estas cifras.

INVERSIONES

Las inversiones de capital de GRUMA fueron de US\$47 millones en el 3T23, asignado principalmente a los siguientes proyectos durante el trimestre: (1) reemplazo de equipos en EE.UU.; (2) actualizaciones y mantenimiento generales en toda la empresa, particularmente en GIMSA; y (3) expansión de la producción en Australia, Malasia y China.

RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

3T23 versus 3T22

Gruma Estados Unidos

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		3T23	%	3T22	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS	Volumen de Ventas ¹	405		405		0	0
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	939.5	100.0	826.2	100.0	113	14
	Utilidad de Operación	150.7	16.0	124.7	15.1	26	21
	UAFIRDA	186.0	19.8	156.3	18.9	30	19

¹ Todas los datos de volumen de ventas están expresados en miles de toneladas.



El **volumen de ventas** se mantuvo estable en 405 mil toneladas. El **negocio de tortilla** creció 2% en volumen en el 3T23 encabezado por la línea de productos “Better for You” de GRUMA, además de productos relacionados con tortillas de maíz siguiendo las tendencias de los trimestres anteriores. También se recibió una contribución adicional del canal institucional, que ha generado un desempeño positivo desde el 4T22.

El desempeño del canal de tortilla fue contrarrestado por una contracción de 3% en volumen en el negocio de harina de maíz. Una mayor base comparativa como resultado del crecimiento extraordinario en el 3T22 y efectos de la sensibilidad al precio en el negocio de harina de maíz impulsaron este efecto. Esto fue parcialmente mitigado por un fuerte desempeño del canal minorista en este negocio.

Las ventas netas aumentaron 14% a US\$939.5 millones reflejando (1) el traspaso de costos y gastos incrementales a la línea superior del estado de resultados; y (2) una mezcla de venta más rentable hacia el negocio de la tortilla y con una mayor composición de productos de valor agregado.

El costo de ventas creció 14% a US\$545.8 millones debido principalmente a (1) mayores costos de materias primas; y (2) mayores costos de mano de obra. El costo de ventas como porcentaje de ventas netas mejoró 10 puntos base a 58.1% de 58.2% en 3T22, como resultado de la dinámica de ingresos y costos mencionada anteriormente.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 10% a US\$243.1 millones debido a mayores gastos de ventas en relación con mayores comisiones en línea con mayores ingresos durante el trimestre. Como porcentaje de ventas netas, los gastos de venta y administración mejoraron a 25.9% de 26.8% en 3T22.

La **utilidad de operación** aumentó 21% a US\$150.7 millones, y el margen de operación creció 90 puntos base a 16.0% desde 15.1%.

El **UAFIRDA** creció 19% a US\$186.0 millones, y el margen UAFIRDA subió a 19.8% de 18.9% en el 3T22.

La demanda en EE.UU. continúa con una tendencia positiva y crea una base sólida para la rentabilidad y el crecimiento futuros. Especialmente, gracias a las rápidas tasas de adopción en el uso de la tortilla como complemento nutricional en las comidas diarias de los consumidores en una amplia gama de mercados, a los que se dirigen nuestros productos. Esto nos permitió alcanzar un 19.8% en margen UAFIRDA y un crecimiento de 19% en términos de UAFIRDA y UAFIRDA por tonelada.

GIMSA

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)	Trimestre					
	3T23	%	3T22	%	VAR (\$)	VAR (%)
GIMSA¹						
Volumen de Ventas ²	537		529		7	1
Harina de maíz y otros						
Ventas netas	482.6	100.0	429.0	100.0	54	12
Utilidad de Operación	34.6	7.2	32.9	7.7	2	5
UAFIRDA	47.2	9.8	49.9	11.6	(3)	(5)

¹ Conversión simple al tipo de cambio de Ps.17.6195/dólar al 30 de septiembre de 2023. Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

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



El **volumen de ventas** aumentó 1% a 537 mil toneladas métricas, como resultado de la demanda positiva a través de todas las líneas de producto, y principalmente de los productores de tortillas durante el 3T23.

