

REPORTE DE RESULTADOS



TERCER
TRIMESTRE 2025



Investor Relations

ir@GRUMA.com

Tel: 52 (81) 8399-3349

www.GRUMA.com

RESULTADOS DEL TERCER TRIMESTRE DE 2025



San Pedro Garza García, N.L., México; 22 de octubre de 2025

El tercer trimestre del año siguió las mismas tendencias que vimos en el 2T25 en términos de dinámica del mercado y desafíos que se están abordando. La rentabilidad continúa en niveles atractivos, con un crecimiento del UAFIRDA del 2% o un margen de UAFIRDA del 17.9%, y el desempeño de ingresos se mantiene estable a medida que ajustamos nuestra estrategia en la división de EE. UU., que continúa viéndose afectada por una confianza del consumidor más débil. Nuestra categoría "Better for You" ha mantenido su impulso; sigue creciendo en línea con sus estándares históricos y estamos muy satisfechos por la resiliencia que ha demostrado a pesar de las circunstancias. En nuestras otras operaciones, el desempeño se mantiene sólido gracias a la fuerte demanda de nuestros productos. GIMSA tiene desafíos temporales con el costo de las materias primas, pero los fundamentales se mantienen positivos, mientras que Europa continúa brindando métricas operativas y financieras atractivas a medida que ejecuta nuestra estrategia centrada en la rentabilidad. Asia y Oceanía también han obtenido excelentes resultados, reflejando una demanda positiva; incluso cuando, la incorporación de una nueva planta en China aún limita la absorción de costos y el apalancamiento operativo. Con estos resultados, no sólo confiamos en la resiliencia de nuestros productos y de la empresa en estos tiempos desafiantes, sino que también mantenemos una perspectiva positiva sobre su evolución futura.



DATOS SOBRESALIENTES

Datos Financieros Relevantes

Estado de Resultados (USD millones)	Trimestre		
	3T25	3T24	VAR (%)
Volumen (miles de toneladas)	1,096	1,086	1
Ventas netas	1,635.6	1,623.4	1
Utilidad de Operación	230.6	227.9	1
Margen Operativo (%)	14.1%	14.0%	10 pb
UAFIRDA ¹	292.7	288.0	2
UAFIRDA / Ventas (%)	17.9%	17.7%	20 pb
Resultado Neto Mayoritario	132.6	128.7	3

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

RESULTADOS CONSOLIDADOS

3T25 versus 3T24

El **volumen de ventas** incrementó 1% en comparación con el 3T24, a 1,096 mil toneladas métricas, impulsada por el crecimiento del volumen en todas las subsidiarias con la excepción de los EE. UU., que actualmente enfrenta desafíos principalmente en el canal institucional.

Las ventas netas incrementaron 1% a US\$1,635.6 millones principalmente por (1) el beneficio de un tipo de cambio en pesos más fuerte de las operaciones mexicanas; y (2) mayor volumen vendido. Las ventas de operaciones fuera de México representaron el 72% de las cifras consolidadas.

El costo de ventas incrementó 1% a US\$992.3 millones debido principalmente a mayores costos de maíz en GIMSA, la subsidiaria mexicana de GRUMA. Como porcentaje de ventas netas, el costo de ventas se mantuvo estable.

Los **gastos de venta y administración** se mantuvieron estables en US\$416.7 millones como resultado de un aumento en los costos relacionados con logística, los cuales fueron contrarrestados por eficiencias en la estructura de costos. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración mejoraron a 25.5% de 25.8%.

Otros ingresos, neto, fueron de US\$3.9 millones en comparación de US\$6.1 millones el año pasado. El cambio resultó principalmente de menores ganancias por el pago de reclamaciones de seguros sobre activos dañados en trimestres anteriores.

La **utilidad de operación** incrementó 1% a US\$230.6 millones. El margen de operación incrementó a 14.1% de 14.0%

El **UAFIRDA** aumentó 2% a US\$292.7 millones y el margen UAFIRDA aumentó 20 puntos base a 17.9% de 17.7%. El UAFIRDA de las operaciones fuera de México representaron 80% del consolidado.

