

# REPORTE DE RESULTADOS



**AUTHENTIC CHIPS,  
AUTHENTIC CRUNCH**



---

**CUARTO  
TRIMESTRE 2025**



Investor Relations

ir@GRUMA.com

Tel: 52 (81) 8399-3349

www.GRUMA.com

## RESULTADOS DEL CUARTO TRIMESTRE DE 2025



San Pedro Garza García, N.L., México; 18 de febrero de 2026

*Durante 2025, logramos alcanzar los niveles deseados de rentabilidad mediante la expansión de márgenes en línea con la guía, mientras mitigábamos los efectos de un entorno económico desafiante en Estados Unidos que fue impulsado por un débil sentimiento del consumidor. Nuestra marca “Better For You” continúa operando de una manera favorable y sigue protegida de estos efectos; sin embargo, la tendencia a la baja que hemos observado a lo largo del año en el canal de institucional en Estados Unidos, ha contrarrestado su impacto positivo. GIMSA continuó viéndose afectada por el incremento en los costos de materias primas, mientras que Europa continuó ofreciendo un desempeño excepcional, mejorando la mezcla de canales y optimizando de la oferta de productos. Asia y Oceanía mostraron un impulso positivo en la demanda, mientras que Centroamérica sigue ofreciendo resultados sólidos al enfocarse en aumentar la capacidad para satisfacer la creciente demanda. Gracias a una ejecución estratégica consistente, GRUMA cerró el año en línea con las expectativas y entró a 2026 con un impulso positivo, ya que la dinámica del mercado mostró señales de mejora hacia el final del año.*



## DATOS SOBRESALIENTES

### Datos Financieros Relevantes

Estado de Resultados (USD millones)	Trimestre		
	4T25	4T24	VAR (%)
Volumen (miles de toneladas)	1,096	1,097	(0)
Ventas netas	1,589.8	1,555.3	2
Utilidad de Operación	212.7	229.5	(7)
Margen Operativo (%)	13.4%	14.8%	(140) pb
UAFIRDA <sup>1</sup>	277.7	292.4	(5)
UAFIRDA / Ventas (%)	17.5%	18.8%	(130) pb
Resultado Neto Mayoritario	126.6	155.4	(18)

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

## RESULTADOS CONSOLIDADOS

4T25 versus 4T24

El **volumen de ventas** se mantuvo estable en 1,096 mil toneladas métricas, impulsado por desafíos en Estados Unidos, principalmente en el canal institucional, debido a un débil sentimiento del consumidor, en línea con las tendencias observadas en trimestres anteriores. Volúmenes en todas las demás filiales fuera de Estados Unidos y GIMSA incrementaron volumen gracias a un impulso positivo en la demanda.

**Las ventas netas** incrementaron 2% a US\$1,589.8 millones, impulsado principalmente por un buen desempeño en Europa, Asia y Oceanía, y Centroamérica, apoyado por una mezcla de precios favorable y una mayor demanda en cada una de estas filiales. Las ventas de operaciones fuera de México representaron el 70% de las cifras consolidadas.

**El costo de ventas** aumentó 5% a US\$987.1 millones, principalmente impulsado por mayores costos de materias primas en GIMSA, GRUMA Europa, y Asia y Oceanía. Como porcentaje de ventas netas, el costo de ventas incrementó a 62.1% de 60.7%.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 4% a US\$391.4 millones debido a (1) un aumento en los costos logísticos; y (2) mayores costos de mercadotecnia en relación con 4T24. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 24.6% de 24.1%.

**Otros ingresos, neto**, fueron de US\$1.4 millones en comparación con un gasto de US\$5.9 millones el año pasado. El cambio se debió principalmente a las ganancias de reclamaciones de seguros sobre activos dañados en trimestres anteriores.

La **utilidad de operación** disminuyó un 7% a US\$212.7 millones. El margen de operación se contrajo 140 puntos base a 13.4% de 14.8%.

