

REPORTE DE RESULTADOS



CUARTO
TRIMESTRE 2023



RESULTADOS DEL CUARTO TRIMESTRE DE 2023

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

San Pedro Garza García, N.L., México; 21 de febrero de 2024

Estamos satisfechos con el desempeño de GRUMA en el 4T23, ayudando a cerrar un año exitoso para la compañía. Excluyendo el efecto de una semana adicional de operaciones en Estados Unidos, Asia y Oceanía en el 4T22, el cuarto trimestre tuvo un desempeño positivo al final del año a pesar de la sensibilidad a los precios y la volatilidad del volumen en algunos negocios como parte de una estrategia de selectividad en curso. Los fundamentales del mercado se mantuvieron en línea con las tendencias observadas durante todo 2023, y logramos salvaguardar la rentabilidad de nuestra empresa, como lo demuestra una expansión del UAFIRDA del 10% en el trimestre y un crecimiento del 11% en términos de UAFIRDA por tonelada. Excluyendo el efecto de la semana adicional de operaciones, el UAFIRDA habría crecido 15%. Los márgenes a nivel consolidado, se expandieron 70 puntos base y la rentabilidad positiva en todas nuestras subsidiarias fuera de México se tradujeron en un margen UAFIRDA de 16.7%. Con el cierre de este exitoso año nos mantenemos enfocados y comprometidos con nuestros accionistas para continuar ejecutando sobre las tendencias positivas que vemos en el consumo de tortillas, especialmente en nuestra categoría Better For You, y para seguir haciendo nuestra oferta de productos más atractiva y con los más altos estándares de calidad.

DATOS SOBRESALIENTES

Datos Financieros Relevantes	Trimestre		
	4T23	4T22	VAR (%)
Estado de Resultados (USD millones)			
Volumen (miles de toneladas)	1,099	1,116	(2)
Ventas netas	1,640.1	1,556.9	5
Utilidad de Operación	215.0	196.1	10
Margen Operativo (%)	13.1%	12.6%	50 pb
UAFIRDA ¹	273.2	249.4	10
UAFIRDA / Ventas (%)	16.7%	16.0%	70 pb
Resultado Neto Mayoritario	120.8	112.6	7

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

RESULTADOS CONSOLIDADOS

4T23 versus 4T22

A efectos comparativos, cabe destacar que, durante el 4T22, el desempeño de GRUMA USA y GRUMA Asia y Oceanía, reflejó un efecto extraordinario de una semana adicional de operaciones, en línea con el cierre de su contabilidad de fin de año fiscal, que ocurre cada seis años. Por lo tanto, el 4T22 tendrá una mayor base comparativa en estas subsidiarias y afectará las comparaciones del 4T23 en consecuencia.

El **volumen de ventas** disminuyó en el 4T23 a 1,099 mil toneladas métricas o 2% por debajo del trimestre del año anterior. Luego de normalizar la semana extra de operaciones en el 4T22, el volumen total se expandió 1%, con contribución positiva de todas las subsidiarias de GRUMA.

Las ventas netas aumentaron un 5% a US\$1,640.1 millones. Normalizando los efectos de la semana extra de operaciones en el 4T22, las ventas netas crecieron un 10% debido al traslado de costos y gastos incrementales al primer renglón del estado de resultados, además del aporte de una mezcla de ventas más rentable. Las ventas de operaciones fuera de México representaron el 71% de las cifras consolidadas.

El costo de ventas aumentó 5% a US\$1,045.9 millones en el 4T23. Excluyendo el efecto de la semana extra de operaciones, en el 4T22, el costo de ventas aumentó un 10% debido a mayores costos de materias primas en las divisiones de Estados Unidos y México. Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas aumentó a 63.8% de 63.7%.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 2% a US\$366.9 millones debido a (1) un aumento en las comisiones pagadas, en línea con mayores ingresos; y (2) mayores costos de flete. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administrativos mejoraron a 22.4% de 23.1%. Excluyendo la semana adicional de operaciones, los gastos de venta y administración incrementaron 7%.

