

GRUMA

TERCER TRIMESTRE 2026 REPORTE TRIMESTRAL

San Pedro Garza García, N.L., México; 21 de octubre del 2026



GRUMA

GRUMA, S.A.B. de C.V.

Investor Relations

ir@gruma.com

Tel: 52 (81) 8399-3349

www.gruma.com

RESULTADOS DEL TERCER TRIMESTRE DE 2026



El trimestre reflejó un entorno de negocios similar al experimentado durante la primera mitad del año. Si bien la mayoría de nuestras operaciones fuera de Estados Unidos continuaron mostrando resultados sólidos, la demanda del consumidor en Estados Unidos permaneció débil, particularmente en el canal institucional. Las tendencias del canal minorista fueron comparativamente más estables, respaldadas por nuestros esfuerzos para proteger el volumen y fortalecer nuestra presencia de mercado mediante ofertas de marca privada.

México mantuvo un desempeño subyacente estable, mientras que Europa y Asia y Oceanía registraron una mejora en la rentabilidad a pesar de presiones puntuales en el volumen, y Centroamérica presentó mayor rentabilidad. Los resultados de Europa estuvieron respaldados por el crecimiento del negocio de tortillas y una mezcla de ventas más favorable, lo que impulsó un crecimiento de 2% en el UAFIRDA ajustado. En Asia y Oceanía, la mayor contribución del canal minorista en Australia impulsó un crecimiento de 22% en el UAFIRDA ajustado y un margen UAFIRDA ajustado de 15.2%. Centroamérica continuó registrando una demanda saludable y una mezcla de ventas favorable, con un incremento de 47% en el UAFIRDA ajustado y un margen UAFIRDA ajustado de 28.4%, lo que incluye una ganancia extraordinaria por una reclamación de seguro.

Aunque los patrones de gasto del consumidor en Estados Unidos continúan siendo desiguales, GRUMA mantiene su enfoque en equilibrar volumen, rentabilidad y mezcla de productos, al tiempo que refuerza su posición competitiva de largo plazo. Consideramos que nuestra diversificación geográfica y liderazgo en categorías clave brindan una base sólida para capitalizar futuras mejoras en la demanda.



Datos Sobresalientes

Datos Financieros Relevantes	Trimestre		
	3T26	3T25	VAR (%)
Estado de Resultados (USD millones)			
Volumen (miles de toneladas)	1,072	1,096	(2)
Ventas netas	1,650.6	1,635.6	1
Utilidad de Operación	218.6	230.6	(5)
Margen Operativo (%)	13.2%	14.1%	(90) pb
UAFIRDA Ajustado ¹	280.3	292.7	(4)
UAFIRDA Ajustado / Ventas (%)	17.0%	17.9%	(90) pb
Resultado Neto Mayoritario	131.6	132.6	(1)

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

Resultados Consolidados

3T26 versus 3T25

El **volumen de ventas** disminuyó 2% respecto de 3T25, a 1,072 mil toneladas métricas, principalmente por el canal institucional en Estados Unidos, así como menores volúmenes en la mayoría de las subsidiarias.

Las **ventas netas** aumentaron 1%, a US\$1,650.6 millones, principalmente como resultado de (1) un peso mexicano más fuerte; y (2) una mezcla de ventas más favorable en varias subsidiarias. Las ventas de las operaciones fuera de México representaron 70% de las cifras consolidadas.

El **costo de ventas** aumentó 2% a US\$1,007.5 millones, debido a (1) mayores costos laborales; (2) mayores costos de empaque; (3) mayores costos indirectos variables; y (4) costos elevados de combustible y energía; estos efectos fueron parcialmente compensados por eficiencias de costos, particularmente en Estados Unidos, GIMSA y Europa. Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas aumentó a 61.0% de 60.7%.

Los **gastos de venta y administración** incrementaron 4% a US\$434.5 millones, debido a mayores costos de distribución en todas las subsidiarias. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos SG&A aumentaron a 26.3% de 25.5%.

Otros ingresos, neto, fueron de US\$10.0 millones, comparados con US\$3.9 millones el año anterior, reflejando principalmente los pagos de reclamaciones de seguros en Centroamérica durante el trimestre.