Las **ventas netas** aumentaron 12% a US\$482.6 millones debido a (1) el manejo de la inflación en la estructura de costos de GIMSA; y (2) un mayor volumen de ventas.

El **costo de ventas** aumentó 11% a US\$363.3 millones principalmente por (1) elevados costos del maíz; y (2) mayores volúmenes vendidos. Como porcentaje de las ventas netas, mejoró a 75.3% de 76.6%.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 16% a US\$76.1 millones como resultado principalmente de (1) regalías pagadas, las cuales estuvieron ausentes en el 3T22 y (2) mayores comisiones de ventas pagadas en línea con el volumen y el crecimiento de las ventas netas. Como

porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración incrementaron a 15.8% de 15.3%.

Otros gastos, neto, fueron US\$8.6 millones en comparación con US\$1.9 millones en 3T22, como resultado de la volatilidad en la valuación de las posiciones de cobertura de divisas relacionadas a la compra de maíz.

La **utilidad de operación** aumentó 5% a US\$34.6 millones, y el margen de operación bajó 50 puntos base a 7.2%.

El **UAFIRDA** bajó a US\$47.2 millones de US\$49.9 millones y el margen UAFIRDA se contrajo 180 puntos base a 9.8% de 11.6%. Es importante señalar que, si bien el UAFIRDA se vio impactado año contra año, ha ido mejorando desde el 1T23.

La tendencia en la demanda que GRUMA ha estado presenciando desde principios de año, continuó durante el 3T23, ya que la demanda de los clientes corporativos se mantuvo estable, mientras que la demanda de los productores de tortillas repuntó.

Gruma Europa

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		3T23	%	3T22	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA EUROPA	Volumen de Ventas ¹	103		96		7	7
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	112.6	100.0	105.3	100.0	7	7
	Utilidad de Operación	8.3	7.4	4.4	4.2	4	87
	UAFIRDA	11.8	10.5	7.8	7.4	4	51

¹ Todos los datos de volumen de ventas están expresados en miles de toneladas.



El **volumen de ventas** aumentó 7% a 103 mil toneladas métricas, siguiendo la misma tendencia de soporte por parte de la operación de molienda de maíz comparado con el 3T22 y siguiendo las tendencias del último trimestre. Los volúmenes habían sido impactados por los desafíos de logística generados por la guerra en Ucrania el año pasado. Así mismo, las presiones inflacionarias sobre el consumidor promedio en Europa provocaron una contracción en el negocio de tortilla.

Las **ventas netas** aumentaron 7% a US\$112.6 millones como resultado de (1) la transferencia de costos adicionales a ingresos; y (2) mayor volumen vendido respecto al 3T22.

El **costo de ventas** aumentó 2% a US\$84.7 millones como resultado principalmente de (1) mayores volúmenes vendidos y (2) mayores costos del maíz, en comparación con el 3T22. Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas mejoró a 75.2% desde 78.6% debido a la reducción de costos en otras materias primas fuera del maíz, además de mayores ingresos.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron un 8% a US\$19.8 millones principalmente debido a mayores gastos de marketing asignados para aumentar aún más el conocimiento de la marca en los mercados que atiende esta subsidiaria sumado a los efectos de la inflación. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta, generales y administrativos aumentaron a 17.6% de 17.5%.

Otros ingresos, neto, se mantuvo en US\$0.2 millones.

La **utilidad de operación** fue de US\$8.3 millones en comparación con US\$4.4 millones en 3T22. El margen de operación creció a 7.4% en 3T23 de 4.2%.

El **UAFIRDA** fue de US\$11.8 millones, una mejora de 51% de US\$7.8 millones en el 3T22, y el margen UAFIRDA creció a 10.5% de 7.4% el año pasado.

Si bien la sensibilidad al precio continúa siendo un factor en el negocio de tortilla de esta subsidiaria, la mezcla de canales está mejorando, por lo que GRUMA ha protegido exitosamente la rentabilidad como lo demuestra el margen UAFIRDA de 10.5% y un crecimiento en UAFIRDA por tonelada de 41%, los cuales han sido parte de una importante evolución de los márgenes desde principios de año.