El **UAFIRDA** disminuyó 5% a US\$277.7 millones y el margen UAFIRDA bajó 130 puntos base a 17.5% de 18.8%. El UAFIRDA de las operaciones fuera de México representaron 77% del consolidado.

El **costo de financiamiento, neto**, fue de US\$35.6 millones, principalmente debido al efecto de un peso más fuerte sobre la deuda denominada en pesos y en posiciones monetarias.

**Los impuestos a la utilidad** fueron US\$50.5 millones, una disminución del 31% con respecto al 4T24, debido a una menor utilidad antes de impuestos, como resultado de la dinámica mencionada anteriormente. La tasa impositiva efectiva del trimestre fue de 28.5% en comparación con 31.9% en el 4T24.

**La utilidad neta mayoritaria** se disminuyó 18% a US\$126.6 millones.

*Los fundamentales del negocio principal de GRUMA continúa mostrando un fuerte impulso, con la excepción del sentimiento del consumidor en Estados Unidos. Como resultado, los mayores ingresos no pudieron compensar el incremento en el costo de ventas, principalmente debido a desafíos temporales en México. Esperamos un mejor desempeño a corto plazo una vez superados estos desafíos.*

## SITUACIÓN FINANCIERA

Diciembre 2025 versus Septiembre 2025

### Datos Sobresalientes de Balance

Los **activos totales** incrementaron 1% a US\$5,068.4 millones en comparación con septiembre de 2025. Este cambio se debió principalmente a un aumento del 4% en inventarios y un incremento del 2% en Propiedades, Planta y Equipo.

Los **pasivos totales** disminuyeron 1% a US\$2,831.2 millones, como resultado de una disminución en las cuentas por pagar.

El **capital contable mayoritario** incrementó 3% a US\$2,234.4 millones.

## Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA incrementó 2% o US\$36 millones a US\$1,843 millones en relación con el fortalecimiento del peso frente al dólar estadounidense en relación a finales de septiembre. El múltiplo de Deuda Neta / UAFIRDA subió a 1.3x. Aproximadamente 67% de la deuda de GRUMA estaba denominada en dólares.

### Deuda (millones de dólares)

Var vs Dic'24				Var vs Sep'25		
Dic'25	Dic'24	(\$)	(%)	Sep'25	(\$)	(%)
1,843	1,667	176	11%	1,807	36	2%

### Perfil de Vencimientos de Deuda<sup>(1)</sup> (millones de dólares)

	Tasa	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032+	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%			111.3					111.3
Cebures Gruma22 (MXN \$4,500)	TIIE + 0.29%		250.5						250.5
Otros:									
MXN	7.56%	111.3							111.3
EUR	3.04%	15.6							15.7
<b>TOTAL</b>	<b>6.06%</b>	<b>126.9</b>	<b>415.5</b>	<b>111.3</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>800.0</b>	<b>1,453.8</b>

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

## INVERSIONES

Las inversiones de capital de GRUMA fueron de US\$74 millones en el 4T25 y US\$225 millones para todo el año 2025, destinándose principalmente a los siguientes proyectos durante el trimestre: (1) Adiciones y reemplazo de equipos operativos en Estados Unidos; (2) actualizaciones y mantenimiento general en toda la empresa, particularmente en GIMSA; y (3) expansiones de capacidad en Europa.

## RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

4T25 versus 4T24

### Gruma Estados Unidos

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		4T25	%	4T24	%	VAR (\$)	VAR (%)
<b>GRUMA ESTADOS UNIDOS</b>	Volumen de Ventas <sup>1</sup>	<b>372</b>		388		(16)	(4)
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	<b>818.1</b>	<b>100.0</b>	863.1	100.0	(45)	(5)
	Utilidad de Operación	<b>125.0</b>	<b>15.3</b>	138.1	16.0	(13)	(9)
	UAFIRDA	<b>169.1</b>	<b>20.7</b>	182.2	21.1	(13)	(7)

<sup>1</sup> Todas los datos de volumen de ventas están expresados en miles de toneladas.