La **utilidad de operación** disminuyó 5% a US\$218.6 millones. El margen de operación disminuyó a 13.2% de 14.1%.

El **UAFIRDA ajustado** disminuyó 4% a US\$280.3 millones, mientras que el margen UAFIRDA ajustado bajó 90 puntos base a 17.0% desde 17.9%. El UAFIRDA ajustado de las operaciones fuera de México representó 76% de las cifras consolidadas.

El **costo de financiamiento, neto**, disminuyó 5% a US\$30.2 millones, principalmente debido a mayores ingresos por intereses respecto al 3T25, junto con ganancias de divisa en la posición monetaria neta del balance general.

Los **impuestos a la utilidad** fueron de US\$56.8 millones, una disminución de 14% respecto de 3T25, debido a una menor utilidad antes de impuestos y una tasa efectiva de impuestos más baja. La tasa efectiva de impuestos del trimestre fue de 30.1%, comparada con 33.2% en 3T25.

La **utilidad neta mayoritaria** disminuyó 1% a US\$131.6 millones.

A pesar de los desafíos en Estados Unidos, la diversificación geográfica de GRUMA ayudó a mitigar el impacto en los resultados consolidados, con una mejora en la rentabilidad de la mayoría de sus demás subsidiarias. La compañía continúa enfocada en fortalecer su estructura operativa y mantener un equilibrio entre volumen, mezcla de ventas y rentabilidad en Estados Unidos para fomentar el crecimiento futuro de las utilidades.

Situación Financiera

Septiembre 2026 versus Junio 2026

DATOS SOBRESALIENTES DE BALANCE

Los **activos totales** se mantuvieron estables en US\$5,383.9 millones respecto de junio de 2026.

Los **pasivos totales** disminuyeron 2% a US\$3,089.6 millones, principalmente por una disminución de 15% en deuda de corto plazo.

El **capital contable mayoritario** aumentó 2% a US\$2,291.5 millones.

Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA disminuyó 3% a US\$2,052 millones en relación con el pago de deuda de corto plazo respecto del cierre de junio. El múltiplo Deuda Neta / UAFIRDA ajustado de GRUMA disminuyó a 1.3x. Aproximadamente 75% de la deuda de GRUMA estaba denominada en USD.

Deuda (millones de dólares)						
Var vs Sep'25				Var vs Jun'26		
Sep'26	Sep'25	(\$)	(%)	Jun'26	(\$)	(%)
2,052	1,807	245	14%	2,118	(66)	(3%)

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%			112.1					112.1
Otros:									
MXN	6.82%	291.5							291.5
EUR	0.94%	10.3							10.3
TOTAL	5.64% (prom.)	301.7	0.0	112.1	0.0	0.0	425.0	800.0	1,638.9

⁽¹⁾ Los US\$414 millones de arrendamientos no están considerados en estas cifras.

Inversiones

Las inversiones de GRUMA totalizaron US\$68 millones en 3T26, destinadas principalmente a los siguientes proyectos durante el trimestre: (1) actualizaciones generales, mantenimiento e inversión en maquinaria en GIMSA; (2) mejoras y reemplazo de equipo operativo en Estados Unidos; (3) inversiones para apoyar el aumento de escala de la producción de tortilla en México; y (4) capacidad adicional en Europa.

Resultados por Subsidiaria

3T26 versus 3T25

GRUMA ESTADOS UNIDOS

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		3T26	%	3T25	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS	Volumen de Ventas ¹	372		388		(16)	(4)
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	838.1	100.0	874.0	100.0	(36)	(4)
	Utilidad de Operación	111.1	13.2	141.7	16.2	(31)	(22)
	UAFIRDA Ajustado	149.7	17.9	184.7	21.1	(35)	(19)

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



El **volumen de ventas** disminuyó 4% a 372 mil toneladas métricas, reflejando principalmente menores volúmenes en el canal institucional y una disminución marginal en el canal minorista, en un entorno de cautela en la confianza del consumidor en Estados Unidos resultado de mayores presiones inflacionarias.