El **costo de financiamiento, neto**, subió 20% a US\$31.9 millones, principalmente debido a una disminución en los ingresos por intereses en relación con el 3T24, además de los efectos de un peso mexicano más fuerte en el balance general de GRUMA con respecto a la posición monetaria neta.

Los impuestos a la utilidad fueron US\$66.0 millones, un decremento del 9% con respecto al 3T24, debido a menores ganancias antes de impuestos como resultado de los mayores costos netos de financiamiento mencionados anteriormente. La tasa impositiva efectiva del trimestre fue de 33.2% en comparación con 36.1% en el 3T24.

La **utilidad neta mayoritaria** subió 3% a US\$132.6 millones.

GRUMA tuvo otro trimestre que demuestra su resiliencia ante las desafiantes condiciones económicas en Estados Unidos, al alcanzar un margen UAFIRDA de 17.9%, reflejando un crecimiento de 1% en UAFIRDA por tonelada. El resto de las filiales de GRUMA presentaron resultados sólidos que respaldan su sostenibilidad en rentabilidad y fundamentos positivos como base para su desempeño favorable en el futuro.

SITUACIÓN FINANCIERA

Septiembre 2025 versus Junio 2025

Datos Sobresalientes de Balance

Los **activos totales** aumentaron 2% a US\$5,018 millones en comparación con Junio de 2025, reflejando principalmente un 29% de crecimiento en saldo de efectivo.

Los **pasivos totales** disminuyeron 1% a US\$2,846 millones, principalmente debido a una disminución del 20% en la deuda a corto plazo.

El **capital contable mayoritario** incrementó un 5% a US\$2,169 millones.

Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA bajó 1% a US\$1,807 millones en relación con el pago de deuda de corto plazo en comparación con el cierre de Junio. El múltiplo de Deuda Neta / UAFIRDA se redujo a 1.2x. Aproximadamente 68% de la deuda de GRUMA estaba denominada en dólares.

Deuda (millones de dólares)

Var vs Sep'24				Var vs Jun'25		
Sep'25	Sep'24	(\$)	(%)	Jun'25	(\$)	(%)
1,807	1,844	(37)	(2%)	1,834	(27)	(1%)

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

	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
RCF BBVA 2022	SOFR + 0.75%			140.0					140.0
Cebures Gruma21 (MXN \$2,000)	Fija 7.00%				108.8				108.8
Cebures Gruma22 (MXN \$4,500)	TIIE + 0.29%			244.8					244.8
Otros:									
MXN	8.23%	76.9	0.2	0.3	0.2	0.2	0.1		77.8
EUR	0.95%	10.6	10.6						21.2
TOTAL	6.13% (prom.)	87.4	10.8	410.1	109.0	0.2	0.1	800.0	1,417.6

⁽¹⁾ Los US\$389 millones de arrendamientos no están considerados en estas cifras.

INVERSIONES

Las inversiones de capital de GRUMA fueron de US\$44 millones en el 3T25, destinándose principalmente a los siguientes proyectos durante el trimestre: (1) actualizaciones y mantenimiento general en toda la empresa, particularmente en GIMSA; (2) actualizaciones y reemplazo de equipo operativo en Estados Unidos; (3) inversiones para ayudar a escalar la producción de tortilla en México; y (4) sistemas solares y líneas de producción en Europa.

RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

3T25 versus 3T24

Gruma Estados Unidos

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		3T25	%	3T24	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS	Volumen de Ventas ¹	388		398		(10)	(2)
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	874.0	100.0	917.4	100.0	(43)	(5)
	Utilidad de Operación	141.7	16.2	152.9	16.7	(11)	(7)
	UAFIRDA	184.7	21.1	191.6	20.9	(7)	(4)

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



El volumen de ventas disminuyó 2% a 388 mil toneladas métricas, principalmente por la contracción del volumen en el canal institucional, en línea con la tendencia de los trimestres anteriores. La línea de productos “Better for You” de GRUMA continúa comportándose en línea con las tendencias históricas y sigue siendo uno de los principales motores que respaldan el desempeño del canal minorista, mitigando parcialmente el débil sentimiento actual del consumidor.