Otros gastos, neto, fue de US\$12.3 millones, frente a los US\$8.2 millones del año pasado. El cambio se debió principalmente a la baja de activos selectos como resultado de las malas condiciones climáticas en México durante el 4T23.

La **utilidad de operación** aumentó un 10% a US\$215.0 millones o 16% excluyendo la semana adicional de operaciones en Estados Unidos, Asia y Oceanía. El margen de operación se expandió 50 puntos base a 13.1% de 12.6%.

El UAFIRDA aumentó 10% a US\$273.2 millones o 15% sin la semana adicional y el margen UAFIRDA aumentó 70 puntos básicos a 16.7% de 16.0%. El UAFIRDA de las operaciones fuera de México representó el 83% de las cifras consolidadas.

El **costo de financiamiento, neto**, aumentó un 46% a US\$36.4 millones, principalmente debido a los efectos del tipo de cambio en todas las posiciones monetarias del Balance General.

Los impuestos a la utilidad fueron US\$57.9 millones, una disminución de 1% en comparación con el 4T22, debido a una menor tasa impositiva efectiva de 32.4% en comparación con 34.3% en el 4T22 debido a una menor inflación en los pasivos.

La utilidad neta mayoritaria aumentó 7% a US\$120.8 millones.

GRUMA cerró el año con un sólido desempeño respaldado por estos resultados, con una rentabilidad expandiéndose 10% medida en UAFIRDA y 11% en términos de UAFIRDA por tonelada. Excluyendo la semana extra de operaciones en el 4T22, el UAFIRDA creció un 15% y el UAFIRDA por tonelada un 14%.

SITUACIÓN FINANCIERA

Diciembre 2023 versus Septiembre 2023

Datos Sobresalientes de Balance

Los **activos totales** se mantuvieron en US\$4,683 millones, reflejando un aumento del 2% en Propiedad, Planta y Equipo que se compensó con una contracción del 5% en los niveles de inventario.

Los **pasivos totales** disminuyeron 5% a US\$2,840 millones, reflejando el pago de deuda además de una reducción de 9% en cuentas por pagar.

El **capital contable mayoritario** aumentó un 11% a US\$1,840 millones.

Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA disminuyó US\$92 millones a US\$1,897 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 1.53x. Aproximadamente el 73% de la deuda de GRUMA estaba denominada en dólares.

Deuda

(millones de dólares)

		Var vs Dic'22		Var vs Sep'23		
Dic'23	Dic'22	(\$)	(%)	Sep'23	(\$)	(%)
1,897	1,981	(84)	(4%)	1,989	(92)	(5%)

Perfil de Vencimientos de Deuda⁽¹⁾

(millones de dólares)

	Tasa	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
Club Loan BBVA 2023	SOFR + 1.30%					140.0		140.0
Cebures Gruma21 (MXN \$2,000)	Fija 7.00%					118.4		118.4
Cebures Gruma22 (MXN \$4,500)	TIIE + 0.29%				266.4			266.4
Otros:								
EUR	0.98%	11.8	10.0	10.0				31.8
TOTAL	6.32% (prom.)	411.8	260.0	210.0	391.4	258.4		1,531.6

⁽¹⁾ Los US\$365 millones de arrendamientos no están considerados en estas cifras.

INVERSIONES

Las inversiones de capital de GRUMA totalizaron US\$56 millones en el 4T23 y US\$211 millones en el 2023, asignadas principalmente a los siguientes proyectos durante el trimestre: (1) reemplazo de equipos y expansión de capacidad en Estados Unidos; (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

4T23 versus 4T22

Gruma Estados Unidos

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		4T23	%	4T22	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS	Volumen de Ventas ¹	395		418		(24)	(6)
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	890.4	100.0	890.7	100.0	(0)	(0)
	Utilidad de Operación	156.0	17.5	140.7	15.8	15	11
	UAFIRDA	191.8	21.5	175.0	19.6	17	10

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



El **volumen de ventas** disminuyó un 6% a 395 mil toneladas métricas; sin los efectos de la semana adicional de operaciones en el 4T22, el volumen habría aumentado un 2% liderado principalmente por un desempeño positivo en el negocio de harina de maíz y el canal minorista de tortilla.

