

REPORTE DE RESULTADOS



SEGUNDO
TRIMESTRE 2025



RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2025

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

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

Nos complace nuestro desempeño en el segundo trimestre. GRUMA se adaptó exitosamente a la dinámica cambiante del mercado ante la incertidumbre que persiste en la economía estadounidense, la cual continúa afectando la confianza de los consumidores y el comportamiento de compra. Los volúmenes en el canal institucional de tortilla continúan mostrando una tendencia positiva, mientras que el canal minorista de tortillas ha mantenido su resiliencia hasta ahora. En México, nuestra filial GIMSA se mantuvo estable y en línea con su desempeño histórico, mientras que nuestras operaciones en Europa volvieron a registrar sólidos resultados, respaldados por una estrategia de distribución bien ejecutada y una fuerte demanda de productos de molienda de maíz. La división de Asia y Oceanía tuvo un trimestre sobresaliente, impulsado por la recuperación de China y el sólido desempeño en Australia y Malasia. En Centroamérica, las inversiones en nuestras plantas siguen en curso, buscando satisfacer la creciente demanda en la región. Con volúmenes estables y menores ventas netas, debido en parte al efecto cambiario en las subsidiarias mexicanas, GRUMA logró un crecimiento del 1% en UAFIRDA gracias a las eficiencias dentro de su estructura de costos y alcanzó un margen de 18.1%, o un incremento de 1% en UAFIRDA por tonelada.

DATOS SOBRESALIENTES

Datos Financieros Relevantes	Trimestre		
	2T25	2T24	VAR (%)
Estado de Resultados (USD millones)			
Volumen (miles de toneladas)	1,084	1,079	0
Ventas netas	1,600.7	1,660.9	(4)
Utilidad de Operación	229.8	226.9	1
Margen Operativo (%)	14.4%	13.7%	70 pb
UAFIRDA ¹	289.7	286.3	1
UAFIRDA / Ventas (%)	18.1%	17.2%	90 pb
Resultado Neto Mayoritario	134.1	136.9	(2)

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

RESULTADOS CONSOLIDADOS

2T25 versus 2T24

El **volumen de ventas** se mantuvo estable en 1,084 mil toneladas métricas. La operación de molienda de maíz en Europa y los volúmenes en otras subsidiarias mexicanas compensaron los efectos de la sensibilidad a los precios en el canal institucional en Estados Unidos y menores volúmenes en la división de México y Centroamérica.

Las ventas netas disminuyeron 4% a US\$1,660.7 millones principalmente por (1) el efecto de conversión de un dólar estadounidense más fuerte en relación con el peso mexicano en comparación con el 2T24 en las operaciones mexicanas; (2) contracción en el volumen del canal institucional de Estados Unidos; y (3) una base comparativa difícil en México del 2T24. Las ventas de operaciones fuera de México representaron el 73% de las cifras consolidadas.

El **costo de ventas** disminuyó 6% a US\$970.1 millones debido a eficiencias. Como porcentaje de ventas netas, el costo de ventas mejoró a 60.6% de 61.9%.

Los **gastos de venta y administración** disminuyeron 1% a US\$406.6 millones debido a las eficiencias generadas en la forma de (1) menores costos logísticos; y (2) menores comisiones pagadas. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 25.4% de 24.7%.

Otros ingresos, neto, fueron de US\$5.7 millones en comparación con US\$3.4 millones el año pasado. El cambio se debió principalmente a las ganancias derivadas de los pagos de seguros sobre activos dañados en trimestres anteriores.

La **utilidad de operación** aumentó un 1% a US\$229.8 millones. El margen de operación se expandió 70 puntos base a 14.4% de 13.7%.

El **UAFIRDA** aumentó 1% a US\$289.7 millones y el margen UAFIRDA aumentó 90 puntos base a 18.1% de 17.2%. El UAFIRDA de las operaciones fuera de México representó 82% del consolidado.

El **costo de financiamiento, neto**, se incrementó un 54% a US\$28.8 millones, debido principalmente a los cambios en el balance general de GRUMA con respecto a la posición monetaria, que experimentó menores ganancias como resultado de los efectos de un dólar estadounidense más fuerte durante el periodo.

