

REPORTE DE RESULTADOS



PRIMER TRIMESTRE
2025



PRIMER TRIMESTRE 2025 RESULTADOS

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



San Pedro Garza García, N.L., México; 23 de abril de 2025

Estamos satisfechos con los resultados del primer trimestre, ya que GRUMA ha logrado superar la dinámica volátil del mercado derivada de la incertidumbre percibida en la economía estadounidense, lo que ha debilitado la confianza del consumidor y ha agregado selectividad. Nuestra línea de productos de Better for You ha evolucionado favorablemente y en línea con su crecimiento histórico, respaldada por un crecimiento saludable en el canal minorista de tortillas, mientras que los volúmenes continúan recuperándose en nuestro canal institucional. GIMSA, nuestra subsidiaria en México, experimentó una desaceleración, mientras que nuestra filial en Centroamérica continúa mostrando un fuerte impulso y requiere capacidad adicional para satisfacer la fuerte demanda. Europa, volvió a ofrecer un desempeño positivo siguiendo su estrategia de distribución, y en la división de Asia y Oceanía, Australia tuvo un excelente trimestre, que compensó el desempeño de China en el periodo. A pesar de que las ventas netas se vieron impactadas por el efecto de la debilidad del peso en las filiales mexicanas, GRUMA logró un crecimiento de 4% en el UAFIRDA y un margen de 17.8% en el trimestre, o un crecimiento de 6% en términos de UAFIRDA por tonelada. Seguimos confiando en que, debido a la presencia global de GRUMA, se encuentra en una posición sólida para enfrentar los desafíos que se aproximan.



DATOS SOBRESALIENTES

Datos Financieros Relevantes	Trimestre		
	1T25	1T24	VAR (%)
Estado de Resultados (USD millones)			
Volumen (miles de toneladas)	1,062	1,075	(1)
Ventas netas	1,548.5	1,647.3	(6)
Utilidad de Operación	217.1	206.0	5
Margen Operativo (%)	14.0%	12.5%	150 pb
UAFIRDA ¹	276.0	264.4	4
UAFIRDA / Ventas (%)	17.8%	16.0%	180 pb
Resultado Neto Mayoritario	125.9	111.0	13

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



RESULTADOS CONSOLIDADOS

1T25 versus 1T24

El volumen de ventas disminuyó 1% en comparación con el 1T24 a 1,062 mil toneladas métricas, impulsada principalmente por (1) la sensibilidad a los precios en el canal institucional en los EE. UU.; y (2) contracción de volumen en GIMSA y en la división de molienda de maíz en Europa.

Las ventas netas disminuyeron un 6% a US\$1,548.5 millones debido a (1) el efecto de conversión de la depreciación del peso mexicano frente al dólar estadounidense en GIMSA; (2) menor volumen en el canal institucional de EE. UU.; y (3) menores ingresos derivados de GIMSA. Las ventas de las operaciones fuera de México representaron el 75% de las cifras consolidadas.

El costo de ventas disminuyó 10% a US\$932.6 millones debido a eficiencias en EE.UU., GIMSA y la subsidiaria de Centroamérica. Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas mejoró al 60.2% de 62.7%.

Los gastos de venta y administración se mantuvieron estables en US\$405.4 millones como resultado de un peso mexicano más débil, al traducir los resultados de GIMSA a dólares estadounidenses. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 26.2% de 24.7%.

Otros ingresos, netos, fueron de US\$6.6 millones en comparación con un gasto de US\$0.9 millones el año pasado. Esto se debió principalmente a las reclamaciones de seguros sobre activos dañados en trimestres anteriores.

La utilidad de operación aumentó un 5% a US\$217.1 millones. El margen de operación se expandió 150 puntos base a 14.0% de 12.5%.

El UAFIRDA aumentó 4% a US\$276.0 millones, y el margen UAFIRDA aumentó 180 puntos base a 17.8% de 16.0%. Cabe destacar que el crecimiento del UAFIRDA fue parcialmente compensado por los efectos de conversión de un peso mexicano más débil a dólares estadounidenses en GIMSA. El UAFIRDA de las operaciones fuera de México representó el 83% de las cifras consolidadas.

El costo de financiamiento, neto, disminuyó 5% a US\$30.3 millones, debido principalmente a una disminución de la deuda, reflejando menores pagos de deuda y los efectos de un peso más débil sobre la deuda denominada en pesos y las posiciones monetarias en el balance general.