El **negocio de tortilla** se contrajo 8% en volumen en el 4T23 como resultado de la semana extra de operaciones en el 4T22 en esta filial. Excluyendo este efecto, los volúmenes de tortilla disminuyeron 1% en comparación con el 4T22.

El buen desempeño del canal minorista de tortillas encabezado por la línea de productos Better For You, fue compensado por una importante contracción en el canal institucional de GRUMA como resultado de una mayor sensibilidad al precio sumado a un proceso de selectividad de clientes que se llevó a cabo en este segmento del negocio.

En el negocio de harina de maíz, excluyendo el efecto de la semana extra de operaciones, el volumen vendido se expandió un 4% gracias a una recuperación de los efectos pasados de sensibilidad al precio de algunos clientes, además de un desempeño positivo continuo en el canal minorista de este negocio.

Las ventas netas se mantuvieron estables en US\$890.4 millones. Sin la semana adicional de operaciones en el 4T22, las ventas netas habrían aumentado un 8% reflejando (1) el traspaso de los costos y gastos incrementales a la primera línea del estado de resultados; y (2) una mezcla de ventas con un precio más alto.

El **costo de ventas** se mantuvo estable en US\$514.8 millones, incluyendo los efectos de la semana extra de operaciones en esta filial. Excluyendo este efecto, el costo de ventas aumentó un 7% debido principalmente a mayores costos de materia prima. El costo de ventas como porcentaje de las ventas netas se mantuvo estable en relación con el 4T22 como resultado de la dinámica de ingresos y costos mencionada anteriormente.

Los **gastos de venta y administración** disminuyeron 5% a US\$219.7 millones. Sin los efectos de la semana extra de operaciones, los gastos de venta y administrativos aumentaron 2% debido a (1) mayores gastos de ventas en conexión con mayores comisiones en línea con mayores ingresos durante el trimestre; y (2) mayores gastos de marketing. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta, generales y administrativos mejoraron a 24.7% de 26.0% en el 4T22.

La **utilidad de operación** aumentó 11% o 19% excluyendo la semana adicional de operaciones en esta subsidiaria a US\$156.0 millones, y el margen operativo creció 170 puntos básicos a 17.5% de 15.8%.

El **UAFIRDA** aumentó 10% o 18% excluyendo la semana adicional a US\$191.8 millones, y el margen UAFIRDA aumentó 190 puntos base a 21.5% desde 19.6% en el 4T22.

El desempeño en Estados Unidos continúa con una tendencia positiva a pesar de las presiones inflacionarias que impactan algunos de los canales de GRUMA. Los fundamentales del mercado se mantienen positivos y GRUMA ha podido aprovechar esta dinámica exitosamente, cerrando un año sólido con niveles de rentabilidad de 21.5% en margen UAFIRDA y 16% en crecimiento de UAFIRDA por tonelada en el 4T23.

GIMSA

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		4T23	%	4T22	%	VAR (\$)	VAR (%)
GIMSA¹	Volumen de Ventas ²	549		540		9	2
Harina de maíz y otros	Ventas netas	517.3	100.0	483.5	100.0	34	7
	Utilidad de Operación	35.0	6.8	35.4	7.3	(0)	(1)
	UAFIRDA	47.7	9.2	53.6	11.1	(6)	(11)

¹ Conversión simple al tipo de cambio de Ps.16.8935/dólar al 31 de diciembre 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 2% a 549 mil toneladas métricas como resultado de una demanda positiva en toda nuestra línea de productos; los productores de tortilla y la recuperación de las cuentas corporativas de GRUMA durante el 4T23 respaldaron el crecimiento.