Los impuestos a la utilidad fueron US\$67.1 millones, un decremento del 6% con respecto al 2T24, debido a una menor utilidad antes de impuestos, como resultado de la dinámica mencionada anteriormente. La tasa impositiva efectiva del trimestre fue de 33.4% en comparación con 34.2% en el 2T24.

La **utilidad neta mayoritaria** disminuyó 2% a US\$134.1 millones.

A pesar de las incertidumbres que persisten en torno a las perspectivas económicas de Estados Unidos y de un sentimiento del consumidor más débil, GRUMA pudo adaptar su estrategia en Estados Unidos para mejorar la generación del UAFIRDA y obtener resultados sólidos en el resto de sus operaciones globales.

SITUACIÓN FINANCIERA

Junio 2025 versus Marzo 2025

Datos Sobresalientes de Balance

Los **activos totales** aumentaron un 4% a US\$4,941 millones en comparación con Marzo de 2025, reflejando aumentos del 14% en cuentas por cobrar, 5% en inventarios y 4% en Propiedades, Planta y Equipo.

Los **pasivos totales** aumentaron 7% a US\$2,863 millones, como resultado de un incremento del 15% en cuentas por pagar.

El **capital contable mayoritario** aumentó 1% a US\$2,075 millones.

Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA subió 3% a US\$1,834 millones en relación con el fortalecimiento del peso frente al dólar estadounidense respecto al cierre de Marzo. El múltiplo de Deuda Neta / UAFIRDA se incrementó a 1.3x. Aproximadamente 67% de la deuda de GRUMA estaba denominada en dólares.

Deuda (millones de dólares)

Var vs Jun'24				Var vs Mar'25		
Jun'25	Jun'24	(\$)	(%)	Mar'25	(\$)	(%)
1,834	1,870	(36)	(2%)	1,789	45	3%

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
Club Loan BBVA 2023	SOFR + 1.30%				140.0				140.0
Cebures Gruma21 (MXN \$2,000)	Fija 7.00%				105.9				105.9
Cebures Gruma22 (MXN \$4,500)	TIIE + 0.29%			238.2					238.2
Otros:									
MXN	8.75%	111.2							111.2
EUR	0.95%	10.6	10.6						21.2
TOTAL	6.40% (prom.)	121.7	10.6	263.2	245.9	0.0	0.0	800.0	1,441.4

⁽¹⁾ Los US\$393 millones de arrendamientos no están considerados en estas cifras.

INVERSIONES

Las inversiones de capital de GRUMA fueron de US\$56 millones en el 2T25, destinándose principalmente a los siguientes proyectos durante el trimestre: (1) actualizaciones y mantenimiento general en toda la empresa, particularmente en GIMSA; (2) reemplazo de equipo operativo en Estados Unidos; (3) líneas de producción en la operación de tortillas de México; y (4) expansión de la capacidad en Centroamérica.

RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

2T25 versus 2T24

Gruma Estados Unidos

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		2T25	%	2T24	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS	Volumen de Ventas ¹	391		400		(9)	(2)
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	875.7	100.0	921.6	100.0	(46)	(5)
	Utilidad de Operación	150.8	17.2	152.2	16.5	(1)	(1)
	UAFIRDA	193.0	22.0	188.8	20.5	4	2

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



El **volumen de ventas** disminuyó 2% a 391 mil toneladas métricas, principalmente debido a una menor confianza del consumidor, reflejando el potencial de nuevas presiones inflacionarias y un panorama económico incierto. El canal institucional impulsó la disminución en los volúmenes vendidos, debido a la sensibilidad a los precios en trimestres anteriores.

El negocio de harina de maíz entregó resultados favorables, ya que tanto el canal minorista como el industrial mostraron una demanda estable durante el 2T25 en relación con trimestres anteriores.

Las ventas netas disminuyeron 5% a US\$875.7 millones reflejando (1) la pérdida de volumen en el canal institucional; y (2) el panorama competitivo en el canal minorista, donde se han implementado descuentos y promociones en algunos de los productos estándar de GRUMA.

