

REPORTE DE RESULTADOS



SEGUNDO
TRIMESTRE 2026



RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2026

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

San Pedro Garza García, N.L., México; 22 de julio de 2026

Durante el trimestre, GRUMA continuó registrando un sólido desempeño en sus subsidiarias fuera de Estados Unidos. En la división de Estados Unidos, la sensibilidad a los precios y la incertidumbre respecto a las perspectivas económicas continuaron afectando a diversos sectores. Los volúmenes en el canal institucional siguieron siendo un factor clave en el desempeño de la subsidiaria. En GIMSA, los volúmenes no mostraron cambios, mientras que la rentabilidad permaneció estable. Europa continuó expandiéndose en el canal minorista, registrando un crecimiento saludable en las ventas y en el volumen de tortilla vendido, al tiempo que mantuvo una rentabilidad atractiva. Centroamérica continuó fortaleciendo su posición de mercado mediante la innovación en productos de harina de maíz. En Asia y Oceanía, la planta recientemente inaugurada en China impulsó mayores volúmenes de venta y mejoró el apalancamiento operativo, mientras que la mezcla de precios mejoró en Australia. Con el buen desempeño de las subsidiarias en Asia y Australia, Europa y Centroamérica en conjunto con los efectos cambiarios en las subsidiarias mexicanas, las ventas netas crecieron 3%, mientras que el UAFIRDA consolidado disminuyó 5% a raíz de mayores costos en distribución y el margen UAFIRDA se contrajo 130 puntos base, para ubicarse en 16.8%. Estados Unidos continúa atravesando un periodo de volatilidad que mantiene la confianza del consumidor en mínimos históricos; este es el momento de ejecutar nuestra estrategia para incentivar el crecimiento del volumen. Esperamos ver una recuperación significativa una vez que este periodo de transición haya pasado, junto con una fuerte contribución de nuestras demás subsidiarias.

DATOS SOBRESALIENTES

Datos Financieros Relevantes	Trimestre		
	2T26	2T25	VAR (%)
Estado de Resultados (USD millones)			
Volumen (miles de toneladas)	1,076	1,084	(1)
Ventas netas	1,649.9	1,600.7	3
Utilidad de Operación	214.8	229.8	(7)
Margen Operativo (%)	13.0%	14.4%	(140) pb
UAFIRDA ¹	276.5	289.7	(5)
UAFIRDA / Ventas (%)	16.8%	18.1%	(130) pb
Resultado Neto Mayoritario	118.7	134.1	(12)

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

RESULTADOS CONSOLIDADOS

2T26 versus 2T25

El **volumen de ventas** disminuyó 1% comparado al 2T25, a 1,076 mil toneladas métricas, impulsado por los continuos desafíos en EE. UU., principalmente en el canal institucional, ya que el débil sentimiento del consumidor persistió en línea con las tendencias observadas en los últimos trimestres. Mientras tanto, los volúmenes se mantuvieron estables en México y Europa, mientras que Asia y Oceanía y Centroamérica continuaron beneficiándose de tendencias positivas de demanda.

Las ventas netas incrementaron 3% a US\$1,649.9 millones principalmente debido a (1) crecimiento en ventas netas en Europa, Asia y Oceanía y Centroamérica; en conjunto con (2) el efecto de conversión de la apreciación del peso mexicano frente al dólar estadounidense de las operaciones mexicanas. Las ventas de operaciones fuera de México representaron el 71% de las cifras consolidadas.

El costo de ventas incrementó 3% a US\$1,002.6 millones, en línea con el crecimiento en ventas netas. Como porcentaje de ventas netas, el costo de ventas incrementó a 60.8% de 60.6%.

Los **gastos de venta y administración** incrementaron 7% a US\$434.4 millones debido a (1) mayores costos de distribución; y (2) gastos de mercadotecnia más altos. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 26.3% de 25.4%.

Otros ingresos, neto, fueron de US\$1.9 millones en comparación con US\$5.7 millones el año pasado. El cambio se debió principalmente a las ganancias derivadas de los pagos recibidos por reclamaciones de seguros sobre activos dañados en el 2T25.

La **utilidad de operación** disminuyó 7% a US\$214.8 millones. El margen de operación se contrajo 140 puntos base a 13.0% de 14.4%.