Las **ventas netas** aumentaron 7% a US\$517.3 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 7% a US\$394.2 millones principalmente debido a (1) el mayor costo del maíz; y (2) mayor volumen vendido. Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas aumentó a 76.2% de 76.0%.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 7% a US\$79.3 millones como resultado principalmente de (1) regalías pagadas, que estuvieron ausentes en el 4T22; y (2) mayores costos de flete. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administrativos mejoraron a 15.3% de 15.4%.

Otros gastos, neto, fue de US\$8.9 millones en comparación con US\$6.4 millones en el 4T22, resultando principalmente a la baja de activos selectos por los efectos adversos de las malas condiciones climáticas durante el 4T23.

La **utilidad de operación** disminuyó 1% a US\$35.0 millones y el margen operativo fue 50 puntos básicos menor, colocándose en 6.8%.

El **UAFIRDA** bajó a US\$47.7 millones de US\$53.6 millones y el margen UAFIRDA se contrajo 190 puntos base a 9.2% de 11.1%.

GIMSA tuvo un desempeño positivo durante el año, creciendo en volúmenes en línea con la creciente demanda. De cara al futuro, vemos una tendencia positiva en nuestra operación haciendo de GIMSA una fuente estable de crecimiento de volumen a medida que continuamos mejorando nuestra calidad y servicio en el mercado.

Gruma Europa

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		4T23	%	4T22	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA EUROPA	Volumen de Ventas ¹	103		101		2	2
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	101.8	100.0	111.1	100.0	(9)	(8)
	Utilidad de Operación	6.4	6.3	(2.7)	(2.4)	9	336
	UAFIRDA	10.1	9.9	0.9	0.8	9	1,056

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



El **volumen de ventas** aumentó un 2% a 103 mil toneladas, liderado por los volúmenes vendidos en la operación de molienda de maíz de esta división, que continúa teniendo demanda proveniente de subproductos y alimento para consumo animal y de cervecerías en el continente. Mientras tanto, la sensibilidad al precio impactó los volúmenes en el canal minorista de tortillas de GRUMA, que también está inmerso en un proceso de selectividad de cuentas para optimizar la rentabilidad, lo que acentuó aún más la caída de volúmenes.

Las ventas netas disminuyeron a 8% a US\$101.8 millones como resultado de mayor proporción de productos de menor precio vendidos de la operación de molienda de maíz de GRUMA en relación con productos de tortilla durante el trimestre.

El costo de ventas disminuyó 17% a US\$75.5 millones como resultado principalmente de menores costos de materia prima en comparación con el 4T22, en línea con el tipo de productos vendidos durante el periodo. Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas mejoró a 74.1% de 82.3% debido a la reducción de costos en materias primas.

Los **gastos de venta y administración** disminuyeron 9% a US\$20.8 millones principalmente debido a (1) menores gastos logísticos; y (2) menores regalías pagadas en línea con una disminución en los ingresos. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administrativos mejoraron a 20.4% de 20.5%.

Otros ingresos, neto, aumentaron a US\$0.8 millones de US\$0.4 millones.

La utilidad de operación fue de US\$6.4 millones en comparación con la pérdida de US\$2.7 millones en 4T22. El margen de operación creció a 6.3% en 4T23 de (2.4)%.

El **UAFIRDA** fue de US\$10.1 millones, en comparación con US\$0.9 millones en el 4T22, y el margen UAFIRDA creció a 9.9% de 0.8% hace un año.

A medida que continúan las presiones inflacionarias en Europa, nuestra división ha logrado agregar canales de distribución en todo el continente, aunque siendo selectiva para proteger la rentabilidad. Esto se refleja en un margen UAFIRDA de 9.9%, mientras que los volúmenes aumentaron a medida que la demanda por productos de molienda de maíz continúa recuperándose.