El costo de ventas disminuyó 6% a US\$488.0 millones debido principalmente a eficiencias.

Los **gastos de venta y administración** disminuyeron 3% a US\$241.9 millones debido a 1) menores costos logísticos; y (2) menores comisiones pagadas como parte de las eficiencias generadas durante el trimestre. Como porcentaje de ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 27.6% de 27.0% en 2T24.

Otros ingresos, neto, fueron de US\$5.0 millones en comparación con US\$0.4 millones en el 2T24, resultando principalmente del pago de reclamaciones de seguros sobre activos dañados.

La **utilidad de operación** disminuyó 1% a US\$150.8 millones, y el margen de operación creció 70 puntos base a 17.2% de 16.5%.

El UAFIRDA creció 2% a US\$193.0 millones y el margen UAFIRDA subió a 22.0% de 20.5% en el 2T24.

En el 2T25 se logró un crecimiento del UAFIRDA de 2% a pesar de la incertidumbre económica y la alta selectividad de los consumidores. La contracción del volumen y las ventas debería corregirse en el segundo semestre a medida que la confianza del consumidor en la economía recupere impulso y muchas de nuestras iniciativas planificadas para respaldar el crecimiento del volumen se implementen en todo el país.

GIMSA

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		2T25	%	2T24	%	VAR (\$)	VAR (%)
GIMSA¹	Volumen de Ventas ²	522		525		(3)	(1)
Harina de maíz y otros	Ventas netas	430.6	100.0	433.1	100.0	(3)	(1)
	Utilidad de Operación	33.7	7.8	37.9	8.8	(4)	(11)
	UAFIRDA	46.0	10.7	49.4	11.4	(3)	(7)

¹ Conversión simple al tipo de cambio de Ps.18.8928/dólar al 30 de junio 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 disminuyó 1% a 522 mil toneladas métricas, principalmente debido a una desaceleración en los programas gubernamentales que apoyan a las comunidades rurales como parte de sus iniciativas humanitarias anuales, creando una base de comparación más alta en el 2T24.

Las ventas netas disminuyeron 1% a US\$430.6 millones, en línea con los volúmenes vendidos.

El costo de ventas disminuyó 4% a US\$312.0 millones debido principalmente a eficiencias. Como porcentaje de las ventas netas, mejoró a 72.4% de 74.8%.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 19% a US\$87.0 millones como resultado de (1) elevados gastos de mercadotecnia; y (2) otros gastos corporativos. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 20.2% de 16.9%.

Otros ingresos, neto, fueron US\$2.1 millones en comparación con US\$2.2 millones en 2T24, como resultado principalmente del pago de reclamaciones de seguros sobre activos dañados.

La **utilidad de operación** disminuyó 11% a US\$33.7 millones, y el margen de operación bajó 100 puntos base a 7.8%.

El UAFIRDA disminuyó 7% a US\$46.0 millones en el 2T25 y el margen UAFIRDA bajó 70 puntos base a 10.7% de 11.4%.

Esperamos que los programas gubernamentales aumenten en los próximos meses, pero en general, el núcleo de la operación de GIMSA permanece intacto con una sólida demanda de los canales industriales y minoristas. Esperamos con entusiasmo la segunda mitad del año, cuando se normalicen las operaciones en general.

Gruma Europa

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		2T25	%	2T24	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA EUROPA	Volumen de Ventas ¹	107		101		5	5
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	135.3	100.0	116.3	100.0	19	16
	Utilidad de Operación	13.9	10.3	11.4	9.8	3	22
	UAFIRDA	17.9	13.2	14.9	12.8	3	20

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



El volumen de ventas aumentó 5% a 107 mil toneladas métricas en el 2T25, impulsado principalmente por la expansión de la operación de molienda de maíz con una mayor demanda de Italia y Turquía. La composición del negocio de tortillas continúa expandiéndose en el comercio minorista en relación con el canal institucional, lo que también contribuyó al crecimiento del volumen.