Los impuestos a la utilidad fueron de US\$61.1 millones, una contracción de 3% comparado con el 1T24, debido a una disminución de la inflación. La tasa impositiva efectiva del trimestre fue del 32.7% comparado al 36.2% en el 1T24.

La utilidad neta mayoritaria aumentó 13% a US\$125.9 millones.

GRUMA volvió a entregar resultados positivos durante el primer trimestre del año, con un crecimiento de 4% en el UAFIRDA o un aumento de 6% en el UAFIRDA por tonelada. Esto se logró a pesar de las incertidumbres actuales sobre las perspectivas económicas de EE. UU. y su impacto en el consumidor. Dada su diversificación geográfica y alcance global, GRUMA se encuentra en una posición privilegiada para enfrentar y superar los retos que puedan pasar durante el año.

SITUACIÓN FINANCIERA

Marzo 2025 versus Diciembre 2024

Datos Sobresalientes de Balance

Los activos totales aumentaron 5% en comparación con Diciembre de 2024, a US\$4,728 millones. Este cambio se debió principalmente a un aumento de 12% en los inventarios por las perspectivas de cosecha en México, además de un crecimiento del 2% en Propiedad, Planta y Equipo.

Los pasivos totales aumentaron un 5% a US\$2,681 millones, principalmente debido a un crecimiento del 7% en la deuda total en línea con el crecimiento de los inventarios.

El capital contable mayoritario aumentó 5% a US\$2,045 millones.

Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA aumentó 7% a US\$1,789 millones en relación con el financiamiento de capital de trabajo; El múltiplo de Deuda Neta/UAFIRDA de GRUMA se mantuvo estable en 1.2x. Aproximadamente el 69% de la deuda de GRUMA esta denominada en dólares.

Deuda (Millones de USD)

Var vs Mar'24				Var vs Dic'24		
Mar'25	Mar'24	(\$)	(%)	Dic'24	(\$)	(%)
1,789	1,902	(113)	(6%)	1,667	122	7%

Perfil de Vencimiento de Deuda⁽¹⁾ (Millones de USD)

	Tasa	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031+	Total
Bono 2034	Fija 5.39%							500.0	500.0
Bono 2054	Fija 5.76%							300.0	300.0
RCF Scotiabank 2024	SOFR + 1.10%			25.0					25.0
Club Loan BBVA 2023	SOFR + 1.30%				140.0				140.0
Cebures Gruma21 (MXN \$2,000)	Fija 7.00%				98.4				98.4
Cebures Gruma22 (MXN \$4,500)	TIIE + 0.29%			221.5					221.5
Otros:									
MXN	9.88%	98.4							98.4
EUR	0.95%	9.8	9.8						19.6
TOTAL	6.59% (prom.)	108.2	9.8	246.5	238.5	0.0	0.0	800.0	1,402.9

⁽¹⁾ Los US\$386 millones de arrendamientos no están considerados en estas cifras.

INVERSIONES

Las inversiones de capital de GRUMA totalizaron US\$50 millones en el 1T25, asignados principalmente a los siguientes proyectos durante el trimestre: (1) el reemplazo de equipo operativo en los EE. UU. junto con la compra de terrenos para la expansión de la capacidad en nuestra operación de molienda; (2) actualizaciones generales y mantenimiento en toda la empresa, particularmente en GIMSA; y (3) capacidad adicional en Guatemala.

RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

1T25 versus 1T24

Gruma Estados Unidos

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		1T25	%	1T24	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS	Volumen de Ventas ¹	383		390		(6)	(2)
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	879.7	100.0	902.9	100.0	(23)	(3)
	Utilidad de Operación	150.7	17.1	145.5	16.1	5	4
	UAFIRDA	193.4	22.0	181.6	20.1	12	6

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



El volumen de ventas disminuyó 2% a 383 mil toneladas métricas debido al debilitamiento de la confianza de los consumidores reflejando las presiones inflacionarias y la posibilidad de una perspectiva económica más débil. Este efecto se ponderó más en el canal institucional, que se ha ido recuperando paulatinamente de la dinámica de sensibilidad a los precios, mientras que el canal minorista mostró una desaceleración parcial en el 1T25. A pesar de esto, el crecimiento de la línea Better For You de GRUMA continúa en línea con los estándares históricos y es uno de los principales impulsores del crecimiento futuro.