Gruma Asia y Oceanía

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		3T23	%	3T22	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ASIA Y OCEANIA ¹	Volumen de Ventas ¹	25		25		(0)	(1)
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	65.1	100.0	60.9	100.0	4	7
	Utilidad de Operación	4.8	7.4	3.8	6.3	1	26
	UAFIRDA	7.7	11.9	6.2	10.2	1	24

¹ Todas los datos de volumen de ventas están expresados en miles de toneladas.



El volumen de ventas disminuyó 1% a 25 mil toneladas métricas, debido a que la desaceleración económica en China afectó los volúmenes vendidos en esta subsidiaria. El volumen positivo vendido en Australia compensó parcialmente esta disminución gracias a la demanda saludable.

Las ventas netas aumentaron 7% a US\$65.1 millones como resultado de la implementación de las estrategias de precios para combatir la inflación y restaurar la rentabilidad.

El costo de ventas aumentó 3% a US\$46.2 millones durante el trimestre como resultado de (1) mayores costos de mano de obra; y (2) elevados costos de combustible. Como porcentaje de ventas netas mejoró a 71.0% de 73.9% en el 3T22.

Los **gastos de venta y administración** subieron 17% a US\$14.1 millones, como resultado de (1) mayores costos de logística y distribución; (2) costos de publicidad elevados; y (3) comisiones pagadas como resultado de precios más altos. Como porcentaje de ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 21.6% de 19.8% en el 3T22.

La **utilidad de operación** subió 26% a US\$4.8 millones, mientras que el margen de operación fue de 7.4% comparado con 6.3% en el 3T22.

El UAFIRDA creció 24% a US\$7.7 millones y el margen UAFIRDA se expandió 170 puntos base a 11.9% de 10.2% en el 3T22.

La actual recuperación económica en China ha sido más lenta de lo esperado y por ende, ha afectado los volúmenes de la empresa. Sin embargo, GRUMA continúa ejecutando sus planes de distribución y expansión en esta subsidiaria, mientras se acerca a niveles de rentabilidad normalizados.

Gruma Centroamérica

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		3T23	%	3T22	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA CENTROAMÉRICA	Volumen de Ventas ¹	58		63		(5)	(8)
Harina de maíz y otros	Ventas netas	90.0	100.0	84.7	100.0	5	6
	Utilidad de Operación	8.8	9.7	6.5	7.7	2	35
	UAFIRDA	10.7	11.9	8.1	9.6	3	31

¹ Todas los datos de volumen de ventas están expresados en miles de toneladas.



El volumen de ventas disminuyó 8% a 58 mil toneladas métricas como resultado de (1) menor demanda de productos de arroz; (2) una base comparativa de harina de maíz más sólida en el 3T22 como resultado de un crecimiento extraordinario; y (3) sensibilidad al precio de los productos de harina de maíz como resultado de la mejora de rentabilidad.

Las ventas netas aumentaron 6% a US\$90 millones en línea con el traspaso de costos y gastos adicionales a ingresos.

El costo de ventas se mantuvo en US\$57.7 millones debido la gestión de costos a lo largo de la estructura de GRUMA en esta división. Como porcentaje de ventas netas, el costo de ventas disminuyó a 64.1% de 68.4% debido a la dinámica de ingresos y costos antes mencionada.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 15% a US\$23.7 millones debido a (1) mayores costos de fletes y logística y distribución en general; y (2) elevados costos de mercadotecnia en relación con el 3T22. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 26.3% de 24.3%.

La **utilidad de operación** aumentó 35% a US\$8.8 millones y el margen de operación aumentó 200 puntos base a 9.7% de 7.7% como resultado del aumento de precios y gestión de costos.

El UAFIRDA aumentó 31% a US\$10.7 millones de US\$8.1 millones en el 3T22 y el margen UAFIRDA se expandió 230 puntos base a 11.9% de 9.6%.

Los resultados de esta subsidiaria durante el 3T23 reflejan la sensibilidad al precio derivada del esfuerzo por proteger la rentabilidad. GRUMA busca mantener estos niveles de rentabilidad con el lanzamiento de nuevos productos y una mayor distribución en la región.

Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **utilidad de operación** aumentó a US\$13 millones de una pérdida de US\$13 millones en el 3T22 como resultado de mejores resultados corporativos.

LLAMADA DE CONFERENCIA

La llamada de conferencia del tercer trimestre se llevará a cabo el jueves 19 de octubre de 2023 a las 12:30 pm tiempo del Este (10:30 am hora de Monterrey). Para ingresar a la llamada, favor de marcar: desde los Estados Unidos +1 (877) 407-0784, internacional +1 (201) 689-8560.

PROCEDIMIENTOS CONTABLES

Todas las cifras consolidadas han sido preparadas de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Los estados financieros consolidados se presentan en dólares, ya que corresponden a la moneda de presentación de la Compañía. Los resultados de las entidades cuya moneda funcional es diferente a la moneda de presentación de la Compañía, se convierten a dólares usando el tipo de cambio promedio del periodo. Sin embargo, en la sección “Resultados por Subsidiaria” y en la tabla “Información Financiera por Subsidiaria” de este reporte, las cifras de GIMSA fueron convertidas a dólares usando conversión simple al tipo de cambio de Ps. 17.6195/dólar al 30 de septiembre de 2023. La diferencia entre el uso de conversión simple y el tipo de cambio promedio del periodo se refleja en el renglón “Efecto por Conversión Simple” de la misma tabla.

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 24,259 empleados y 74 plantas. En 2022, GRUMA logró ventas netas de aproximadamente US\$5,600 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 costos 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	Trimestre			Acumulado		
	3T23	3T22	VAR (%)	2023	2022	VAR (%)
Estado de Resultados (USD millones)						
Ventas Netas	1,693.8	1,438.7	18	4,936.1	4,039.7	22
Costo de Ventas	1,075.0	927.5	16	3,196.7	2,624.8	22
Utilidad Bruta	618.8	511.3	21	1,739.4	1,415.0	23
Margen Bruto (%)	36.5%	35.5%	100 pb	35.2%	35.0%	20 pb
Gasto de Administración y Ventas	392.3	350.8	12	1,147.5	991.1	16
Otros Gastos (Ingresos), Neto	6.3	1.1	454	29.3	9.8	198
Utilidad de Operación	220.2	159.3	38	562.6	414.1	36
Margen Operativo (%)	13.0%	11.1%	190 pb	11.4%	10.2%	120 pb
Costo de Financiamiento, Neto	35.7	32.4	10	111.2	75.2	48
Gastos Financieros	41.0	27.2	50	119.9	72.9	64
Productos Financieros	(3.5)	(0.9)	(269)	(7.9)	(2.3)	(250)
Resultado en Instrumentos Financieros Derivados	0.0	1.7	(100)	0.0	1.1	(100)
Fluctuación Cambiaria	(1.8)	4.8	(138)	(0.3)	3.8	(108)
Resultado por posición monetaria	0.0	(0.4)		(0.5)	(0.4)	
Impuestos a la Utilidad	69.5	49.7	40	164.2	132.2	24
Utilidad (Pérdida) por operaciones discontinuadas	24.8	(0.1)		24.8	(0.1)	
Resultado Neto	139.8	77.1	81	312.0	206.6	51
Resultado Neto Mayoritario	136.2	77.1	77	308.6	206.6	49
Resultado por Acción ¹	0.37	0.21	77	0.83	0.56	50
Depreciación y Amortización	58.3	48.7		165.9	143.3	
Deterioro de Activos de Larga Duración	0.0	0.0		4.7	2.1	
UAFIRDA ²	278.5	208.0	34	733.1	559.5	31
UAFIRDA / Ventas (%)	16.4%	14.5%	190 pb	14.9%	13.8%	110 pb
Inversiones	47	95	(51)	155	225	(31)