Las ventas netas aumentaron 16% a US\$135.3 millones como resultado de (1) crecimiento en volumen; y (2) una mezcla de ventas más rentable en el negocio de tortilla y molienda de maíz.

El costo de ventas se incrementó 17% a US\$92.8 millones, como resultado de (1) mayores costos de materia prima; y (2) elevados costos laborales. Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas se incrementó a 68.6% de 68.0%.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 12% a US\$28.6 millones principalmente debido a elevados costos de distribución en el 2T25. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración mejoraron a 21.1% de 21.9%.

Otros ingresos, neto, totalizaron US\$0.0 millones en comparación con un gasto de US\$0.3 millones en el 2T24.

La utilidad de operación se incrementó 22% a US\$13.9 millones en comparación con US\$11.4 millones en 2T24. El margen de operación se expandió 50 puntos base a 10.3% en 2T25 de 9.8%.

El **UAFIRDA** fue de US\$17.9 millones, una mejora de 20% de US\$14.9 millones en el 2T24, y el margen UAFIRDA creció a 13.2% de 12.8% el año pasado.

La división europea entregó excelentes resultados en el segundo trimestre del año. La estrategia de la operación de la tortilla ha sido muy beneficiosa para el desempeño general y la demanda adicional de los productos de molienda de maíz en el sur de Europa ha respaldado todos los esfuerzos. El UAFIRDA creció 20% y el UAFIRDA por tonelada 14% en el trimestre.

Gruma Asia y Oceanía

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		2T25	%	2T24	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ASIA Y OCEANIA¹	Volumen de Ventas ¹	25		24		1	5
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	68.0	100.0	65.4	100.0	3	4
	Utilidad de Operación	5.7	8.3	5.6	8.5	0	1
	UAFIRDA	8.6	12.7	8.3	12.8	0	4

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



El **volumen de ventas** aumentó 5% a 25 mil toneladas métricas, impulsado por una mayor actividad comercial en China durante el 2T25 y un sólido crecimiento en las divisiones de Australia y Malasia.

Las **ventas netas** aumentaron 4% a US\$68.0 millones como resultado de un mayor crecimiento en volumen.

El **costo de ventas** aumentó 4% a US\$47.1 millones durante el trimestre en línea con el crecimiento en volumen. Como porcentaje de ventas netas, se expandió a 69.2% de 68.9% en el 2T24.

Los **gastos de venta y administración** subieron 3% a US\$15.2 millones, como resultado de (1) aumento en costos de mercadotecnia; y (2) mayores comisiones pagadas en línea con mayores ingresos. Como porcentaje de ventas netas, los gastos de venta y administración mejoraron a 22.3% de 22.5% en el 2T24.

La **utilidad de operación** aumentó 1% a US\$5.7 millones, mientras que el margen de operación fue de 8.3% comparado con 8.5% en el 2T24.

El **UAFIRDA** creció 4% a US\$8.6 millones y el margen UAFIRDA disminuyó 10 puntos base a 12.7% de 12.8% en el 2T24.

La división de Asia y Oceanía de Gruma continúa mostrando un sólido impulso, respaldado por una demanda saludable y una actividad más fuerte en China, Australia y Malasia. A pesar de que los costos aumentaron, la subsidiaria mantuvo un margen UAFIRDA resiliente de 12.7%.

Gruma Centroamérica

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		2T25	%	2T24	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA CENTROAMÉRICA	Volumen de Ventas ¹	60		60		(1)	(1)
Harina de maíz y otros	Ventas netas	96.6	100.0	97.7	100.0	(1)	(1)
	Utilidad de Operación	15.3	15.9	15.7	16.1	(0)	(2)
	UAFIRDA	17.5	18.1	17.7	18.2	(0)	(1)

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



El volumen de ventas disminuyó 1% a 60 mil toneladas métricas, debido a las limitaciones de capacidad para satisfacer la fuerte demanda regional.

Las ventas netas disminuyeron 1% a US\$96.6 millones en línea con la contracción en volumen vendido.