Las **ventas netas** disminuyeron 4% a US\$838.1 millones, en línea con menor volumen de venta.

El **costo de ventas** disminuyó 1% a US\$483.6 millones, debido a eficiencias.

Los **gastos de venta y administración** se mantuvieron estables en US\$243.6 millones debido a menores comisiones de ventas en línea con las ventas netas del periodo, que se compensaron por (1) mayores costos logísticos durante el trimestre; y (2) mayores costos de mercadotecnia. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 29.1% de 28.0% en 3T25.

Otros ingresos, neto, fueron de US\$0.1 millones en comparación con US\$0.9 millones en el 3T25, resultando principalmente del pago de reclamaciones de seguros sobre activos dañados de hace un año.

La **utilidad de operación** disminuyó 22% a US\$111.1 millones, y el margen de operación disminuyó 300 puntos base a 13.2% de 16.2%.

El **UAFIRDA ajustado** disminuyó 19% a US\$149.7 millones, y el margen UAFIRDA ajustado bajó a 17.9% de 21.1% en 3T25.

El negocio en Estados Unidos continuó enfrentando un entorno desafiante para el consumidor, particularmente en el canal institucional. El canal minorista mostró una mayor resiliencia, respaldado por la oferta de marcas privadas y productos de valor agregado. GRUMA continúa enfocada en adaptar su estrategia comercial, proteger su posición de mercado y mantener un equilibrio entre volumen, mezcla de ventas y rentabilidad conforme evolucionan las condiciones de la demanda.

GIMSA

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		3T26	%	3T25	%	VAR (\$)	VAR (%)
GIMSA¹	Volumen de Ventas ²	531		540		(9)	(2)
Harina de maíz y otros	Ventas netas	465.3	100.0	471.0	100.0	(6)	(1)
	Utilidad de Operación	42.3	9.1	40.4	8.6	2	5
	UAFIRDA Ajustado	55.5	11.9	53.6	11.4	2	4

¹ Conversión simple al tipo de cambio de Ps.17.8413/dólar al 30 de septiembre de 2026. Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

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



El **volumen de ventas** disminuyó 2% a 531 mil toneladas métricas, reflejando una menor actividad en los programas gubernamentales en comparación con periodos anteriores.

Las **ventas netas** disminuyeron 1% a US\$465.3 millones, en línea con el menor volumen.

El **costo de ventas** disminuyó 4% a US\$327.6 millones, como resultado de eficiencias en la estructura de costos. Como porcentaje de las ventas netas, mejoró a 70.4% de 72.3%.

Los **gastos de venta y administración** incrementaron 3% a US\$93.7 millones, principalmente como resultado de elevados costos de distribución. Como porcentaje de las ventas netas, aumentaron a 20.1% de 19.3%.

Otros gastos, neto, fueron de US\$1.7 millones, comparados con US\$0.9 millones en 3T25, principalmente por pagos recibidos por reclamaciones de seguros sobre activos dañados de hace un año.

La **utilidad de operación** incrementó 5% a US\$42.3 millones, y el margen de operación fue 50 puntos base mayor a 9.1%.

El **UAFIRDA ajustado** incrementó 4% a US\$55.5 millones en 3T26, y el margen UAFIRDA ajustado aumentó 50 puntos base a 11.9% de 11.4%.

El negocio principal de GIMSA continuó mostrando un desempeño sólido durante el trimestre. La menor actividad en los programas gubernamentales afectó los volúmenes; sin embargo, los fundamentos del negocio se mantienen sólidos. Continuamos enfocados en eficiencias operativas y en la optimización de la mezcla de productos para reforzar nuestra posición de liderazgo en el mercado mexicano de harina de maíz.