Gruma Asia y Oceanía

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		4T23	%	4T22	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ASIA Y OCEANIA¹	Volumen de Ventas ¹	25		26		(1)	(3)
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	67.1	100.0	65.4	100.0	2	3
	Utilidad de Operación	6.0	8.9	1.3	2.0	5	363
	UAFIRDA	8.5	12.7	4.4	6.7	4	95

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



El volumen de ventas disminuyó un 3% a 25 mil toneladas métricas. Sin el efecto de la semana extra de operaciones en esta filial los volúmenes aumentaron un 5% liderados por las operaciones en Australia y Malasia gracias a una demanda saludable, mientras que la desaceleración económica en China compensó parcialmente el desempeño positivo.

Las ventas netas aumentaron un 3% a US\$67.1 millones como resultado de la implementación de estrategias de precios para controlar la inflación y restaurar la rentabilidad. Excluyendo el efecto de la semana extra de operaciones, las ventas netas aumentaron un 10%.

El costo de ventas disminuyó un 5% a US\$47.2 millones durante el trimestre y aumentó un 2% excluyendo la semana adicional de operaciones debido a (1) los elevados costos de combustible; y (2) mayor mano de obra. Como porcentaje de las ventas netas, mejoraron a 70.4% de 76.2% en el 4T22.

Los **gastos de venta y administración** disminuyeron 2% a US\$13.9 millones, como resultado de la semana extra de operaciones en esta filial. Excluyendo los efectos de esta semana adicional en el 4T22, los gastos de venta y administrativos aumentaron 5% debido a (1) mayores costos de marketing; y (2) comisiones de ventas más fuertes como resultado de precios más altos. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administrativos mejoraron a 20.7% de 21.7% en el 4T22.

La **utilidad de operación** subió 363% a US\$6.0 millones, mientras que el margen de operación fue de 8.9% comparado con 2.0% en el 4T22.

El UAFIRDA creció 95% a US\$8.5 millones y el margen UAFIRDA se expandió 600 puntos base a 12.7% de 6.7% en el 4T22.

Las condiciones volátiles en la economía China continúan, pero esta filial cerró el año con excelentes resultados en el 4T23. La demanda en Australia y Malasia sigue siendo sólida y tenemos la expectativa de que una recuperación China fortalezca aún más esta operación, que generó un margen UAFIRDA del 12.7 % y un crecimiento del UAFIRDA por tonelada del 101 %.

Gruma Centroamérica

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		4T23	%	4T22	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA CENTROAMÉRICA	Volumen de Ventas ¹	60		60		0	1
Harina de maíz y otros	Ventas netas	97.3	100.0	90.1	100.0	7	8
	Utilidad de Operación	13.9	14.3	6.1	6.7	8	128
	UAFIRDA	15.8	16.3	7.8	8.6	8	104

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



El volumen de ventas aumentó 1% a 60 mil toneladas métricas como resultado de la fuerte demanda de productos de harina de maíz, compensando los efectos de la sensibilidad al precio en los productos de arroz vendidos por esta filial sumado a la menor demanda de las cervecerías.

Las ventas netas aumentaron 8% a US\$97.3 millones en línea con el manejo de los efectos inflacionarios en la estructura de costos de esta división.

El costo de ventas se mantuvo en US\$62.2 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 mejoró a 64.0% de 68.7%.

Los **gastos de venta y administración** disminuyeron 10% a US\$19.8 millones debido menores gastos de marketing en el 4T23. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración mejoraron a 20.3% de 24.5%.

La **utilidad de operación** aumentó 128% a US\$13.9 millones y el margen de operación aumentó 760 puntos base a 14.3% de 6.7%.

El UAFIRDA aumentó 104% a US\$15.8 millones de US\$7.8 millones en el 4T22 y el margen UAFIRDA se expandió 770 puntos base a 16.3% de 8.6%.