Las ventas netas disminuyeron 3% en comparación con el 1T24, a US\$879.7 millones debido a (1) menores volúmenes vendidos; y (2) un menor precio promedio en la mezcla de ventas como resultado de una menor confianza del consumidor en el 1T25.

El costo de ventas disminuyó 6% a US\$488.2 millones debido principalmente a las eficiencias en la estructura de costos de esta subsidiaria.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron un 2% a US\$245.6 millones, debido a mayores gastos de ventas en relación con (1) mayores costos de mercadotecnia; y (2) elevados costos logísticos y de distribución. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 27.9% de 26.6% en el 1T24.

La **utilidad de operación** aumentó 4% a US\$150.7 millones, y el margen de operación creció 100 puntos base a 17.1% de 16.1%.

El UAFIRDA aumentó 6% a US\$193.4 millones, y el margen UAFIRDA aumentó a 22.0% de 20.1% en el 1T24.

Nuestra filial en EE.UU. cerró el trimestre con sólidos resultados, creciendo un 6% en el UAFIRDA y un 8% en el UAFIRDA por tonelada, a pesar de enfrentar incertidumbres en las perspectivas económicas de EE.UU. y sus efectos potenciales en un consumidor más débil. La línea de productos Better for You continúa con su sólido rendimiento y resiliencia, y es el principal impulsor del crecimiento minorista.

GIMSA

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		1T25	%	1T24	%	VAR (\$)	VAR (%)
GIMSA¹	Volumen de Ventas ²	512		524		(13)	(2)
Harina de maíz y otros	Ventas netas	394.0	100.0	403.0	100.0	(9)	(2)
	Utilidad de Operación	28.4	7.2	29.5	7.3	(1)	(4)
	UAFIRDA	39.7	10.1	40.0	9.9	(0)	(1)

¹ Conversión simple al tipo de cambio de Ps.20.3182/dólar al 31 de marzo de 2025. Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

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



El volumen de ventas disminuyó 2% a 512 mil toneladas métricas, como resultado de retrasos en la ejecución de algunos de los presupuestos de los clientes de GRUMA para el trimestre.

Las ventas netas disminuyeron 2% a US\$394.0 millones, en comparación con el 1T24, en línea con menor volumen vendido.

El costo de ventas disminuyó 6% a US\$286.5 millones, debido principalmente a eficiencias.

Los gastos de venta y administración aumentaron 20% a US\$80.8 millones como resultado principalmente de gastos corporativos y administrativos adicionales. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 20.5% de 16.8%.

Otros ingresos, netos, fueron de US\$1.6 millones en comparación con un gasto de US\$0.7 millones en el 1T24, como resultado principalmente del pago de reclamaciones por activos dañados en trimestres anteriores.

La utilidad de operación disminuyó 4% a US\$28.4 millones, y el margen de operación fue 10 puntos básicos más bajo en 7.2% de 7.3% en 1T24.

El UAFIRDA se contrajo 1% a US\$39.7 millones de US\$40.0 millones, y el margen UAFIRDA aumentó 20 puntos base a 10.1% de 9.9%.

Nuestra operación mexicana es estable y muestra una demanda saludable por parte de los clientes. Sin embargo, durante el primer trimestre del año, los retrasos operativos de algunos clientes llevaron a un comienzo de año más lento de lo esperado para GIMSA.

Gruma Europa

		Trimestre					
Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		1T25	%	1T24	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA EUROPA	Volumen de Ventas ¹	105		108		(3)	(3)
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	114.8	100.0	107.4	100.0	7	7
	Utilidad de Operación	7.6	6.7	6.1	5.7	2	25
	UAFIRDA	11.4	9.9	9.5	8.9	2	20

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



El volumen de ventas disminuyó un 3% a 105 mil toneladas métricas, debido a que los resultados positivos en el negocio de la tortilla, que habían tenido una tendencia consistente favorable, fueron compensados por una contracción en los volúmenes de molienda de maíz.

Las ventas netas incrementaron 7% a US\$114.8 millones en el 1T25 debido a una mezcla de ventas más rentable en el negocio minorista de la tortilla, además de la mezcla de ventas general del negocio que favorece la tortilla sobre la molienda de maíz.