Las ventas netas disminuyeron 5% a US\$874.0 millones, debido a (1) la pérdida de volumen en el canal institucional; y (2) descuentos y campañas promocionales en productos minoristas seleccionados para contrarrestar la débil confianza del consumidor.

El costo de ventas disminuyó 7% a US\$488.4 millones debido principalmente a eficiencias.

Los **gastos de venta y administración** se mantuvieron estables en US\$244.8 millones; el mayor gasto de amortización de las regalías pagadas se compensó con (1) menores costos logísticos durante el trimestre; y (2) menos comisiones de ventas en línea con menores ingresos para el período. Como porcentaje de ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 28.0% de 26.8% en 3T24.

La **utilidad de operación** disminuyó 7% a US\$141.7 millones, y el margen de operación bajó 50 puntos base a 16.2% de 16.7%.

El UAFIRDA bajó 4% a US\$184.7 millones y el margen UAFIRDA subió a 21.1% de 20.9% en el 3T24.

A pesar de los desafíos percibidos que presenta la confianza general del consumidor en los Estados Unidos, GRUMA ha podido mantener una base sólida de rentabilidad y está implementando gradualmente la estrategia para mitigar algunos de los efectos de los desafíos que percibe en el mercado.

GIMSA

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		3T25	%	3T24	%	VAR (\$)	VAR (%)
GIMSA¹	Volumen de Ventas ²	540		537		3	1
Harina de maíz y otros	Ventas netas	457.1	100.0	456.5	100.0	1	0
	Utilidad de Operación	39.2	8.6	41.8	9.2	(3)	(6)
	UAFIRDA	52.0	11.4	54.4	11.9	(2)	(4)

¹ Conversión simple al tipo de cambio de Ps.18.3825/dólar al 30 de septiembre de 2025. Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

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



El volumen de ventas incrementó 1% a 540 mil toneladas métricas como resultado de la demanda estable de los productores de tortillas y clientes industriales. El crecimiento del volumen fue mitigado parcialmente por una base más sólida en el 3T24 como resultado de los programas gubernamentales humanitarios a raíz de los huracanes que tuvieron lugar en 2024.

Las ventas netas se mantuvieron estables en US\$457.1 millones, en línea con el método tradicional durante el periodo.

El costo de ventas creció 3% a US\$330.4 millones debido principalmente a un mayor costo del maíz como resultado de la dinámica de la oferta y la demanda en México en el 3T25. Como porcentaje de las ventas netas, incrementó a 72.3% de 70.5%.

Los **gastos de venta y administración** disminuyeron 6% a US\$88.4 millones como resultado de menores costos de distribución. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración mejoraron a 19.3% de 20.6%.

Otros ingresos, neto, fueron US\$0.9 millones en comparación de US\$1.3 millones en 3T24, como resultado principalmente de menores pagos de reclamos de seguros sobre activos dañados en trimestres anteriores.

La **utilidad de operación** disminuyó 6% a US\$39.2 millones, y el margen de operación bajó 60 puntos base a 8.6%.

El UAFIRDA disminuyó 4% a US\$52.0 millones en el 3T25 y el margen UAFIRDA bajó 50 puntos base a 11.4% de 11.9%.

El costo de las materias primas afectó temporalmente la operación de GIMSA. Sin embargo, desde el punto de vista de la generación de negocio, GIMSA se mantiene estable y con buenas perspectivas de crecimiento futuro como resultado de la alta calidad de sus productos y el reconocimiento de su marca en México.

Gruma Europa

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		3T25	%	3T24	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA EUROPA	Volumen de Ventas ¹	107		102		5	4
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	135.5	100.0	117.9	100.0	18	15
	Utilidad de Operación	15.7	11.6	13.4	11.4	2	16
	UAFIRDA	19.9	14.7	17.1	14.5	3	16

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



El volumen de ventas incrementó 4% a 107 mil toneladas métricas en el 3T25, impulsado por un sólido desempeño tanto en la operación de tortilla, con un crecimiento de un dígito bajo, como en la operación de molienda de maíz, con un crecimiento de volumen de un dígito medio. La composición del negocio de tortillas continúa favoreciendo al canal minorista en comparación con el institucional, en línea con la estrategia comercial de GRUMA para mejorar la rentabilidad.