El **volumen de ventas** disminuyó 4% a 372 mil toneladas métricas, principalmente debido a la contracción del volumen en el canal institucional, en línea con la tendencia de los trimestres anteriores, y reflejando la baja confianza del consumidor en Estados Unidos.

**Las ventas netas** disminuyeron 5% a US\$818.1 millones debido principalmente por la disminución del volumen mencionada anteriormente.

**El costo de ventas** disminuyó 5% a US\$468.5 millones en línea con menor volumen.

Los **gastos de venta y administración** disminuyeron 2% a US\$227.4 millones, debido a (1) menores comisiones pagadas; (2) una disminución en costos logísticos durante el trimestre; y (3) menores costos de mercadotecnia, todo en línea con menores ventas durante el trimestre. Como porcentaje de ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 27.8% de 26.8% en 4T24.

**Otros ingresos, neto**, fueron de US\$2.7 millones en comparación con US\$0.4 millones en el 4T24, resultando principalmente del pago de reclamaciones de seguros sobre activos dañados.

La **utilidad de operación** disminuyó 9% a US\$125.0 millones, y el margen de operación bajó 70 puntos base a 15.3% de 16.0%.

**El UAFIRDA** disminuyó 7% a US\$169.1 millones y el margen UAFIRDA bajó a 20.7% de 21.1% en el 4T24.

*A pesar de los desafíos presentados, GRUMA Estados Unidos logró mitigar estos efectos y cerró el año con niveles atractivos de rentabilidad. Esta subsidiaria se vio particularmente presionada por los efectos de una débil confianza del consumidor, la cual ha sido una constante a lo largo del año.*

## GIMSA

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		4T25	%	4T24	%	VAR (\$)	VAR (%)
<b>GIMSA<sup>1</sup></b>	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	<b>554</b>		554		(0)	(0)
Harina de maíz y otros	Ventas netas	<b>475.9</b>	<b>100.0</b>	479.0	100.0	(3)	(1)
	Utilidad de Operación	<b>37.2</b>	<b>7.8</b>	41.3	8.6	(4)	(10)
	UAFIRDA	<b>51.2</b>	<b>10.8</b>	54.6	11.4	(3)	(6)

<sup>1</sup> Conversión simple al tipo de cambio de Ps.17.9667/dólar al 31 de diciembre de 2025. Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

<sup>2</sup> Todos los datos de volumen de ventas están expresados en miles de toneladas.



**El volumen de ventas** se mantuvo estable en 554 mil toneladas métricas como resultado una base de comparación difícil, debido a la mayor actividad en los programas humanitarios gubernamentales que apoyan a las comunidades rurales durante todo 2024. A pesar de ello, la demanda estable de los productores de tortillas de todo el país compensó este efecto.

**Las ventas netas** disminuyeron 1% a US\$475.9 millones, en línea con el desempeño del volumen y la mezcla de productos vendidos.

**El costo de ventas** incrementó 7% a US\$353.0 millones debido principalmente a mayores costos de materias primas. Como porcentaje de las ventas netas, incrementó a 74.2% de 68.6%.

Los **gastos de venta y administración** disminuyeron 20% a US\$83.9 millones, resultado principalmente de menores regalías pagadas. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración mejoraron a 17.6% de 22.0%.

**Otros gastos, neto**, fueron US\$1.9 millones en comparación de US\$3.6 millones en 4T24, resultado principalmente de menores gastos relacionados con activos dañados por malas condiciones climáticas en el 4T24.

La **utilidad de operación** disminuyó 10% a US\$37.2 millones, y el margen de operación fue 7.8% comparado con 8.6% en el 4T24.

**El UAFIRDA** decreció 6% a US\$51.2 millones en el 4T25 y el margen UAFIRDA se contrajo 60 puntos base a 10.8% de 11.4%.