El UAFIRDA disminuyó 5% a US\$276.5 millones y el margen UAFIRDA bajó 130 puntos base a 16.8% de 18.1%. El UAFIRDA de las operaciones fuera de México representó 79% del consolidado.

El **costo de financiamiento, neto**, se incrementó un 30% a US\$37.3 millones, principalmente por el efecto de las fluctuaciones cambiarias sobre las posiciones monetarias del balance general.

Los impuestos a la utilidad fueron US\$58.8 millones, un decremento del 12% con respecto al 2T25, debido a una menor utilidad antes de impuestos, como resultado de la dinámica mencionada anteriormente. La tasa impositiva efectiva del trimestre fue de 33.1% en comparación con 33.4% en el 2T25.

La utilidad neta mayoritaria disminuyó 12% a US\$118.7 millones.

Todas las subsidiarias de GRUMA fuera de Estados Unidos están registrando un desempeño en línea con las expectativas e incluso superándolas en algunos casos, mientras que Estados Unidos continúa bajo presión por los efectos de la baja confianza del consumidor, reflejado principalmente en el canal institucional de esta subsidiaria. Sin embargo, estamos actuando de manera proactiva, implementando nuestra estrategia enfocada en construir una estructura operativa más sólida, lo cual debería traducirse en mejores resultados en el futuro.

SITUACIÓN FINANCIERA

Junio 2026 versus Marzo 2026

Datos Sobresalientes de Balance

Los **activos totales** aumentaron un 6% a US\$5,409 millones en comparación con marzo de 2026, reflejando 8% en inventarios, 42% en cuentas por cobrar, y 15% en saldo de caja. Las propiedades, planta y equipo también crecieron un 3% durante el periodo.

Los **pasivos totales** aumentaron 14% a US\$3,157 millones, principalmente debido a un incremento en la deuda a corto plazo en línea con el crecimiento de los inventarios y del saldo de caja, así como a un aumento de 26% en las cuentas por pagar.

El **capital contable mayoritario** disminuyó 3% a US\$2,249 millones.

Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA subió 15% a US\$2,118 millones en relación con el crecimiento de inventario y el fortalecimiento del peso frente al dólar estadounidense en relación con finales de marzo. El múltiplo de Deuda Neta / UAFIRDA se incrementó a 1.5x. Aproximadamente 72% de la deuda de GRUMA estaba denominada en dólares.

En el 2T26, GRUMA refinanció parte de su deuda vigente mediante la extensión hasta 2031 del vencimiento de una línea de crédito revolvente existente y el incremento de su monto a US\$300 millones; adicionalmente, contrató una nueva línea de crédito revolvente por US\$125 millones con el mismo vencimiento. Como parte de este refinanciamiento, GRUMA liquidó el certificado bursátil denominado en pesos GRUMA22 y una línea de crédito revolvente, ambos con vencimiento en 2027.

Deuda

(millones de dólares)

Var vs Jun'25				Var vs Mar'26		
Jun'26	Jun'25	(\$)	(%)	Mar'26	(\$)	(%)
2,118	1,834	284	15%	1,843	275	15%

Perfil de Vencimientos de Deuda⁽¹⁾

(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 Rabobank 2026	SOFR + 1.00%						125.0		125.0
RCF BBVA 2026	SOFR + 0.85%						300.0		300.0
Cebures Gruma21 (MXN \$2,000)	Fija 7.00%			114.5					114.5
Otros:									
MXN	6.80%	354.9							354.9
EUR	0.94%	10.3							10.3
TOTAL	5.62% (prom.)	365.2	0.0	114.5	0.0	0.0	425.0	800.0	1,704.7

⁽¹⁾ Los US\$413 millones de arrendamientos no están considerados en estas cifras.

INVERSIONES

Las inversiones de capital de GRUMA fueron de US\$64 millones en el 2T26, destinándose principalmente a los siguientes proyectos durante el trimestre: (1) actualizaciones generales, mantenimiento e inversión en maquinaria en GIMSA; (2) actualizaciones y reemplazo de equipo operativo en Estados Unidos; (3) capacidad adicional en Europa; y (4) capacidad adicional en Centroamérica.

RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

2T26 versus 2T25

Gruma Estados Unidos

		Trimestre					
<i>Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)</i>		2T26	%	2T25	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS	Volumen de Ventas ¹	380		391		(12)	(3)
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	850.3	100.0	875.7	100.0	(25)	(3)
	Utilidad de Operación	124.0	14.6	150.8	17.2	(27)	(18)
	UAFIRDA	165.0	19.4	193.0	22.0	(28)	(15)

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



El **volumen de ventas** disminuyó 3% a 380 mil toneladas métricas, principalmente debido a menores volúmenes en el canal institucional, ya que los consumidores continuaron mostrando sensibilidad a la inflación, particularmente ante el aumento en los precios de consumo fuera del hogar. El canal minorista también registró una desaceleración, principalmente en los productos estándar, reflejando una mayor sensibilidad de precios y la incertidumbre en torno a las perspectivas económicas de Estados Unidos.

Las ventas netas disminuyeron 3% a US\$850.3 millones, en línea con la caída del volumen como resultado del desempeño del canal institucional en el trimestre.

El costo de ventas disminuyó 1% a US\$483.1 millones en línea con la caída del volumen.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 1% a US\$243.3 millones debido a (1) mayores costos de distribución; y (2) mayores costos de mercadotecnia. Como porcentaje de ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 28.6% de 27.6% en 2T25.

Otros ingresos, neto, fueron de US\$0.1 millones en comparación con US\$5.1 millones en el 2T25, resultando principalmente del pago recibido por reclamaciones de seguros sobre activos dañados en el 2T25.

La **utilidad de operación** disminuyó 18% a US\$124.0 millones, y el margen de operación disminuyó 260 puntos base a 14.6% de 17.2%.

El UAFIRDA disminuyó 15% a US\$165.0 millones y el margen UAFIRDA bajó a 19.4% de 22.0% en el 2T25.

La operación en Estados Unidos continúa sujeta a factores relacionados con las perspectivas económicas del país y a la confianza del consumidor, ambos generando una mayor sensibilidad a los precios en el mercado. La estrategia de GRUMA continúa enfocada en incrementar la producción de marcas privadas, complementada con productos de valor agregado, para atender las distintas sensibilidades identificadas en el mercado e impulsar el crecimiento de los volúmenes.

GIMSA

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		2T26	%	2T25	%	VAR (\$)	VAR (%)
GIMSA¹	Volumen de Ventas ²	520		522		(2)	(0)
Harina de maíz y otros	Ventas netas	459.8	100.0	465.7	100.0	(6)	(1)
	Utilidad de Operación	36.7	8.0	36.5	7.8	0	1
	UAFIRDA	50.3	10.9	49.8	10.7	1	1

¹ Conversión simple al tipo de cambio de Ps.17.4700/dólar al 30 de junio de 2026. Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

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



El volumen de ventas se mantuvo estable en 520 mil toneladas métricas, como resultado de menores volúmenes vendidos incluidos en programas gubernamentales, los cuales estuvieron mucho más activos durante el 2T25.

Las ventas netas disminuyeron 1% a US\$459.8 millones, en línea con el volumen y la mezcla de precios vendidos durante el 2T26.

El costo de ventas disminuyó 4% a US\$324.0 millones debido principalmente a eficiencias. Como porcentaje de las ventas netas, mejoró a 70.5% de 72.4%.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 4% a US\$97.6 millones como resultado de (1) mayores costos de distribución; y (2) elevados gastos de mercadotecnia. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 21.2% de 20.2%.

Otros gastos, neto, fueron US\$1.5 millones en comparación con un ingreso de US\$2.2 millones en 2T25, como resultado principalmente de los pagos recibidos por reclamaciones de seguros sobre activos dañados en el 2T25.

La **utilidad de operación** incrementó 1% a US\$36.7 millones, y el margen de operación subió 20 puntos base a 8.0% de 7.8%.

El UAFIRDA incrementó 1% a US\$50.3 millones en el 2T26 y el margen UAFIRDA subió 20 puntos base a 10.9% de 10.7% en el 2T25.

La menor actividad en el segmento gubernamental de esta subsidiaria continúa generando comparaciones interanuales desiguales, sin embargo, el negocio principal de GIMSA está teniendo un buen desempeño, con una alta demanda y una mejora en la mezcla desde el primer trimestre del año.