Gruma, S.A.B. de C.V., y Subsidiarias	Trimestre			Acumulado	
Resumen de Estado de Balance (USD millones)	Sep-23	Sep-22	VAR (%)	Jun-23	VAR (%)
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	338	232	46	260	30
Clientes	582	527	10	588	(1)
Otras cuentas y documentos por cobrar	131	136	(4)	130	1
Inventarios	1,058	940	13	1,223	(13)
Activo Circulante	2,140	1,859	15	2,237	(4)
Propiedad, Planta y Equipo	2,233	2,071	8	2,257	(1)
Activo Totales	4,660	4,196	11	4,787	(3)
Deuda a Corto Plazo	125	311	(60)	278	(55)
Pasivo Circulante	935	1,120	(17)	1,181	(21)
Deuda a largo Plazo	1,859	1,570	18	1,842	1
Pasivo Total	2,996	2,837	6	3,228	(7)
Capital Contable Mayoritario	1,661	1,360	22	1,559	7
Capital Contable Total	1,664	1,359	22	1,558	7
Activo Circulante / Pasivo Circulante	2.29	1.66		1.89	
Pasivo Total / Capital Contable Total	1.80	2.09		2.07	
Deuda Neta/ UAFIRDA ²	1.68	2.18		2.04	
UAFIRDA /Gastos Financieros ³	6.33	8.07		6.45	
Valor Contable por Acción ¹	4.49	3.66		4.22	

¹ En base a 369'883,140 acciones para septiembre 2023, 371'263,826 acciones para septiembre 2022 y 369'923,140 acciones para junio 2023.

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.