*Los principales impulsores de ingresos se encuentran bien posicionados y se espera que sigan siendo el motor de la subsidiaria mexicana de GRUMA hacia adelante. Los retos derivados de los costos de materias primas son de carácter temporal y deberían resolverse durante la primera mitad de 2026.*

## Gruma Europa

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		4T25	%	4T24	%	VAR (\$)	VAR (%)
<b>GRUMA EUROPA</b>	Volumen de Ventas <sup>1</sup>	<b>108</b>		106		1	1
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	<b>125.6</b>	<b>100.0</b>	110.7	100.0	15	14
	Utilidad de Operación	<b>7.2</b>	<b>5.7</b>	7.2	6.5	(0)	(1)
	UAFIRDA	<b>11.4</b>	<b>9.1</b>	11.0	10.0	0	3

<sup>1</sup> Todas los datos de volumen de ventas están expresados en miles de toneladas.



**El volumen de ventas** se incrementó 1% a 108 mil toneladas métricas en el 4T25, ya que la continua expansión de la tortilla en el continente y el impulso positivo en el negocio de la harina de maíz apoyaron el crecimiento en el periodo, a pesar de las presiones inflacionarias en España.

**Las ventas netas** crecieron un 14% a US\$125.6 millones como resultado de (1) la mezcla general de negocio que favorece al canal minorista frente al canal institucional de tortilla; y (2) una mezcla de ventas más rentable en el negocio minorista de la tortilla.

**El costo de ventas** se incrementó 13% a US\$91.0 millones durante el trimestre debido a (1) mayores costos de materias primas; (2) mayores costos laborales como resultado de la inflación; y (3) crecimiento en volumen. Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas se mantuvo estable en 72.5% en el 4T25.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 23% a US\$27.8 millones principalmente debido a elevados costos de distribución en el 4T25. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración incrementaron a 22.1% de 20.4%.

**Otros ingresos, neto**, totalizaron US\$0.4 millones en comparación con un gasto de US\$0.6 millones en el 4T24 como resultado del pago de reclamaciones sobre activos dañados.

**La utilidad de operación** disminuyó 1% a US\$7.2 millones 4T25. El margen de operación decreció 80 puntos base a 5.7% en 4T25 de 6.5%.

El **UAFIRDA** fue de US\$11.4 millones, una mejora de 3% de US\$11.0 millones en el 4T24, y el margen UAFIRDA disminuyó a 9.1% de 10.0% el año pasado.

*GRUMA Europa extendió su desempeño positivo gracias a la expansión, una mezcla más rentable y el fortalecimiento del valor de marca en todo el continente; los desafíos logísticos — específicamente el aumento de los costos de flete— compensaron el sólido desempeño de esta subsidiaria; sin embargo, estos desafíos son temporales y, a pesar de su impacto, la división europea cerró el año con bases sólidas.*

## Gruma Asia y Oceanía

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		4T25	%	4T24	%	VAR (\$)	VAR (%)
<b>GRUMA ASIA Y OCEANIA<sup>1</sup></b>	Volumen de Ventas <sup>1</sup>	<b>27</b>		26		1	3
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	<b>74.2</b>	<b>100.0</b>	68.5	100.0	6	8
	Utilidad de Operación	<b>7.7</b>	<b>10.3</b>	5.6	8.2	2	37
	UAFIRDA	<b>10.6</b>	<b>14.3</b>	8.3	12.1	2	28

<sup>1</sup> Todas los datos de volumen de ventas están expresados en miles de toneladas.



**El volumen de ventas** aumentó 3% a 27 mil toneladas métricas, debido a una actividad económica positiva en Australia y un sólido desempeño en Malasia en el 4T25.

**Las ventas netas** crecieron 8% a US\$74.2 millones como resultado de (1) mayor volumen; y (2) una mezcla de ventas más rentable en algunos mercados a los que sirve esta división.

**El costo de ventas se** incrementó 6% a US\$50.4 millones durante el trimestre, como resultado de (1) mayores costos de materias primas; y (2) reparaciones generales. Como porcentaje de ventas netas mejoró a 67.9% de 69.5% en el 4T24.