Gruma Europa

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		2T26	%	2T25	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA EUROPA	Volumen de Ventas ¹	107		107		0	0
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	142.6	100.0	135.3	100.0	7	5
	Utilidad de Operación	16.3	11.4	13.9	10.3	2	17
	UAFIRDA	21.0	14.8	17.9	13.2	3	17

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



El volumen de ventas se mantuvo estable en 107 mil toneladas métricas en el 2T26, principalmente como resultado de una menor demanda en el negocio de harina de maíz, que es inherentemente volátil, a pesar del continuo desempeño positivo sostenido del negocio de tortillas, que continuó su expansión en el canal minorista.

Las ventas netas aumentaron 5% a US\$142.6 millones como resultado de (1) crecimiento del volumen en el negocio de tortilla; (2) una mezcla de ventas más rentable, favoreciendo las tortillas del canal minorista sobre el canal institucional; y (3) una mayor participación en el negocio de las tortillas.

El costo de ventas se incrementó 4% a US\$96.5 millones, como resultado de (1) mayores costos de materia prima reflejando una mejora en la mezcla de precios; y (2) elevados costos laborales. Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas se contrajo a 67.7% de 68.6%.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 6% a US\$30.3 millones principalmente debido a elevados costos de distribución en el 2T26. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración incrementaron a 21.3% de 21.1%.

Otros ingresos, neto, totalizaron US\$0.5 millones en comparación con US\$0.0 millones en el 2T25.

La utilidad de operación se incrementó 17% a US\$16.3 millones en comparación con US\$13.9 millones en 2T25. El margen de operación se expandió 110 puntos base a 11.4% en 2T26 de 10.3%.

El **UAFIRDA** fue de US\$21.0 millones, una mejora de 17% de US\$17.9 millones en el 2T25, y el margen UAFIRDA creció a 14.8% de 13.2% el año pasado.

Europa continúa mostrando una evolución positiva en el mercado minorista europeo de tortilla, compensando la volatilidad habitual del negocio de molienda de maíz. Esto ha contribuido a que el UAFIRDA de esta subsidiaria crezca 17% y alcance niveles atractivos en sus indicadores de rentabilidad.

Gruma Asia y Oceanía

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		2T26	%	2T25	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ASIA Y OCEANIA¹	Volumen de Ventas ¹	26		25		1	4
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	78.4	100.0	68.0	100.0	10	15
	Utilidad de Operación	9.5	12.1	5.7	8.3	4	68
	UAFIRDA	12.7	16.2	8.6	12.7	4	47

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



El volumen de ventas aumentó 4% a 26 mil toneladas métricas, impulsado por el desempeño positivo de todas las subsidiarias en Asia, así como por la fortaleza sostenida de Australia.

Las ventas netas aumentaron 15% a US\$78.4 millones como resultado de una mezcla de ventas más rentable en Australia y una fuerte demanda en Asia.

El costo de ventas aumentó 10% a US\$51.7 millones durante el trimestre en línea con (1) el crecimiento en volumen; y (2) mayores costos de empaque. Como porcentaje de ventas netas, se contrajo a 65.9% de 69.2% en el 2T25.

Los **gastos de venta y administración** subieron 13% a US\$17.2 millones, como resultado de (1) aumento en costos de distribución; y (2) mayores comisiones pagadas en línea con mayores ingresos. Como porcentaje de ventas netas, los gastos de venta y administración mejoraron a 22.0% de 22.3% en el 2T25.

La **utilidad de operación** aumentó 68% a US\$9.5 millones, mientras que el margen de operación fue de 12.1% comparado con 8.3% en el 2T25.

El UAFIRDA creció 47% a US\$12.7 millones y el margen UAFIRDA incrementó 350 puntos base a 16.2% de 12.7% en el 2T25.

Esta subsidiaria ha podido aprovechar la recuperación en Malasia tras la menor demanda del trimestre anterior y el mayor apalancamiento operativo en la nueva planta de China, con una mayor demanda de productos minoristas en Australia. Esto le ha permitido alcanzar indicadores atractivos de rentabilidad en todo el espectro.

Gruma Centroamérica

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		2T26	%	2T25	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA CENTROAMÉRICA	Volumen de Ventas ¹	62		60		2	3
Harina de maíz y otros	Ventas netas	103.3	100.0	96.6	100.0	7	7
	Utilidad de Operación	17.3	16.7	15.3	15.9	2	13
	UAFIRDA	19.7	19.0	17.5	18.1	2	12

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



El volumen de ventas aumentó 3% a 62 mil toneladas métricas, como resultado de la mayor demanda de productos de harina de maíz en todos los mercados que esta filial atiende.