La división Centroamericana cerró el año con un crecimiento consistente en la rentabilidad, reflejando la estrategia de salvaguardia de la rentabilidad en la que se ha estado enfocando GRUMA. Combinado con la continua expansión de la distribución de productos más nuevos y sofisticados, el margen UAFIRDA llegó al 16.3% y el UAFIRDA por tonelada aumentó un 102%.

Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **utilidad de operación** disminuyó a una pérdida de US\$2.2 millones de US\$15.3 millones en el 4T22, como resultado de menores ingresos de la división de tecnología de GRUMA.

LLAMADA DE CONFERENCIA

La llamada de conferencia del cuarto trimestre se llevará a cabo el jueves 22 de febrero del 2024 a las 11:30 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. 16.8935/dólar al 31 de diciembre 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 24,135 empleados y 74 plantas. En 2023, GRUMA logró ventas netas de aproximadamente US\$6,600 millones, de las cuales el 72% 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		
	Estado de Resultados (USD millones)	4T23	4T22	VAR (%)	2023	2022
Ventas Netas	1,640.1	1,556.9	5	6,576.2	5,596.6	18
Costo de Ventas	1,045.9	992.4	5	4,242.6	3,617.1	17
Utilidad Bruta	594.2	564.5	5	2,333.6	1,979.5	18
Margen Bruto (%)	36.2%	36.3%	(10) pb	35.5%	35.4%	10 pb
Gasto de Administración y Ventas	366.9	360.2	2	1,514.3	1,351.3	12
Otros Gastos (Ingresos), Neto	12.3	8.2	50	41.7	18.1	131
Utilidad de Operación	215.0	196.1	10	777.6	610.1	27
Margen Operativo (%)	13.1%	12.6%	50 pb	11.8%	10.9%	90 pb
Costo de Financiamiento, Neto	36.4	24.9	46	147.6	100.1	48
Gastos Financieros	34.7	35.3	(2)	154.6	108.2	43
Productos Financieros	(3.2)	(2.3)	(40)	(11.1)	(4.5)	(145)
Resultado en Instrumentos Financieros Derivados	0.0	(3.3)	100	0.0	(2.2)	100
Fluctuación Cambiaria	4.9	(2.2)	325	4.6	1.6	190
Resultado por posición monetaria	0.0	(2.6)		(0.5)	(3.0)	
Impuestos a la Utilidad	57.9	58.7	(1)	222.1	190.9	16
Utilidad (Pérdida) por operaciones discontinuadas	0.0	0.1		24.8	0.0	
Resultado Neto	120.7	112.6	7	432.6	319.2	36
Resultado Neto Mayoritario	120.8	112.6	7	429.5	319.2	35
Resultado por Acción ¹	0.33	0.30	8	1.16	0.86	35
Depreciación y Amortización	58.1	53.3		224.0	196.6	
Deterioro de Activos de Larga Duración	0.0	0.0		4.7	2.1	
UAFIRDA ²	273.2	249.4	10	1,006.3	808.8	24
UAFIRDA / Ventas (%)	16.7%	16.0%	70 pb	15.3%	14.5%	80 pb
Inversiones	56	73	(22)	211	298	(29)

Gruma, S.A.B. de C.V., y Subsidiarias	Dic-23	Dic-22	VAR (%)	Sep-23	VAR (%)
Resumen de Estado de Balance (USD millones)					
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	350	284	23	338	4
Clientes	559	546	2	582	(4)
Otras cuentas y documentos por cobrar	149	123	21	131	14
Inventarios	1,010	970	4	1,058	(5)
Activo Circulante	2,103	1,954	8	2,140	(2)
Propiedad, Planta y Equipo	2,283	2,155	6	2,233	2
Activo Totales	4,683	4,387	7	4,660	0
Deuda a Corto Plazo	469	196	139	125	276
Pasivo Circulante	1,218	1,031	18	935	30
Deuda a largo Plazo	1,422	1,780	(20)	1,859	(24)
Pasivo Total	2,840	2,953	(4)	2,996	(5)
Capital Contable Mayoritario	1,840	1,434	28	1,661	11
Capital Contable Total	1,843	1,434	29	1,664	11
Activo Circulante / Pasivo Circulante	1.73	1.90		2.29	
Pasivo Total / Capital Contable Total	1.54	2.06		1.80	
Deuda Neta/ UAFIRDA ²	1.53	2.09		1.68	
UAFIRDA /Gastos Financieros ³	6.51	7.47		6.33	
Valor Contable por Acción ¹	4.99	3.87		4.49	