El costo de ventas aumentó 8% a US\$82.0 millones, como resultado principalmente de (1) mayores costos de materias primas; y (2) elevados costos laborales. Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas aumentó a 71.4% de 70.5% debido a la dinámica mencionada anteriormente.

Los gastos de venta y administración disminuyeron un 1% a US\$25.3 millones debido principalmente a menores gastos de mercadotecnia. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración mejoraron a 22.0% de 23.8%.

Otros ingresos, netos, totalizaron US\$0.1 millones en comparación con un gasto de US\$0.0 millones en el 1T24.

La utilidad de operación fue de US\$7.6 millón en el 1T25 o 25% más en comparación con US\$6.1 millones en el 1T24. El margen de operación se expandió 100 puntos básicos a 6.7% de 5.7%.

El UAFIRDA fue de US\$11.4 millones, una mejora del 20% de US\$9.5 millones en el 1T24, y el margen UAFIRDA aumentó 100 puntos base a 9.9% de 8.9% en el 1T24.

Esta filial sigue experimentando un fuerte impulso de crecimiento minorista a medida que añade distribuidores en todo el continente. Este enfoque en una mezcla de ventas más rentable se refleja en un crecimiento del 20% en el UAFIRDA y del 24% en términos de UAFIRDA por tonelada. Tenemos una perspectiva positiva sobre el desempeño futuro de esta subsidiaria a medida que continúa llevando a cabo su estrategia en 2025.

Gruma Asia y Oceanía

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		1T25	%	1T24	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ASIA Y OCEANIA¹	Volumen de Ventas ¹	25		25		0	2
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	66.8	100.0	65.4	100.0	1	2
	Utilidad de Operación	5.7	8.5	7.1	10.9	(1)	(20)
	UAFIRDA	8.6	12.9	9.8	14.9	(1)	(11)

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



El volumen de ventas aumentó 2% a 25 mil toneladas métricas debido al incremento de la actividad económica en Malasia y el sólido desempeño en Australia, compensando la deslucida actividad comercial en China.

Las ventas netas aumentaron un 2% a US\$66.8 millones, en línea con un mayor volumen de ventas.

El costo de ventas aumentó 6% a US\$46.1 millones durante el trimestre debido principalmente a (1) costos indirectos de fabricación; y (2) mayores costos de mano de obra, en comparación al 1T24. Como porcentaje de las ventas netas, aumentó a 69.0% de 66.7% en el 1T24.

Los gastos de venta y administración aumentaron 2% a US\$15.0 millones, como resultado de (1) mayores costos de mercadotecnia; y (2) mayores comisiones en línea con mayores ventas. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y de administración permanecieron en 22.4%

La utilidad de operación disminuyó 20% a US\$5.7 millones, mientras que el margen de operación fue de 8.5% en comparación con 10.9% en el 1T24.

El UAFIRDA disminuyó un 11% a US\$8.6 millones, y el margen UAFIRDA disminuyó 200 puntos básicos a 12.9% de 14.9% en el 1T24.

La saludable demanda en la filial de GRUMA en Asia y Oceanía continúa su impulso, respaldando el crecimiento del volumen y las ventas incluso sin ningún crecimiento tangible de China durante el 1T25; los costos adicionales incurridos este trimestre deberían disminuir a lo largo del año, llevando la rentabilidad a sus niveles normalizados.

Gruma Centroamérica

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		1T25	%	1T24	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA CENTROAMÉRICA	Volumen de Ventas ¹	59		58		1	2
Harina de maíz y otros	Ventas netas	96.6	100.0	95.9	100.0	1	1
	Utilidad de Operación	14.1	14.6	13.5	14.1	1	4
	UAFIRDA	16.2	16.8	15.5	16.1	1	5

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



El volumen de ventas incrementó 2% a 59 mil toneladas métricas como resultado de una mayor demanda de productos de harina de maíz en todos los mercados que atiende esta filial.

Las ventas netas aumentaron 1% a US\$96.6 millones, en línea con (1) mayor volumen; y (2) una mezcla de productos más rentable en relación con el 1T24.

El costo de ventas disminuyó 2% a US\$58.0 millones debido a eficiencias. Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas mejoró a 60.1% de 62.0%.

Los gastos de venta y administración aumentaron 7% a US\$24.5 millones debido a (1) elevados costos de distribución; y (2) mayores costos de mercadotecnia en relación con el 1T24. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 25.4% de 23.9%.