Las ventas netas incrementaron 7% a US\$103.3 millones en línea con (1) volúmenes vendidos; y (2) la mejora en mezcla de ventas.

El costo de ventas incrementó 6% a US\$59.8 millones en línea con (1) mayores costos de materias primas; y (2) crecimiento del volumen. Como porcentaje de ventas netas, el costo de ventas mejoró a 57.9% de 58.3% debido a la dinámica de ingresos y costos antes mencionada.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 7% a US\$26.8 millones debido a (1) mayores costos de distribución; (2) mayores costos de mercadotecnia para apoyar la marca; y (3) mayores comisiones de venta durante el 2T26. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 26.0% de 25.9%.

La **utilidad de operación** incrementó 13% a US\$17.3 millones y el margen de operación incrementó 80 puntos base a 16.7% de 15.9%, como resultado de la dinámica de ingresos y costos mencionada anteriormente.

El UAFIRDA incrementó 12% a US\$19.7 millones de US\$17.5 millones en el 2T25 y el margen UAFIRDA se incrementó 90 puntos base a 19.0% de 18.1%.

Las limitaciones de capacidad continúan siendo el principal reto para esta subsidiaria, que sigue registrando sólidos resultados financieros, impulsados por el continuo crecimiento de la demanda de sus productos en la región y por la mezcla alcanzada mediante la innovación y la expansión de su red de distribución. Continuaremos incrementando la utilización del molino recientemente construido durante los próximos trimestres, con miras a construir uno adicional en el corto plazo para atender la demanda.

Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **utilidad de operación** fue de US\$11.0 millones comparado con US\$7.6 millones en el 2T25, principalmente debido a mayores ingresos provenientes de otras subsidiarias mexicanas y a los efectos de un peso mexicano más fuerte frente al dólar estadounidense.

LLAMADA DE CONFERENCIA

La llamada de conferencia del segundo trimestre se llevará a cabo el jueves 23 de julio de 2026 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.17.4700/dólar al 30 de junio de 2026. 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.

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				Acumulado		
Estado de Resultados (USD millones)				2026	2025	VAR (%)
				2T26	2T25	VAR (%)
Ventas Netas	1,649.9	1,600.7	3	3,274.7	3,149.2	4
Costo de Ventas	1,002.6	970.1	3	1,998.6	1,902.6	5
Utilidad Bruta	647.3	630.7	3	1,276.1	1,246.6	2
Margen Bruto (%)	39.2%	39.4%	(20) pb	39.0%	39.6%	(60) pb
Gasto de Administración y Ventas	434.4	406.6	7	868.8	811.9	7
Otros Gastos (Ingresos) , Neto	(1.9)	(5.7)	67	3.4	(12.2)	128
Utilidad de Operación	214.8	229.8	(7)	403.9	446.9	(10)
Margen Operativo (%)	13.0%	14.4%	(140) pb	12.3%	14.2%	(190) pb
Costo de Financiamiento, Neto	37.3	28.8	30	72.1	59.1	22
Gastos Financieros	34.3	33.8	1	68.0	67.3	1
Productos Financieros	(3.4)	(3.4)	0	(6.6)	(6.9)	4
Resultado en Instrumentos Financieros Derivados	0.0	(0.0)	100	0.0	(0.0)	100
Fluctuación Cambiaria	6.6	(1.2)	654	11.4	(0.5)	2,622
Resultado por posición monetaria	(0.2)	(0.4)	50	(0.7)	(0.9)	25
Impuestos a la Utilidad	58.8	67.1	(12)	112.4	128.2	(12)
Resultado Neto	118.7	133.9	(11)	219.4	259.7	(16)
Resultado Neto Mayoritario	118.7	134.1	(12)	219.3	260.0	(16)
Resultado por Acción ¹	0.35	0.38	(7)	0.65	0.74	(12)
Depreciación y Amortización	61.8	59.9		123.3	118.7	
Deterioro de Activos de Larga Duración	(0.1)	(0.0)		11.3	(0.0)	
UAFIRDA ²	276.5	289.7	(5)	538.5	565.6	(5)
UAFIRDA / Ventas (%)	16.8%	18.1%	(130) pb	16.4%	18.0%	(160) pb
Inversiones	64	56	13	105	106	(1)