Los **gastos de venta y administración** subieron 5% a US\$16.2 millones, como resultado de (1) comisiones más altas pagadas en línea con el crecimiento de los ingresos; y (2) aumento de los gastos de mercadotecnia para apoyar la marca. Como porcentaje de ventas netas, los gastos de venta y administración bajaron a 21.8% de 22.4% en el 4T24.

La **utilidad de operación se** incrementó 37% a US\$7.7 millones, mientras que el margen de operación fue de 10.3% comparado con 8.2% en el 4T24.

**El UAFIRDA** creció 28% a US\$10.6 millones y el margen UAFIRDA subió 220 puntos base a 14.3% de 12.1% en el 4T24.

*Nuestra división de Asia y Oceanía observó una fuerte demanda en todos los mercados que atiende, particularmente en Malasia y Australia. Con la incorporación de nuestra nueva planta en China a la producción, hemos logrado diluir los costos incrementales y aliviar el apalancamiento operativo en consecuencia. Esperamos que este efecto continúe conforme aumentemos la producción en esta planta, respaldados por una mayor demanda.*

## Gruma Centroamérica

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		4T25	%	4T24	%	VAR (\$)	VAR (%)
<b>GRUMA CENTROAMÉRICA</b>	Volumen de Ventas <sup>1</sup>	<b>64</b>		61		3	5
Harina de maíz y otros	Ventas netas	<b>102.4</b>	<b>100.0</b>	100.5	100.0	2	2
	Utilidad de Operación	<b>19.2</b>	<b>18.7</b>	15.1	15.1	4	27
	UAFIRDA	<b>21.7</b>	<b>21.2</b>	17.3	17.2	4	26

<sup>1</sup> Todas los datos de volumen de ventas están expresados en miles de toneladas.



**El volumen de ventas** aumentó un 5% hasta 64 mil toneladas métricas, como resultado de la mayor demanda de productos de harina de maíz en todos los mercados que esta filial cubre.

**Las ventas netas** aumentaron 2% a US\$102.4 millones, en línea con mayor volumen vendido.

**El costo de ventas** se disminuyó 10% a US\$57.8 millones durante el 4T25, como resultado de menores costos de materias primas. Como porcentaje de ventas netas, el costo de ventas mejoró a 56.5% de 63.9% en 4T24.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 23% a US\$24.7 millones debido a elevados gastos de distribución. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración incrementaron a 24.1% de 20.0%.

La **utilidad de operación** aumentó 27% a US\$19.2 millones y el margen de operación aumentó 360 puntos base a 18.7% de 15.1%.

**El UAFIRDA** aumentó 26% a US\$21.7 millones de US\$17.3 millones en el 4T24 y el margen UAFIRDA se expandió 400 puntos base a 21.2% de 17.2%.

*Nuestra división en Centroamérica sigue experimentando un gran impulso conforme enriquecemos nuestra mezcla de ventas mediante la innovación y ampliamos nuestra línea de productos en toda la región. Esperamos ampliar este desempeño en el futuro y aún más con la incorporación de un molino que nos permitirá atender la creciente demanda.*

## Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **utilidad de operación** disminuyó a US\$16.5 millones de US\$22.0 millones, principalmente debido a los mayores costos en las operaciones de tortillas mexicanas en el 4T25 en comparación con el 4T24.

## LLAMADA DE CONFERENCIA

La llamada de conferencia del cuarto trimestre se llevará a cabo el jueves, 19 de febrero de 2026 a las 11:30 am tiempo del Este (10:30 am hora de Monterrey). Para ingresar a la llamada, favor de marcar: desde los Estados Unidos +1 (877) 407-0784, internacional +1 (201) 689-8560.