Las ventas netas crecieron un 15% a US\$135.5 millones, como resultado de (1) crecimiento del volumen; (2) una mezcla de ventas más rentable en el negocio de la tortilla; y (3) una estrategia de crecimiento que favorece la expansión minorista de tortillas.

El costo de ventas subió 15% a US\$92.5 millones como resultado principalmente de (1) un costo de materias primas más alto; y (2) costos laborales elevados. Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas mejoró a 68.3% de 68.5%.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 15% a US\$27.2 millones principalmente debido a (1) elevados costos de distribución; y (2) mayores costos de mercadotecnia para apoyar a la marca en el 3T25. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración se mantuvieron en 20.1%.

Otros gastos, neto, totalizaron US\$0.1 millones en comparación con un ingreso de US\$0.0 millones en el 3T24.

La utilidad de operación incrementó 16% a US\$15.7 millones en comparación con US\$13.4 millones en 3T24. El margen de operación incrementó 20 puntos base a 11.6% en 3T25 de 11.4%.

El **UAFIRDA** fue de US\$19.9 millones, una mejora de 16% de US\$17.1 millones en el 3T24, y el margen UAFIRDA incrementó a 14.7% de 14.5% el año pasado.

La división europea continúa desplegando su estrategia y objetivo de maximizar su distribución minorista en toda Europa y construir una presencia de marca considerable en el proceso de hacerlo. Este trimestre la demanda adicional de harina de maíz de Europa del Este, apoyó el crecimiento del volumen y como resultado de un sólido desempeño tanto del negocio de tortilla como de harina de maíz, esta división alcanzó un crecimiento de UAFIRDA de 16% y un margen de UAFIRDA de 14.7%.

Gruma Asia y Oceanía

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		3T25	%	3T24	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ASIA Y OCEANIA¹	Volumen de Ventas ¹	27		25		2	10
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	72.5	100.0	68.1	100.0	4	6
	Utilidad de Operación	6.8	9.4	6.9	10.1	(0)	(1)
	UAFIRDA	9.9	13.7	9.6	14.1	0	3

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



El volumen de ventas incrementó 10% a 27 mil toneladas métricas, como resultado de una expansión de volumen positiva debido a una mayor demanda general en Malasia, China y Australia en relación con el 3T24.

Las ventas netas aumentaron 6% a US\$72.5 millones, en línea con el crecimiento del volumen de ventas.

El costo de ventas aumentó 7% a US\$49.8 millones durante el trimestre en línea con (1) el crecimiento del volumen; y (2) mayor costo de las materias primas. Como porcentaje de ventas netas incrementó a 68.8% de 68.5% en el 3T24.

Los **gastos de venta y administración** subieron 8% a US\$15.8 millones, como resultado de (1) mayores comisiones pagadas en línea con mayores ingresos; (2) aumento en costos de distribución; y (3) elevados costos de mercadotecnia. Como porcentaje de ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 21.8% de 21.5% en el 3T24.

La **utilidad de operación** disminuyó 1% a US\$6.8 millones, mientras que el margen de operación fue de 9.4% comparado con 10.1% en el 3T24.

El UAFIRDA incrementó 3% a US\$9.9 millones y el margen UAFIRDA se bajó 40 puntos base a 13.7% de 14.1% en el 3T24.

Los fundamentales del mercado en Asia y Oceanía son positivos y continúan mostrando una evolución prometedora para esta unidad de negocio. La absorción de costos de la nueva planta en China ha sido un desafío, pero es de naturaleza temporal y se normalizará a medida que genere un crecimiento de volumen adicional. A pesar de ello, la división sigue mostrando niveles atractivos de rentabilidad.

Gruma Centroamérica

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		3T25	%	3T24	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA CENTROAMÉRICA	Volumen de Ventas ¹	64		61		3	5
Harina de maíz y otros	Ventas netas	101.4	100.0	99.3	100.0	2	2
	Utilidad de Operación	18.6	18.4	13.8	13.9	5	35
	UAFIRDA	20.8	20.5	15.9	16.0	5	31

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



El volumen de ventas incrementó 5% a 64 mil toneladas métricas como resultado de la mayor demanda de harina de maíz en todos los países que esta subsidiaria atiende.