Gruma, S.A.B. de C.V., y Subsidiarias					
Resumen de Estado de Balance (USD millones)					
	Jun-26	Jun-25	VAR (%)	Mar-26	VAR (%)
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	484	353	37	419	15
Clientes	572	561	2	559	2
Otras cuentas y documentos por cobrar	281	213	32	198	42
Inventarios	1,243	1,163	7	1,148	8
Activo Circulante	2,622	2,329	13	2,372	11
Propiedad, Planta y Equipo	2,439	2,318	5	2,375	3
Activo Totales	5,409	4,941	9	5,087	6
Deuda a Corto Plazo	418	183	128	182	129
Pasivo Circulante	1,155	949	22	824	40
Deuda a largo Plazo	1,694	1,647	3	1,656	2
Pasivo Total	3,157	2,863	10	2,770	14
Capital Contable Mayoritario	2,249	2,075	8	2,314	(3)
Capital Contable Total	2,252	2,078	8	2,317	(3)
Activo Circulante / Pasivo Circulante	2.27	2.45		2.88	
Pasivo Total / Capital Contable Total	1.40	1.38		1.20	
Deuda Neta/ UAFIRDA ²	1.45	1.29		1.27	
UAFIRDA /Gastos Financieros ³	8.35	8.61		8.35	
Valor Contable por Acción ¹	6.69	5.90		6.75	

¹ En base a 336'207,985 acciones para junio 2026, 351'690,146 acciones para junio 2025 y 342'671,036 acciones para marzo 2026.