La utilidad de operación aumentó 4% a US\$14.1 millones y el margen de operación aumentó 50 puntos base a 14.6% de 14.1% como resultado de las dinámicas mencionadas anteriormente.

El UAFIRDA aumentó 5% a US\$16.2 millones de US\$15.5 millones en el 1T24, y el margen UAFIRDA se expandió 70 puntos base a 16.8% de 16.1%.

GRUMA Centroamérica continúa registrando una alta demanda de sus productos en todos sus mercados, alcanzando un crecimiento de UAFIRDA de 5% y un margen UAFIRDA de 16.8% o 2% de UAFIRDA por tonelada. Esperamos agregar capacidad adicional para satisfacer la demanda incremental.

Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **utilidad de operación** fue de US\$10.6 millones, frente a la utilidad de US\$4.2 millones en el 1T24 debido a mayores resultados corporativos, además de un desempeño favorable en otras subsidiarias.

LLAMADA DE CONFERENCIA

La llamada de conferencia del primer trimestre se llevará a cabo el jueves 24 de abril del 2025 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) contables. 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. 20.3182/dólar al 31 de marzo de 2025. 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 25,000 empleados y 75 plantas. En 2024, GRUMA logró ventas netas de aproximadamente US\$6,500 millones, de las cuales el 73% 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		
Estado de Resultados (USD millones)	1T25	1T24	VAR (%)
Ventas Netas	1,548.5	1,647.3	(6)
Costo de Ventas	932.6	1,033.1	(10)
Utilidad Bruta	615.9	614.2	0
Margen Bruto (%)	39.8%	37.3%	250 bp
Gasto de Administración y Ventas	405.4	407.4	(0)
Otros Gastos (Ingresos) , Neto	(6.6)	0.9	(860)
Utilidad de Operación	217.1	206.0	5
Margen Operativo (%)	14.0%	12.5%	150 bp
Costo de Financiamiento, Neto	30.3	31.9	(5)
Gastos Financieros	33.5	33.9	(1)
Productos Financieros	(3.4)	(4.4)	21
Resultado en Instrumentos Financieros Derivados	0.0	0.0	0
Fluctuación Cambiaria	0.7	2.6	(71)
Resultado por posición monetaria	(0.6)	(0.2)	(225)
Impuestos a la Utilidad	61.1	63.1	(3)
Utilidad (Pérdida) por operaciones discontinuadas	0.0	0.0	
Resultado Neto	125.8	111.0	13
Resultado Neto Mayoritario	125.9	111.0	13
Resultado por Acción ¹	0.35	0.30	16
Depreciación y Amortización	58.8	58.4	
UAFIRDA ²	276.0	264.4	4
UAFIRDA / Ventas (%)	17.8%	16.0%	180 bp
Inversiones	50	53	(6)

Gruma, S.A.B. de C.V., y Subsidiarias					
Resumen de Estado de Balance (USD millones)	Mar-25	Mar-24	VAR (%)	Dic-24	VAR (%)
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	386	482	(20)	340	14
Clientes	525	580	(9)	515	2
Otras cuentas y documentos por cobrar	153	157	(2)	153	0
Inventarios	1,110	997	11	989	12
Activo Circulante	2,219	2,255	(2)	2,041	9
Propiedad, Planta y Equipo	2,230	2,296	(3)	2,184	2
Activo Totales	4,728	4,855	(3)	4,497	5
Deuda a Corto Plazo	170	471	(64)	73	133
Pasivo Circulante	847	1,337	(37)	749	13
Deuda a largo Plazo	1,615	1,427	13	1,589	2
Pasivo Total	2,681	2,982	(10)	2,543	5
Capital Contable Mayoritario	2,045	1,870	9	1,952	5
Capital Contable Total	2,047	1,873	9	1,955	5
Activo Circulante / Pasivo Circulante	2.62	1.69		2.72	
Pasivo Total / Capital Contable Total	1.31	1.59		1.30	
Deuda Neta/ UAFIRDA ²	1.22	1.34		1.17	
UAFIRDA /Gastos Financieros ³	8.60	6.99		8.49	
Valor Contable por Acción ¹	5.74	5.12		5.41	

¹ En base a 356'387,473 acciones para marzo 2025, 365'394,275 acciones para marzo 2024 y 360'512,428 acciones para diciembre 2024.