¹ En base a 369'129,459 acciones para diciembre 2023, 370'308,994 acciones para diciembre 2022 y 369'883,140 acciones para septiembre 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 Subsidiaria ¹		Trimestre						Acumulado					
		Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)											
		4T23	%	4T22	%	VAR (\$)	VAR (%)	2023	%	2022	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS Harina de maíz, tortilla y otros	Volumen de Ventas ²	395		418		(24)	(6)	1,592		1,605		(13)	(1)
	Ventas Netas	890.4	100.0	890.7	100.0	(0)	(0)	3,645.5	100.0	3,196.7	100.0	449	14
	Costo de Venta	514.8	57.8	516.0	57.9	(1)	(0)	2,143.5	58.8	1,889.4	59.1	254	13
	Utilidad Bruta	375.5	42.2	374.7	42.1	1	0	1,502.0	41.2	1,307.3	40.9	195	15
	Gastos de Venta y Adm.	219.7	24.7	231.2	26.0	(12)	(5)	932.5	25.6	863.6	27.0	69	8
	Utilidad de Operación	156.0	17.5	140.7	15.8	15	11	565.2	15.5	440.9	13.8	124	28
	UAFIRDA	191.8	21.5	175.0	19.6	17	10	708.8	19.4	566.6	17.7	142	25
GIMSA Harina de maíz y otros	Volumen de Ventas ²	549		540		9	2	2,147		2,076		70	3
	Ventas Netas	517.3	100.0	483.5	100.0	34	7	2,001.8	100.0	1,744.3	100.0	257	15
	Costo de Venta	394.2	76.2	367.4	76.0	27	7	1,541.2	77.0	1,322.7	75.8	219	17
	Utilidad Bruta	123.1	23.8	116.1	24.0	7	6	460.6	23.0	421.6	24.2	39	9
	Gastos de Venta y Adm.	79.3	15.3	74.3	15.4	5	7	306.6	15.3	268.1	15.4	38	14
	Utilidad de Operación	35.0	6.8	35.4	7.3	(0)	(1)	114.6	5.7	137.1	7.9	(22)	(16)
	UAFIRDA	47.7	9.2	53.6	11.1	(6)	(11)	163.5	8.2	209.1	12.0	(46)	(22)
GRUMA EUROPA Harina de maíz, tortilla y otros	Volumen de Ventas ²	103		101		2	2	419		410		9	2
	Ventas Netas	101.8	100.0	111.1	100.0	(9)	(8)	435.5	100.0	420.8	100.0	15	3
	Costo de Venta	75.5	74.1	91.4	82.3	(16)	(17)	328.9	75.5	334.0	79.4	(5)	(2)
	Utilidad Bruta	26.4	25.9	19.7	17.7	7	34	106.6	24.5	86.8	20.6	20	23
	Gastos de Venta y Adm.	20.8	20.4	22.8	20.5	(2)	(9)	84.2	19.3	78.9	18.8	5	7
	Utilidad de Operación	6.4	6.3	(2.7)	(2.4)	9	336	24.0	5.5	8.5	2.0	15	182
	UAFIRDA	10.1	9.9	0.9	0.8	9	1,056	38.1	8.8	22.5	5.3	16	70
GRUMA CENTROAMÉRICA Harina de maíz y otros	Volumen de Ventas ²	60		60		0	1	233		243		(11)	(4)
	Ventas Netas	97.3	100.0	90.1	100.0	7	8	365.0	100.0	322.6	100.0	42	13