El costo de ventas disminuyó 3% a US\$56.3 millones debido a eficiencias. Como porcentaje de ventas netas, el costo de ventas mejoró a 58.3% de 59.4% debido a la dinámica de ingresos y costos antes mencionada.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 3% a US\$25.0 millones debido a (1) mayores costos de flete; y (2) mayores costos de mercadotecnia para apoyar a la marca durante el 2T25. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 25.9% de 25.0%.

La **utilidad de operación** disminuyó 2% a US\$15.3 millones y el margen de operación disminuyó 20 puntos base a 15.9% de 16.1%, como resultado de la dinámica de ingresos y costos mencionada anteriormente.

El UAFIRDA disminuyó 1% a US\$17.5 millones de US\$17.7 millones en el 2T24 y el margen UAFIRDA se contrajo 10 puntos base a 18.1% de 18.2%.

La división en Centroamérica está experimentando una fuerte demanda, que se está abordando, invirtiendo en una mayor capacidad de producción. Una vez que se completen estas inversiones, los volúmenes y los ingresos deberían volver gradualmente a la tendencia de crecimiento reciente.

Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **utilidad de operación** fue de US\$10.3 millones comparado con US\$4.0 millones en el 2T24, principalmente debido a los efectos de un dólar estadounidense más fuerte en relación con el peso mexicano.

LLAMADA DE CONFERENCIA

La llamada de conferencia del segundo trimestre se llevará a cabo el jueves 24 de julio 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.18.8928/dólar al 30 de junio 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)				2T25	2T24	VAR (%)	2025	2024	VAR (%)
Ventas Netas				1,600.7	1,660.9	(4)	3,149.2	3,308.2	(5)
Costo de Ventas				970.1	1,027.6	(6)	1,902.6	2,060.6	(8)
Utilidad Bruta				630.7	633.3	(0)	1,246.6	1,247.6	(0)
Margen Bruto (%)				39.4%	38.1%	130 bp	39.6%	37.7%	190 pb
Gasto de Administración y Ventas				406.6	409.9	(1)	811.9	817.3	(1)
Otros Gastos (Ingresos) , Neto				(5.7)	(3.4)	(66)	(12.2)	(2.6)	(379)
Utilidad de Operación				229.8	226.9	1	446.9	432.9	3
Margen Operativo (%)				14.4%	13.7%	70 bp	14.2%	13.1%	110 pb
Costo de Financiamiento, Neto				28.8	18.8	54	59.1	50.6	17
Gastos Financieros				33.8	33.4	1	67.3	67.3	(0)
Productos Financieros				(3.4)	(5.3)	36	(6.9)	(9.7)	29
Resultado en Instrumentos Financieros Derivados				(0.0)	0.0	0	(0.0)	0.0	0
Fluctuación Cambiaria				(1.2)	(9.3)	87	(0.5)	(6.7)	93
Resultado por posición monetaria				(0.4)	(0.1)	(426)	(0.9)	(0.2)	
Impuestos a la Utilidad				67.1	71.3	(6)	128.2	134.3	(5)
Resultado Neto				133.9	136.9	(2)	259.7	247.9	5
Resultado Neto Mayoritario				134.1	136.9	(2)	260.0	247.8	5
Resultado por Acción ¹				0.38	0.38	1	0.74	0.68	9
Depreciación y Amortización				59.9	59.4		118.7	117.8	
UAFIRDA ²				289.7	286.3	1	565.6	550.7	3
UAFIRDA / Ventas (%)				18.1%	17.2%	90 bp	18.0%	16.6%	140 pb
Inversiones				56	54	5	106	107	(1)