Información por Subsidiaria¹

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre						Acumulado					
		3T23	%	3T22	%	VAR (\$)	VAR (%)	2023	%	2022	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS	Volumen de Ventas ²	405		405		0	0	1,198		1,187		11	1
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas Netas	939.5	100.0	826.2	100.0	113	14	2,755.2	100.0	2,306.0	100.0	449	19
	Costo de Venta	545.8	58.1	480.6	58.2	65	14	1,628.7	59.1	1,373.4	59.6	255	19
	Utilidad Bruta	393.7	41.9	345.6	41.8	48	14	1,126.5	40.9	932.6	40.4	194	21
	Gastos de Venta y Adm.	243.1	25.9	221.2	26.8	22	10	712.8	25.9	632.4	27.4	80	13
	Utilidad de Operación	150.7	16.0	124.7	15.1	26	21	409.2	14.9	300.2	13.0	109	36
	UAFIRDA	186.0	19.8	156.3	18.9	30	19	517.0	18.8	391.7	17.0	125	32
GIMSA	Volumen de Ventas ²	537		529		7	1	1,597		1,536		61	4
Harina de maíz y otros	Ventas Netas	482.6	100.0	429.0	100.0	54	12	1,423.4	100.0	1,208.8	100.0	215	18
	Costo de Venta	363.3	75.3	328.4	76.6	35	11	1,099.8	77.3	915.9	75.8	184	20
	Utilidad Bruta	119.3	24.7	100.6	23.4	19	19	323.6	22.7	292.9	24.2	31	10
	Gastos de Venta y Adm.	76.1	15.8	65.7	15.3	10	16	217.9	15.3	185.8	15.4	32	17
	Utilidad de Operación	34.6	7.2	32.9	7.7	2	5	76.4	5.4	97.5	8.1	-21	-22
	UAFIRDA	47.2	9.8	49.9	11.6	-3	-5	111.0	7.8	149.0	12.3	-38	-25
GRUMA EUROPA	Volumen de Ventas ²	103		96		7	7	316		309		7	2
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas Netas	112.6	100.0	105.3	100.0	7	7	333.7	100.0	309.7	100.0	24	8
	Costo de Venta	84.7	75.2	82.7	78.6	2	2	253.4	75.9	242.6	78.3	11	4
	Utilidad Bruta	27.9	24.8	22.6	21.4	5	24	80.3	24.1	67.1	21.7	13	20
	Gastos de Venta y Adm.	19.8	17.6	18.4	17.5	1	8	63.4	19.0	56.1	18.1	7	13
	Utilidad de Operación	8.3	7.4	4.4	4.2	4	87	17.6	5.3	11.2	3.6	6	56
	UAFIRDA	11.8	10.5	7.8	7.4	4	51	28.1	8.4	21.6	7.0	6	30
GRUMA CENTROAMÉRICA	Volumen de Ventas ²	58		63		-5	-8	172		183		-11	-6
Harina de maíz y otros	Ventas Netas	90.0	100.0	84.7	100.0	5	6	267.7	100.0	232.5	100.0	35	15
	Costo de Venta	57.7	64.1	58.0	68.4	-0	-0	175.4	65.5	158.3	68.1	17	11
	Utilidad Bruta	32.3	35.9	26.8	31.6	6	21	92.3	34.5	74.2	31.9	18	24
	Gastos de Venta y Adm.	23.7	26.3	20.6	24.3	3	15	64.3	24.0	55.1	23.7	9	17
	Utilidad de Operación	8.8	9.7	6.5	7.7	2	35	28.5	10.7	19.3	8.3	9	48
	UAFIRDA	10.7	11.9	8.1	9.6	3	31	34.0	12.7	24.3	10.4	10	40
GRUMA ASIA Y OCEANÍA	Volumen de Ventas ²	25		25		-0	-1	71		71		1	1
Harina de maíz y otros	Ventas Netas	65.1	100.0	60.9	100.0	4	7	190.1	100.0	176.1	100.0	14	8
	Costo de Venta	46.2	71.0	45.0	73.9	1	3	135.5	71.3	129.4	73.5	6	5
	Utilidad Bruta	18.9	29.0	15.9	26.1	3	19	54.6	28.7	46.7	26.5	8	17
	Gastos de Venta y Adm.	14.1	21.6	12.0	19.8	2	17	41.6	21.9	36.8	20.9	5	13
	Utilidad de Operación	4.8	7.4	3.8	6.3	1	26	13.0	6.8	9.9	5.6	3	31
	UAFIRDA	7.7	11.9	6.2	10.2	1	24	21.1	11.1	17.4	9.9	4	21
OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES	Volumen de Ventas ²	-34		-25		-9	-36	-81		-73		-8	-10
	Ventas Netas	4.1	100.0	(67.3)	100.0	71	106	(33.8)	100.0	(193.4)	100.0	160	83
	Costo de Venta	(22.6)	(551.2)	(67.2)	99.9	45	66	(96.0)	284.0	(194.9)	100.8	99	51
	Utilidad Bruta	26.7	651.2	(0.1)	0.1	27	26,800	62.1	(183.7)	1.5	(0.8)	61	4,040
	Gastos de Venta y Adm.	15.5	378.0	12.9	(19.2)	3	20	47.4	(140.2)	24.8	(12.8)	23	91
	Utilidad de Operación	13.0	317.1	(13.0)	19.3	26	200	17.9	(53.0)	(24.1)	12.5	42	174
	UAFIRDA	15.1	368.3	(20.4)	30.3	36	174	21.9	(64.8)	(44.4)	23.0	66	149
CONSOLIDADO	Volumen de Ventas ²	1,093		1,093		0	0	3,273		3,213		61	2
	Ventas Netas	1,693.8	100.0	1,438.7	100.0	255.1	18	4,936.1	100.0	4,039.7	100.0	896.4	22
	Costo de Venta	1,075.0	63.5	927.5	64.5	148	16	3,196.7	64.8	2,624.8	65.0	572.0	22
	Utilidad Bruta	618.8	36.5	511.3	35.5	108	21	1,739.4	35.2	1,415.0	35.0	324.4	23
	Gastos de Venta y Adm.	392.3	23.2	350.8	24.4	41	12	1,147.5	23.2	991.1	24.5	156.4	16
	Otros Gtos. (Ing.), Neto	6.3		1.1		5	454	29.3		9.8		19.5	198
	Utilidad de Operación	220.2	13.0	159.3	11.1	61	38	562.6	11.4	414.1	10.2	148.5	36
	UAFIRDA	278.5	16.4	208.0	14.5	70	34	733.1	14.9	559.5	13.8	173.6	31

¹ Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

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