## PROCEDIMIENTOS CONTABLES

Todas las cifras consolidadas han sido preparadas de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Los estados financieros consolidados se presentan en dólares, ya que corresponden a la moneda de presentación de la Compañía. Los resultados de las entidades cuya moneda funcional es diferente a la moneda de presentación de la Compañía, se convierten a dólares usando el tipo de cambio promedio del periodo. Sin embargo, en la sección “Resultados por Subsidiaria” y en la tabla “Información Financiera por Subsidiaria” de este reporte, las cifras de GIMSA fueron convertidas a dólares usando conversión simple al tipo de cambio de Ps. 17.9667/dólar al 31 de diciembre 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 77 plantas. En 2025, GRUMA logró ventas netas de aproximadamente US\$6,400 millones, de las cuales el 73% provinieron de las operaciones fuera de México. Para mayor información, favor de visitar [www.gruma.com](http://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)				4T25	4T24	VAR (%)	2025	2024	VAR (%)
Ventas Netas	1,589.8	1,555.3	2	6,374.6	6,486.9	(2)			
Costo de Ventas	987.1	944.5	5	3,882.0	3,988.3	(3)			
Utilidad Bruta	602.7	610.8	(1)	2,492.7	2,498.6	(0)			
Margen Bruto (%)	37.9%	39.3%	(140) pb	39.1%	38.5%	60 pb			
Gasto de Administración y Ventas	391.4	375.5	4	1,620.0	1,611.1	1			
Otros Gastos (Ingresos) , Neto	(1.4)	5.9	(124)	(17.5)	(2.7)	(541)			
Utilidad de Operación	212.7	229.5	(7)	890.2	890.2	(0)			
Margen Operativo (%)	13.4%	14.8%	(140) pb	14.0%	13.7%	30 pb			
Costo de Financiamiento, Neto	35.6	0.9	3,678	126.6	78.3	62			
Gastos Financieros	33.5	33.1	1	134.2	133.2	1			
Productos Financieros	(3.4)	(10.8)	68	(13.1)	(24.8)	47			
Resultado en Instrumentos Financieros Derivados	(0.1)	0.0	0	(0.1)	0.0	0			
Fluctuación Cambiaria	5.7	(21.0)	127	6.7	(29.4)	123			
Resultado por posición monetaria	(0.0)	(0.3)		(1.1)	(0.7)				
Impuestos a la Utilidad	50.5	72.9	(31)	244.7	279.9	(13)			
Resultado Neto	126.6	155.6	(19)	518.9	532.1	(2)			
Resultado Neto Mayoritario	126.6	155.4	(18)	519.3	531.9	(2)			
Resultado por Acción <sup>1</sup>	0.37	0.43	(15)	1.51	1.48	2			
Depreciación y Amortización	76.9	73.3		279.3	249.7				
UAFIRDA <sup>2</sup>	277.7	292.4	(5)	1,136.0	1,131.1	0			
UAFIRDA / Ventas (%)	17.5%	18.8%	(130) pb	17.8%	17.4%	40 pb			
Inversiones	74	69	8	225	233	(4)			

Gruma, S.A.B. de C.V., y Subsidiarias					
Resumen de Estado de Balance (USD millones)					
	Dic-25	Dic-24	VAR (%)	Sep-25	VAR (%)
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	411	340	21	456	(10)
Clientes	550	515	7	562	(2)
Otras cuentas y documentos por cobrar	210	153	37	207	1
Inventarios	1,120	989	13	1,081	4
Activo Circulante	2,338	2,041	15	2,340	(0)
Propiedad, Planta y Equipo	2,391	2,184	9	2,344	2
<b>Activo Totales</b>	<b>5,068</b>	<b>4,497</b>	<b>13</b>	<b>5,018</b>	<b>1</b>
Deuda a Corto Plazo	186	73	155	147	27
Pasivo Circulante	898	749	20	898	0
Deuda a largo Plazo	1,652	1,589	4	1,655	(0)
<b>Pasivo Total</b>	<b>2,831</b>	<b>2,543</b>	<b>11</b>	<b>2,846</b>	<b>(1)</b>
Capital Contable Mayoritario	2,234	1,952	14	2,169	3
<b>Capital Contable Total</b>	<b>2,237</b>	<b>1,955</b>	<b>14</b>	<b>2,172</b>	<b>3</b>
Activo Circulante / Pasivo Circulante	2.60	2.72		2.61	
Pasivo Total / Capital Contable Total	1.27	1.30		1.31	
Deuda Neta/ UAFIRDA <sup>2</sup>	1.26	1.17		1.17	
UAFIRDA /Gastos Financieros <sup>3</sup>	8.46	8.49		8.60	
Valor Contable por Acción <sup>1</sup>	6.48	5.41		6.22	

<sup>1</sup> En base a 344'551,885 acciones para diciembre 2025, 360'512,428 acciones para diciembre 2024 y 348'882,998 acciones para septiembre 2025.