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)		2T26	%	2T25	%	VAR (\$)	VAR (%)	2026	%	2025	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS	Volumen de Ventas ²	380		391		(12)	(3)	754		775		(20)	(3)
	Harina de maíz, tortilla y otros												
	Ventas Netas	850.3	100.0	875.7	100.0	(25)	(3)	1,701.4	100.0	1,755.4	100.0	(54)	(3)
	Costo de Venta	483.1	56.8	488.0	55.7	(5)	(1)	961.1	56.5	976.2	55.6	(15)	(2)
	Utilidad Bruta	367.2	43.2	387.7	44.3	(20)	(5)	740.3	43.5	779.2	44.4	(39)	(5)
	Gastos de Venta y Adm.	243.3	28.6	241.9	27.6	1	1	491.3	28.9	487.5	27.8	4	1
	Utilidad de Operación	124.0	14.6	150.8	17.2	(27)	(18)	254.9	15.0	301.6	17.2	(47)	(15)
	UAFIRDA	165.0	19.4	193.0	22.0	(28)	(15)	337.3	19.8	386.3	22.0	(49)	(13)
GIMSA	Volumen de Ventas ²	520		522		(2)	(0)	1,034		1,034		0	0
	Harina de maíz y otros												
	Ventas Netas	459.8	100.0	465.7	100.0	(6)	(1)	913.5	100.0	923.9	100.0	(10)	(1)
	Costo de Venta	324.0	70.5	337.4	72.4	(13)	(4)	654.4	71.6	670.5	72.6	(16)	(2)
	Utilidad Bruta	135.8	29.5	128.3	27.6	7	6	259.1	28.4	253.4	27.4	6	2
	Gastos de Venta y Adm.	97.6	21.2	94.1	20.2	4	4	191.1	20.9	188.0	20.3	3	2
	Utilidad de Operación	36.7	8.0	36.5	7.8	0	1	54.6	6.0	69.5	7.5	(15)	(22)
	UAFIRDA	50.3	10.9	49.8	10.7	1	1	92.0	10.1	95.9	10.4	(4)	(4)
GRUMA EUROPA	Volumen de Ventas ²	107		107		0	0	218		212		6	3
	Harina de maíz, tortilla y otros												
	Ventas Netas	142.6	100.0	135.3	100.0	7	5	273.5	100.0	250.2	100.0	23	9
	Costo de Venta	96.5	67.7	92.8	68.6	4	4	189.7	69.4	174.8	69.9	15	9
	Utilidad Bruta	46.1	32.3	42.5	31.4	4	9	83.8	30.6	75.3	30.1	8	11
	Gastos de Venta y Adm.	30.3	21.3	28.6	21.1	2	6	59.3	21.7	53.9	21.5	5	10
	Utilidad de Operación	16.3	11.4	13.9	10.3	2	17	25.7	9.4	21.6	8.6	4	19
	UAFIRDA	21.0	14.8	17.9	13.2	3	17	34.8	12.7	29.3	11.7	5	19
GRUMA ASIA Y OCEANÍA	Volumen de Ventas ²	26		25		1	4	53		50		3	5
	Harina de maíz, tortilla y otros												
	Ventas Netas	78.4	100.0	68.0	100.0	10	15	156.2	100.0	134.8	100.0	21	16
	Costo de Venta	51.7	65.9	47.1	69.2	5	10	105.0	67.2	93.2	69.1	12	13
	Utilidad Bruta	26.7	34.1	20.9	30.8	6	28	51.2	32.8	41.6	30.9	10	23
	Gastos de Venta y Adm.	17.2	22.0	15.2	22.3	2	13	33.9	21.7	30.2	22.4	4	12
	Utilidad de Operación	9.5	12.1	5.7	8.3	4	68	17.3	11.1	11.4	8.4	6	52
	UAFIRDA	12.7	16.2	8.6	12.7	4	47	23.7	15.2	17.3	12.8	6	37
GRUMA CENTROAMÉRICA	Volumen de Ventas ²	62		60		2	3	124		119		5	4
	Harina de maíz y otros												
	Ventas Netas	103.3	100.0	96.6	100.0	7	7	206.2	100.0	193.2	100.0	13	7
	Costo de Venta	59.8	57.9	56.3	58.3	4	6	119.1	57.8	114.3	59.2	5	4
	Utilidad Bruta	43.4	42.1	40.3	41.7	3	8	87.1	42.2	78.9	40.8	8	10
	Gastos de Venta y Adm.	26.8	26.0	25.0	25.9	2	7	52.7	25.6	49.5	25.6	3	6
	Utilidad de Operación	17.3	16.7	15.3	15.9	2	13	35.7	17.3	29.4	15.2	6	21
	UAFIRDA	19.7	19.0	17.5	18.1	2	12	41.2	20.0	33.7	17.4	7	22
OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES	Volumen de Ventas ²	(18)		(21)		2	11	(39)		(44)		4	10
	Ventas Netas	15.6	100.0	(40.5)	100.0	56	139	23.9	100.0	(108.2)	100.0	132	122
	Costo de Venta	(12.4)	(79.5)	(51.5)	127.2	39	76	(30.7)	(128.5)	(126.4)	116.8	96	76
	Utilidad Bruta	28.0	179.5	11.0	(27.2)	17	155	54.6	228.5	18.2	(16.8)	36	200
	Gastos de Venta y Adm.	19.2	123.1	1.9	(4.7)	17	911	40.6	169.9	3.0	(2.8)	38	1,253
	Utilidad de Operación	11.0	70.5	7.6	(18.8)	3	45	15.7	65.7	13.5	(12.5)	2	16
	UAFIRDA	7.9	50.6	2.9	(7.2)	5	172	9.5	39.7	3.1	(2.9)	6	206
CONSOLIDADO	Volumen de Ventas ²	1,076		1,084		(8)	(1)	2,144		2,146		(2)	(0)
	Ventas Netas	1,649.9	100.0	1,600.7	100.0	49	3	3,274.7	100.0	3,149.2	100.0	125	4
	Costo de Venta	1,002.6	60.8	970.1	60.6	33	3	1,998.6	61.0	1,902.6	60.4	96	5
	Utilidad Bruta	647.3	39.2	630.7	39.4	17	3	1,276.1	39.0	1,246.6	39.6	29	2
	Gastos de Venta y Adm.	434.4	26.3	406.6	25.4	28	7	868.8	26.5	811.9	25.8	57	7
	Otros Gtos. (Ing.), Neto	(1.9)		(5.7)		4	67	3.4		(12.2)		16	128
	Utilidad de Operación	214.8	13.0	229.8	14.4	(15)	(7)	403.9	12.3	446.9	14.2	(43)	(10)
	UAFIRDA	276.5	16.8	289.7	18.1	(13)	(5)	538.5	16.4	565.6	18.0	(27)	(5)

¹ Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

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