Gruma, S.A.B. de C.V., y Subsidiarias					
Resumen de Estado de Balance (USD millones)					
	Jun-25	Jun-24	VAR (%)	Mar-25	VAR (%)
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	353	440	(20)	386	(9)
Clientes	561	551	2	525	7
Otras cuentas y documentos por cobrar	213	155	38	153	39
Inventarios	1,163	1,144	2	1,110	5
Activo Circulante	2,329	2,324	0	2,219	5
Propiedad, Planta y Equipo	2,318	2,239	4	2,230	4
Activo Totales	4,941	4,855	2	4,728	4
Deuda a Corto Plazo	183	473	(61)	170	8
Pasivo Circulante	949	1,408	(33)	847	12
Deuda a largo Plazo	1,647	1,395	18	1,615	2
Pasivo Total	2,863	3,007	(5)	2,681	7
Capital Contable Mayoritario	2,075	1,845	12	2,045	1
Capital Contable Total	2,078	1,848	12	2,047	1
Activo Circulante / Pasivo Circulante	2.45	1.65		2.62	
Pasivo Total / Capital Contable Total	1.38	1.63		1.31	
Deuda Neta/ UAFIRDA ²	1.29	1.30		1.22	
UAFIRDA /Gastos Financieros ³	8.61	7.71		8.60	
Valor Contable por Acción ¹	5.90	5.07		5.74	