<sup>2</sup> UAFIRDA = utilidad de operación + depreciación, amortización y deterioro de activos de larga duración +(-) gastos (ingresos) no relacionados con la operación.

<sup>3</sup> Últimos doce meses.

Información por Subsidiaria <sup>1</sup>		Trimestre						Acumulado					
Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		4T25	%	4T24	%	VAR (\$)	VAR (%)	2025	%	2024	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	372		388		(16)	(4)	1,535		1,576		(40)	(3)
	Harina de maíz, tortilla y otros												
	Ventas Netas	818.1	100.0	863.1	100.0	(45)	(5)	3,447.5	100.0	3,605.1	100.0	(158)	(4)
	Costo de Venta	468.5	57.3	493.8	57.2	(25)	(5)	1,933.1	56.1	2,057.2	57.1	(124)	(6)
	Utilidad Bruta	349.6	42.7	369.3	42.8	(20)	(5)	1,514.4	43.9	1,547.9	42.9	(33)	(2)
	Gastos de Venta y Adm.	227.4	27.8	231.7	26.8	(4)	(2)	959.6	27.8	965.9	26.8	(6)	(1)
	Utilidad de Operación	125.0	15.3	138.1	16.0	(13)	(9)	568.2	16.5	588.8	16.3	(21)	(3)
	UAFIRDA	169.1	20.7	182.2	21.1	(13)	(7)	740.1	21.5	744.3	20.6	(4)	(1)
GIMSA	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	554		554		(0)	(0)	2,127		2,140		(13)	(1)
	Harina de maíz y otros												
	Ventas Netas	475.9	100.0	479.0	100.0	(3)	(1)	1,842.1	100.0	1,857.3	100.0	(15)	(1)
	Costo de Venta	353.0	74.2	328.8	68.6	24	7	1,343.1	72.9	1,344.2	72.4	(1)	(0)
	Utilidad Bruta	122.9	25.8	150.2	31.4	(27)	(18)	499.0	27.1	513.0	27.6	(14)	(3)
	Gastos de Venta y Adm.	83.9	17.6	105.3	22.0	(21)	(20)	357.1	19.4	354.8	19.1	2	1
	Utilidad de Operación	37.2	7.8	41.3	8.6	(4)	(10)	144.9	7.9	157.4	8.5	(13)	(8)
	UAFIRDA	51.2	10.8	54.6	11.4	(3)	(6)	197.7	10.7	207.4	11.2	(10)	(5)
GRUMA EUROPA	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	108		106		1	1	426		418		8	2
	Harina de maíz, tortilla y otros												
	Ventas Netas	125.6	100.0	110.7	100.0	15	14	511.3	100.0	452.2	100.0	59	13
	Costo de Venta	91.0	72.5	80.2	72.5	11	13	358.4	70.1	315.8	69.8	43	14
	Utilidad Bruta	34.6	27.5	30.4	27.5	4	14	152.9	29.9	136.4	30.2	16	12
	Gastos de Venta y Adm.	27.8	22.1	22.6	20.4	5	23	108.8	21.3	97.3	21.5	12	12
	Utilidad de Operación	7.2	5.7	7.2	6.5	(0)	(1)	44.4	8.7	38.2	8.5	6	16
	UAFIRDA	11.4	9.1	11.0	10.0	0	3	60.6	11.9	52.6	11.6	8	15
GRUMA ASIA Y OCEANÍA	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	27		26		1	3	104		100		5	5
	Harina de maíz y otros												