Las ventas netas incrementaron 2% a US\$101.4 millones, como resultado de crecimiento en volumen.

El costo de ventas disminuyó 2% a US\$58.1 millones debido eficiencias. Como porcentaje de ventas netas, el costo de ventas mejoró a 57.2% de 59.7%.

Los **gastos de venta y administración** disminuyeron 5% a US\$25.1 millones debido a menores costos de mercadotecnia en comparación con el 3T24. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración disminuyeron a 24.7% de 26.6%.

La **utilidad de operación** aumentó 35% a US\$18.6 millones y el margen de operación aumentó 450 puntos base a 18.4% de 13.9%.

El UAFIRDA aumentó 31% a US\$20.8 millones de US\$15.9 millones en el 3T24 y el margen UAFIRDA se expandió 450 puntos base a 20.5% de 16.0%.

La operación en Centroamérica sigue dando resultados sólidos a pesar de las limitaciones temporales de capacidad. Sin embargo, fue capaz de lograr un crecimiento del UAFIRDA del 31% y un crecimiento del UAFIRDA por tonelada del 25%. Esperamos un sólido rendimiento futuro una vez que se agregue nueva capacidad a los niveles de producción actuales.

Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **utilidad de operación** aumentó a US\$8.6 millones, principalmente debido a mayores ingresos en la división de tecnología de GRUMA, además de ahorro de costos en otras operaciones.

LLAMADA DE CONFERENCIA

La llamada de conferencia del tercer trimestre se llevará a cabo el jueves 23 de octubre de 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). 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.18.3825/dólar al 30 de septiembre 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			Acumulado		
Estado de Resultados (USD millones)		3T25	3T24	VAR (%)	2025	2024	VAR (%)
Ventas Netas	1,635.6	1,623.4	1		4,784.9	4,931.6	(3)
Costo de Ventas	992.3	983.2	1		2,894.9	3,043.8	(5)
Utilidad Bruta	643.4	640.2	0		1,890.0	1,887.8	0
Margen Bruto (%)	39.3%	39.4%	(10) bp		39.5%	38.3%	120 pb
Gasto de Administración y Ventas	416.7	418.4	(0)		1,228.6	1,235.6	(1)
Otros Gastos (Ingresos), Neto	(3.9)	(6.1)	35		(16.2)	(8.6)	(88)
Utilidad de Operación	230.6	227.9	1		677.5	660.8	3
Margen Operativo (%)	14.1%	14.0%	10 bp		14.2%	13.4%	80 pb
Costo de Financiamiento, Neto	31.9	26.7	20		91.0	77.3	18
Gastos Financieros	33.4	32.8	2		100.7	100.1	1
Productos Financieros	(2.9)	(4.3)	34		(9.7)	(14.0)	31
Resultado en Instrumentos Financieros Derivados	0.0	0.0	0		(0.0)	0.0	0
Fluctuación Cambiaria	1.5	(1.7)	189		1.0	(8.4)	112
Resultado por posición monetaria	(0.1)	(0.1)	(6)		(1.0)	(0.3)	
Impuestos a la Utilidad	66.0	72.6	(9)		194.2	206.9	(6)
Resultado Neto	132.6	128.6	3		392.3	376.5	4
Resultado Neto Mayoritario	132.6	128.7	3		392.6	376.5	4
Resultado por Acción ¹	0.38	0.35	7		1.13	1.04	9
Depreciación y Amortización	62.1	60.1			180.8	177.9	
UAFIRDA ²	292.7	288.0	2		858.3	838.7	2
UAFIRDA / Ventas (%)	17.9%	17.7%	20 bp		17.9%	17.0%	90 pb
Inversiones	44	58	(23)		150	165	(9)