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		Trimestre					
<i>Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)</i>		1T25	%	1T24	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS Harina de maíz, tortilla y otros	Volumen de Ventas ²	383		390		(6)	(2)
	Ventas Netas	879.7	100.0	902.9	100.0	(23)	(3)
	Costo de Venta	488.2	55.5	517.4	57.3	(29)	(6)
	Utilidad Bruta	391.5	44.5	385.5	42.7	6	2
	Gastos de Venta y Adm.	245.6	27.9	240.2	26.6	5	2
	Utilidad de Operación	150.7	17.1	145.5	16.1	5	4
	UAFIRDA	193.4	22.0	181.6	20.1	12	6
GIMSA Harina de maíz y otros	Volumen de Ventas ²	512		524		(13)	(2)
	Ventas Netas	394.0	100.0	403.0	100.0	(9)	(2)
	Costo de Venta	286.5	72.7	305.2	75.7	(19)	(6)
	Utilidad Bruta	107.6	27.3	97.8	24.3	10	10
	Gastos de Venta y Adm.	80.8	20.5	67.5	16.8	13	20
	Utilidad de Operación	28.4	7.2	29.5	7.3	(1)	(4)
	UAFIRDA	39.7	10.1	40.0	9.9	(0)	(1)
GRUMA EUROPA Harina de maíz, tortilla y otros	Volumen de Ventas ²	105		108		(3)	(3)
	Ventas Netas	114.8	100.0	107.4	100.0	7	7
	Costo de Venta	82.0	71.4	75.7	70.5	6	8
	Utilidad Bruta	32.9	28.6	31.7	29.5	1	4
	Gastos de Venta y Adm.	25.3	22.0	25.6	23.8	(0)	(1)
	Utilidad de Operación	7.6	6.7	6.1	5.7	2	25
	UAFIRDA	11.4	9.9	9.5	8.9	2	20
GRUMA ASIA Y OCEANÍA Harina de maíz y otros	Volumen de Ventas ²	25		25		0	2
	Ventas Netas	66.8	100.0	65.4	100.0	1	2
	Costo de Venta	46.1	69.0	43.6	66.7	2	6
	Utilidad Bruta	20.7	31.0	21.8	33.3	(1)	(5)
	Gastos de Venta y Adm.	15.0	22.4	14.7	22.4	0	2
	Utilidad de Operación	5.7	8.5	7.1	10.9	(1)	(20)
	UAFIRDA	8.6	12.9	9.8	14.9	(1)	(11)
GRUMA CENTROAMÉRICA Harina de maíz y otros	Volumen de Ventas ²	59		58		1	2
	Ventas Netas	96.6	100.0	95.9	100.0	1	1
	Costo de Venta	58.0	60.1	59.5	62.0	(1)	(2)
	Utilidad Bruta	38.6	39.9	36.4	38.0	2	6
	Gastos de Venta y Adm.	24.5	25.4	23.0	23.9	2	7
	Utilidad de Operación	14.1	14.6	13.5	14.1	1	4
	UAFIRDA	16.2	16.8	15.5	16.1	1	5
OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES	Volumen de Ventas ²	(23)		(30)		7	23
	Ventas Netas	(3.4)	100.0	72.7	100.0	(76)	(105)
	Costo de Venta	(28.2)	829.4	31.6	43.5	(60)	(189)
	Utilidad Bruta	24.8	(729.4)	41.0	56.4	(16)	(40)
	Gastos de Venta y Adm.	14.3	(420.6)	36.5	50.2	(22)	(61)
	Utilidad de Operación	10.6	(311.8)	4.2	5.8	6	152
	UAFIRDA	6.7	(197.1)	7.9	10.9	(1)	(15)
CONSOLIDADO	Volumen de Ventas ²	1,062		1,075		(14)	(1)
	Ventas Netas	1,548.5	100.0	1,647.3	100.0	(99)	(6)
	Costo de Venta	932.6	60.2	1,033.1	62.7	(100)	(10)
	Utilidad Bruta	615.9	39.8	614.2	37.3	2	0
	Gastos de Venta y Adm.	405.4	26.2	407.4	24.7	(2)	(0)
	Otros Gtos. (Ing.), Neto	(6.6)		0.9		(7)	(860)
	Utilidad de Operación	217.1	14.0	206.0	12.5	11	5
	UAFIRDA	276.0	17.8	264.4	16.0	12	4

¹ Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

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