	Ventas Netas	74.2	100.0	68.5	100.0	6	8	281.4	100.0	267.4	100.0	14	5
	Costo de Venta	50.4	67.9	47.6	69.5	3	6	193.4	68.7	182.9	68.4	10	6
	Utilidad Bruta	23.8	32.1	20.9	30.5	3	14	88.1	31.3	84.5	31.6	4	4
	Gastos de Venta y Adm.	16.2	21.8	15.3	22.4	1	5	62.1	22.1	59.3	22.2	3	5
	Utilidad de Operación	7.7	10.3	5.6	8.2	2	37	25.9	9.2	25.2	9.4	1	3
	UAFIRDA	10.6	14.3	8.3	12.1	2	28	37.8	13.4	36.0	13.5	2	5
GRUMA CENTROAMÉRICA	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	64		61		3	5	247		240		7	3
	Harina de maíz y otros												
	Ventas Netas	102.4	100.0	100.5	100.0	2	2	397.0	100.0	393.4	100.0	4	1
	Costo de Venta	57.8	56.5	64.2	63.9	(6)	(10)	230.2	58.0	241.0	61.3	(11)	(4)
	Utilidad Bruta	44.6	43.5	36.3	36.1	8	23	166.8	42.0	152.4	38.7	14	9
	Gastos de Venta y Adm.	24.7	24.1	20.1	20.0	5	23	99.3	25.0	93.8	23.9	5	6
	Utilidad de Operación	19.2	18.7	15.1	15.1	4	27	67.2	16.9	58.2	14.8	9	16
	UAFIRDA	21.7	21.2	17.3	17.2	4	26	76.2	19.2	66.3	16.9	10	15
OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	(29)		(38)		9	24	(103)		(135)		32	24
	Ventas Netas	(6.5)	100.0	(66.5)	100.0	60	90	(104.7)	100.0	(88.4)	100.0	(16)	(18)
	Costo de Venta	(33.7)	518.5	(70.1)	105.4	36	52	(176.2)	168.3	(152.8)	172.9	(23)	(15)
	Utilidad Bruta	27.1	(416.9)	3.6	(5.4)	24	653	71.5	(68.3)	64.4	(72.9)	7	11
	Gastos de Venta y Adm.	11.5	(176.9)	(19.4)	29.2	31	159	33.0	(31.5)	40.0	(45.2)	(7)	(18)
	Utilidad de Operación	16.5	(253.8)	22.0	(33.1)	(6)	(25)	39.6	(37.8)	22.4	(25.3)	17	77
	UAFIRDA	13.6	(209.2)	18.9	(28.4)	(5)	(28)	23.5	(22.4)	24.4	(27.6)	(1)	(4)
CONSOLIDADO	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	1,096		1,097		(2)	(0)	4,337		4,338		(1)	(0)
	Ventas Netas	1,589.8	100.0	1,555.3	100.0	34	2	6,374.6	100.0	6,486.9	100.0	(112)	(2)
	Costo de Venta	987.1	62.1	944.5	60.7	43	5	3,882.0	60.9	3,988.3	61.5	(106)	(3)
	Utilidad Bruta	602.7	37.9	610.8	39.3	(8)	(1)	2,492.7	39.1	2,498.6	38.5	(6)	(0)
	Gastos de Venta y Adm.	391.4	24.6	375.5	24.1	16	4	1,620.0	25.4	1,611.1	24.8	9	1
	Otros Gtos. (Ing.), Neto	(1.4)		5.9		(7)	(124)	(17.5)		(2.7)		(15)	(541)
	Utilidad de Operación	212.7	13.4	229.5	14.8	(17)	(7)	890.2	14.0	890.2	13.7	(0)	(0)
	UAFIRDA	277.7	17.5	292.4	18.8	(15)	(5)	1,136.0	17.8	1,131.1	17.4	5	0

<sup>1</sup> Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

<sup>2</sup> Todos los datos de volumen de ventas están expresados en miles de toneladas.