Gruma, S.A.B. de C.V., y Subsidiarias					
Resumen de Estado de Balance (USD millones)	Sep-25	Sep-24	VAR (%)	Jun-25	VAR (%)
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	456	498	(9)	353	29
Clientes	562	547	3	561	0
Otras cuentas y documentos por cobrar	207	172	21	213	(2)
Inventarios	1,081	996	9	1,163	(7)
Activo Circulante	2,340	2,244	4	2,329	0
Propiedad, Planta y Equipo	2,344	2,214	6	2,318	1
Activo Totales	5,018	4,747	6	4,941	2
Deuda a Corto Plazo	147	473	(69)	183	(20)
Pasivo Circulante	898	1,228	(27)	949	(5)
Deuda a largo Plazo	1,655	1,368	21	1,647	0
Pasivo Total	2,846	2,801	2	2,863	(1)
Capital Contable Mayoritario	2,169	1,943	12	2,075	5
Capital Contable Total	2,172	1,946	12	2,078	5
Activo Circulante / Pasivo Circulante	2.61	1.83		2.45	
Pasivo Total / Capital Contable Total	1.31	1.44		1.38	
Deuda Neta/ UAFIRDA ²	1.17	1.21		1.29	
UAFIRDA /Gastos Financieros ³	8.60	8.25		8.61	
Valor Contable por Acción ¹	6.22	5.35		5.90	

¹ En base a 348'882,998 acciones para septiembre 2025, 363'468,828 acciones para septiembre 2024 y 351'690,146 acciones para junio 2025.