	Costo de Venta	62.2	64.0	62.0	68.7	0	0	237.6	65.1	220.2	68.3	17	8
	Utilidad Bruta	35.1	36.0	28.2	31.3	7	24	127.4	34.9	102.4	31.7	25	24
	Gastos de Venta y Adm.	19.8	20.3	22.1	24.5	(2)	(10)	84.1	23.1	77.2	23.9	7	9
	Utilidad de Operación	13.9	14.3	6.1	6.7	8	128	42.4	11.6	25.4	7.9	17	67
	UAFIRDA	15.8	16.3	7.8	8.6	8	104	49.9	13.7	32.0	9.9	18	56
GRUMA ASIA Y OCEANÍA Harina de maíz y otros	Volumen de Ventas ²	25		26		(1)	(3)	96		97		(0)	(0)
	Ventas Netas	67.1	100.0	65.4	100.0	2	3	257.1	100.0	241.5	100.0	16	6
	Costo de Venta	47.2	70.4	49.8	76.2	(3)	(5)	182.7	71.0	179.3	74.2	3	2
	Utilidad Bruta	19.9	29.6	15.5	23.8	4	28	74.5	29.0	62.2	25.8	12	20
	Gastos de Venta y Adm.	13.9	20.7	14.2	21.7	(0)	(2)	55.5	21.6	51.0	21.1	5	9
	Utilidad de Operación	6.0	8.9	1.3	2.0	5	363	19.0	7.4	11.2	4.6	8	70
	UAFIRDA	8.5	12.7	4.4	6.7	4	95	29.6	11.5	21.7	9.0	8	36
OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES	Volumen de Ventas ²	(34)		(29)		(4)	(14)	(114)		(103)		(12)	(12)
	Ventas Netas	(33.7)	100.0	(84.0)	100.0	50	60	(128.7)	100.0	(329.3)	100.0	201	61
	Costo de Venta	(48.0)	142.4	(94.2)	112.1	46	49	(191.3)	148.6	(328.5)	99.8	137	42
	Utilidad Bruta	14.3	(42.4)	10.3	(12.3)	4	39	62.6	(48.6)	(0.8)	0.2	63	7,925
	Gastos de Venta y Adm.	13.5	(40.1)	(4.3)	5.1	18	414	51.5	(40.0)	12.5	(3.8)	39	312
	Utilidad de Operación	(2.2)	6.5	15.3	(18.2)	(18)	(114)	12.4	(9.6)	(13.0)	3.9	25	195
	UAFIRDA	(0.8)	2.4	7.7	(9.2)	(9)	(110)	16.4	(12.7)	(43.1)	13.1	60	138
CONSOLIDADO	Volumen de Ventas ²	1,099		1,116		(17)	(2)	4,372		4,329		43	1
	Ventas Netas	1,640.1	100.0	1,556.9	100.0	83	5	6,576.2	100.0	5,596.6	100.0	980	18
	Costo de Venta	1,045.9	63.8	992.4	63.7	54	5	4,242.6	64.5	3,617.1	64.6	626	17
	Utilidad Bruta	594.2	36.2	564.5	36.3	30	5	2,333.6	35.5	1,979.5	35.4	354	18
	Gastos de Venta y Adm.	366.9	22.4	360.2	23.1	7	2	1,514.3	23.0	1,351.3	24.1	163	12
	Otros Gtos. (Ing.), Neto	12.3		8.2		4	50	41.7		18.1		24	131
	Utilidad de Operación	215.0	13.1	196.1	12.6	19	10	777.6	11.8	610.1	10.9	167	27
	UAFIRDA	273.2	16.7	249.4	16.0	24	10	1,006.3	15.3	808.8	14.5	197	24

¹ Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

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