¹ En base a 351'690,146 acciones para junio 2025, 364'075,383 acciones para junio 2024 y 356'387,473 acciones para marzo 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)		2T25	%	2T24	%	VAR (\$)	VAR (%)	2025	%	2024	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS	Volumen de Ventas ²	391		400		(9)	(2)	775		790		(15)	(2)
	Harina de maíz, tortilla y otros												
	Ventas Netas	875.7	100.0	921.6	100.0	(46)	(5)	1,755.4	100.0	1,824.6	100.0	(69)	(4)
	Costo de Venta	488.0	55.7	521.2	56.6	(33)	(6)	976.2	55.6	1,038.6	56.9	(62)	(6)
	Utilidad Bruta	387.7	44.3	400.4	43.4	(13)	(3)	779.2	44.4	786.0	43.1	(7)	(1)
	Gastos de Venta y Adm.	241.9	27.6	248.6	27.0	(7)	(3)	487.5	27.8	488.8	26.8	(1)	(0)
	Utilidad de Operación	150.8	17.2	152.2	16.5	(1)	(1)	301.6	17.2	297.7	16.3	4	1
UAFIRDA		193.0	22.0	188.8	20.5	4	2	386.3	22.0	370.5	20.3	16	4
GIMSA	Volumen de Ventas ²	522		525		(3)	(1)	1,034		1,049		(15)	(1)
	Harina de maíz y otros												
	Ventas Netas	430.6	100.0	433.1	100.0	(3)	(1)	854.4	100.0	866.6	100.0	(12)	(1)
	Costo de Venta	312.0	72.4	324.1	74.8	(12)	(4)	620.0	72.6	652.4	75.3	(32)	(5)
	Utilidad Bruta	118.6	27.6	109.0	25.2	10	9	234.3	27.4	214.2	24.7	20	9
	Gastos de Venta y Adm.	87.0	20.2	73.3	16.9	14	19	173.8	20.3	145.9	16.8	28	19
	Utilidad de Operación	33.7	7.8	37.9	8.8	(4)	(11)	64.3	7.5	69.7	8.0	(5)	(8)
UAFIRDA		46.0	10.7	49.4	11.4	(3)	(7)	88.7	10.4	92.4	10.7	(4)	(4)
GRUMA EUROPA	Volumen de Ventas ²	107		101		5	5	212		210		2	1
	Harina de maíz, tortilla y otros												
	Ventas Netas	135.3	100.0	116.3	100.0	19	16	250.2	100.0	223.7	100.0	27	12
	Costo de Venta	92.8	68.6	79.1	68.0	14	17	174.8	69.9	154.8	69.2	20	13
	Utilidad Bruta	42.5	31.4	37.2	32.0	5	14	75.3	30.1	68.9	30.8	6	9
	Gastos de Venta y Adm.	28.6	21.1	25.5	21.9	3	12	53.9	21.5	51.0	22.8	3	6
	Utilidad de Operación	13.9	10.3	11.4	9.8	3	22	21.6	8.6	17.5	7.8	4	23
UAFIRDA		17.9	13.2	14.9	12.8	3	20	29.3	11.7	24.4	10.9	5	20
GRUMA ASIA Y OCEANÍA	Volumen de Ventas ²	25		24		1	5	50		49		2	3
	Harina de maíz y otros												
	Ventas Netas	68.0	100.0	65.4	100.0	3	4	134.8	100.0	130.8	100.0	4	3
	Costo de Venta	47.1	69.2	45.1	68.9	2	4	93.2	69.1	88.7	67.8	4	5
	Utilidad Bruta	20.9	30.8	20.3	31.1	1	3	41.6	30.9	42.1	32.2	(1)	(1)
	Gastos de Venta y Adm.	15.2	22.3	14.7	22.5	0	3	30.2	22.4	29.4	22.5	1	3
	Utilidad de Operación	5.7	8.3	5.6	8.5	0	1	11.4	8.4	12.7	9.7	(1)	(11)
UAFIRDA		8.6	12.7	8.3	12.8	0	4	17.3	12.8	18.1	13.8	(1)	(5)
GRUMA CENTROAMÉRICA	Volumen de Ventas ²	60		60		(1)	(1)	119		118		1	1
	Harina de maíz y otros												
	Ventas Netas	96.6	100.0	97.7	100.0	(1)	(1)	193.2	100.0	193.6	100.0	(0)	(0)
	Costo de Venta	56.3	58.3	58.0	59.4	(2)	(3)	114.3	59.2	117.5	60.7	(3)	(3)
	Utilidad Bruta	40.3	41.7	39.6	40.6	1	2	78.9	40.8	76.1	39.3	3	4
	Gastos de Venta y Adm.	25.0	25.9	24.4	25.0	1	3	49.5	25.6	47.4	24.5	2	5
	Utilidad de Operación	15.3	15.9	15.7	16.1	(0)	(2)	29.4	15.2	29.3	15.1	0	1
UAFIRDA		17.5	18.1	17.7	18.2	(0)	(1)	33.7	17.4	33.2	17.2	0	1
OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES	Volumen de Ventas ²	(21)		(31)		10	34	(44)		(61)		17	28
	Ventas Netas	(5.5)	100.0	26.8	100.0	(32)	(121)	(38.6)	100.0	69.0	100.0	(108)	(156)
	Costo de Venta	(26.1)	474.5	0.1	0.4	(26)	(26,200)	(75.9)	196.6	8.7	12.6	(85)	(972)
	Utilidad Bruta	20.6	(374.5)	26.7	99.6	(6)	(23)	37.3	(96.6)	60.3	87.4	(23)	(38)
	Gastos de Venta y Adm.	8.9	(161.8)	23.3	86.9	(14)	(62)	17.1	(44.3)	54.8	79.4	(38)	(69)
	Utilidad de Operación	10.3	(187.3)	4.0	14.9	6	158	18.7	(48.4)	6.0	8.7	13	212
	UAFIRDA	6.6	(120.0)	7.1	26.5	(1)	(7)	10.3	(26.7)	12.0	17.4	(2)	(14)
CONSOLIDADO	Volumen de Ventas ²	1,084		1,079		5	0	2,146		2,155		(9)	(0)
	Ventas Netas	1,600.7	100.0	1,660.9	100.0	(60)	(4)	3,149.2	100.0	3,308.2	100.0	(159)	(5)
	Costo de Venta	970.1	60.6	1,027.6	61.9	(57)	(6)	1,902.6	60.4	2,060.6	62.3	(158)	(8)
	Utilidad Bruta	630.7	39.4	633.3	38.1	(3)	(0)	1,246.6	39.6	1,247.6	37.7	(1)	(0)
	Gastos de Venta y Adm.	406.6	25.4	409.9	24.7	(3)	(1)	811.9	25.8	817.3	24.7	(5)	(1)
	Otros Gtos. (Ing.), Neto	(5.7)		(3.4)		(2)	(66)	(12.2)		(2.6)		(10)	(379)
	Utilidad de Operación	229.8	14.4	226.9	13.7	3	1	446.9	14.2	432.9	13.1	14	3
	UAFIRDA	289.7	18.1	286.3	17.2	3	1	565.6	18.0	550.7	16.6	15	3

¹ Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

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