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)		3T25	%	3T24	%	VAR (\$)	VAR (%)	2025	%	2024	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS	Volumen de Ventas ²	388		398		(10)	(2)	1,163		1,188		(25)	(2)
	Harina de maíz, tortilla y otros												
	Ventas Netas	874.0	100.0	917.4	100.0	(43)	(5)	2,629.4	100.0	2,742.0	100.0	(113)	(4)
	Costo de Venta	488.4	55.9	524.9	57.2	(36)	(7)	1,464.6	55.7	1,563.5	57.0	(99)	(6)
	Utilidad Bruta	385.6	44.1	392.6	42.8	(7)	(2)	1,164.7	44.3	1,178.5	43.0	(14)	(1)
	Gastos de Venta y Adm.	244.8	28.0	245.5	26.8	(1)	(0)	732.3	27.8	734.3	26.8	(2)	(0)
	Utilidad de Operación	141.7	16.2	152.9	16.7	(11)	(7)	443.2	16.9	450.7	16.4	(7)	(2)
	UAFIRDA	184.7	21.1	191.6	20.9	(7)	(4)	571.0	21.7	562.1	20.5	9	2
GIMSA	Volumen de Ventas ²	540		537		3	1	1,574		1,586		(12)	(1)
	Harina de maíz y otros												
	Ventas Netas	457.1	100.0	456.5	100.0	1	0	1,335.2	100.0	1,347.1	100.0	(12)	(1)
	Costo de Venta	330.4	72.3	322.0	70.5	8	3	967.7	72.5	992.5	73.7	(25)	(3)
	Utilidad Bruta	126.7	27.7	134.5	29.5	(8)	(6)	367.6	27.5	354.6	26.3	13	4
	Gastos de Venta y Adm.	88.4	19.3	93.9	20.6	(6)	(6)	267.0	20.0	243.9	18.1	23	9
	Utilidad de Operación	39.2	8.6	41.8	9.2	(3)	(6)	105.3	7.9	113.5	8.4	(8)	(7)
	UAFIRDA	52.0	11.4	54.4	11.9	(2)	(4)	143.1	10.7	149.4	11.1	(6)	(4)
GRUMA EUROPA	Volumen de Ventas ²	107		102		5	4	319		312		7	2
	Harina de maíz, tortilla y otros												
	Ventas Netas	135.5	100.0	117.9	100.0	18	15	385.7	100.0	341.5	100.0	44	13
	Costo de Venta	92.5	68.3	80.8	68.5	12	15	267.4	69.3	235.5	69.0	32	14
	Utilidad Bruta	42.9	31.7	37.1	31.5	6	16	118.3	30.7	106.0	31.0	12	12
	Gastos de Venta y Adm.	27.2	20.1	23.6	20.1	4	15	81.1	21.0	74.7	21.9	6	9
	Utilidad de Operación	15.7	11.6	13.4	11.4	2	16	37.2	9.7	31.0	9.1	6	20
	UAFIRDA	19.9	14.7	17.1	14.5	3	16	49.2	12.8	41.5	12.2	8	18
GRUMA ASIA Y OCEANÍA	Volumen de Ventas ²	27		25		2	10	78		74		4	5
	Harina de maíz y otros												
	Ventas Netas	72.5	100.0	68.1	100.0	4	6	207.2	100.0	198.9	100.0	8	4
	Costo de Venta	49.8	68.8	46.6	68.5	3	7	143.0	69.0	135.3	68.0	8	6
	Utilidad Bruta	22.6	31.2	21.5	31.5	1	5	64.2	31.0	63.6	32.0	1	1
	Gastos de Venta y Adm.	15.8	21.8	14.6	21.5	1	8	46.0	22.2	44.0	22.1	2	5
	Utilidad de Operación	6.8	9.4	6.9	10.1	(0)	(1)	18.2	8.8	19.6	9.8	(1)	(7)
	UAFIRDA	9.9	13.7	9.6	14.1	0	3	27.2	13.1	27.7	13.9	(1)	(2)
GRUMA CENTROAMÉRICA	Volumen de Ventas ²	64		61		3	5	183		179		4	2
	Harina de maíz y otros												
	Ventas Netas	101.4	100.0	99.3	100.0	2	2	294.6	100.0	292.9	100.0	2	1
	Costo de Venta	58.1	57.2	59.2	59.7	(1)	(2)	172.4	58.5	176.8	60.4	(4)	(2)
	Utilidad Bruta	43.4	42.8	40.0	40.3	3	8	122.2	41.5	116.1	39.6	6	5
	Gastos de Venta y Adm.	25.1	24.7	26.4	26.6	(1)	(5)	74.6	25.3	73.7	25.2	1	1
	Utilidad de Operación	18.6	18.4	13.8	13.9	5	35	48.0	16.3	43.1	14.7	5	12
	UAFIRDA	20.8	20.5	15.9	16.0	5	31	54.5	18.5	49.1	16.8	5	11
OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES	Volumen de Ventas ²	(31)		(37)		6	16	(74)		(97)		23	24
	Ventas Netas	(4.9)	100.0	(35.7)	100.0	31	86	(67.2)	100.0	9.3	100.0	(77)	(823)
	Costo de Venta	(27.0)	551.0	(50.3)	140.9	23	46	(120.2)	178.9	(59.7)	(641.9)	(61)	(101)
	Utilidad Bruta	22.1	(451.0)	14.6	(40.9)	8	51	52.9	(78.7)	69.0	741.9	(16)	(23)
	Gastos de Venta y Adm.	15.4	(314.3)	14.4	(40.3)	1	7	27.7	(41.2)	65.1	700.0	(37)	(57)
	Utilidad de Operación	8.6	(175.5)	(1.0)	2.8	10	960	25.5	(37.9)	3.0	32.3	23	750
	UAFIRDA	5.4	(110.2)	(0.5)	1.4	6	1,180	13.2	(19.6)	8.9	95.7	4	48
CONSOLIDADO	Volumen de Ventas ²	1,096		1,086		9	1	3,242		3,241		1	0
	Ventas Netas	1,635.6	100.0	1,623.4	100.0	12	1	4,784.9	100.0	4,931.6	100.0	(147)	(3)
	Costo de Venta	992.3	60.7	983.2	60.6	9	1	2,894.9	60.5	3,043.8	61.7	(149)	(5)
	Utilidad Bruta	643.4	39.3	640.2	39.4	3	0	1,890.0	39.5	1,887.8	38.3	2	0
	Gastos de Venta y Adm.	416.7	25.5	418.4	25.8	(2)	(0)	1,228.6	25.7	1,235.6	25.1	(7)	(1)
	Otros Gtos. (Ing.), Neto	(3.9)		(6.1)		2	35	(16.2)		(8.6)		(8)	(88)
	Utilidad de Operación	230.6	14.1	227.9	14.0	3	1	677.5	14.2	660.8	13.4	17	3
	UAFIRDA	292.7	17.9	288.0	17.7	5	2	858.3	17.9	838.7	17.0	20	2

¹ Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

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