GRUMA EUROPA

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		3T26	%	3T25	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA EUROPA	Volumen de Ventas ¹	100		107		(7)	(6)
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	135.0	100.0	135.5	100.0	(1)	(0)
	Utilidad de Operación	15.4	11.4	15.7	11.6	(0)	(2)
	UAFIRDA Ajustado	20.3	15.1	19.9	14.7	0	2

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



El **volumen de ventas** disminuyó 6% a 100 mil toneladas métricas en 3T26, reflejando principalmente menores volúmenes en el negocio de molienda de maíz debido a interrupciones relacionadas con la guerra en Ucrania y la estacionalidad de los clientes. La disminución en el negocio de molienda de maíz superó el crecimiento de un dígito registrado en el negocio de tortillas, que continuó respaldado por mayor presencia en el canal minorista y una mezcla de ventas más favorable en Europa.

Las **ventas netas** se mantuvieron estables en US\$135.0 millones, respaldadas por una mezcla de ventas más favorable y la creciente participación de productos de valor agregado.

El **costo de ventas** disminuyó 2% a US\$90.5 millones, principalmente debido a eficiencias. Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas mejoró a 67.0% de 68.3%.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 8% a US\$29.5 millones, principalmente a los elevados costos de distribución, debido a los efectos del conflicto geopolítico en Medio Oriente. Como porcentaje de las ventas netas, aumentaron a 21.8% de 20.1% en el 3T25.

Otros ingresos, neto, totalizaron US\$0.4 millones, comparados con otros gastos de US\$0.1 millones en 3T25.

La **utilidad de operación** disminuyó 2% a US\$15.4 millones, comparada con US\$15.7 millones en 3T25. El margen de operación bajó 20 puntos base a 11.4% en 3T26 de 11.6%.

El **UAFIRDA ajustado** fue de US\$20.3 millones, una mejora de 2% de US\$19.9 millones en 3T25, y el margen UAFIRDA ajustado aumentó a 15.1% de 14.7% un año antes.

Nuestras operaciones en Europa continuaron mostrando una evolución positiva en la categoría de tortillas en el canal minorista, que se mantiene como el principal impulsor de crecimiento en la región. La creciente participación del canal minorista y de los productos de valor agregado continúa favoreciendo una mezcla de negocio más rentable, mientras que nuestro enfoque en la ejecución comercial y la eficiencia operativa nos ha permitido mantener sólidos niveles de rentabilidad, a pesar de las continuas presiones en el negocio de molienda de maíz y en los costos logísticos.

GRUMA ASIA Y OCEANÍA

		Trimestre					
Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		3T26	%	3T25	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ASIA Y OCEANIA¹	Volumen de Ventas ¹	27		27		(1)	(2)
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	79.9	100.0	72.5	100.0	7	10
	Utilidad de Operación	8.9	11.1	6.8	9.4	2	30
	UAFIRDA Ajustado	12.1	15.2	9.9	13.7	2	22

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



El **volumen de ventas** disminuyó 2% a 27 mil toneladas métricas, principalmente por una menor demanda en Malasia, derivada del conflicto geopolítico en el Medio Oriente.

Las **ventas netas** aumentaron 10% a US\$79.9 millones, gracias a una contribución mucho más saludable del mercado minorista en Australia.

El **costo de ventas** aumentó 6% a US\$52.9 millones durante el trimestre, en línea con (1) mayores gastos en empaque; y (2) elevados costos laborales. Como porcentaje de las ventas netas, mejoró a 66.2% de 68.8% en 3T25.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 15% a US\$18.1 millones, como resultado de (1) mayores costos de distribución; (2) mayores comisiones de venta, en línea con el crecimiento de los ingresos; y (3) mayores gastos de mercadotecnia. Como porcentaje de las ventas netas, aumentaron a 22.7% de 21.8% en 3T25.

La **utilidad de operación** incrementó 30% a US\$8.9 millones, mientras que el margen de operación fue de 11.1%, comparado con 9.4% en 3T25.

El **UAFIRDA ajustado** aumentó 22% a US\$12.1 millones, y el margen UAFIRDA ajustado creció 150 puntos base a 15.2% de 13.7% en 3T25.

Asia y Oceanía continuó registrando sólidos resultados durante el trimestre, respaldados por tendencias positivas en el canal institucional en Asia y una mayor contribución del canal minorista en Australia. Si bien las disrupciones temporales en Malasia afectaron los volúmenes, la región mantuvo un sólido crecimiento en ventas y una mayor rentabilidad, reforzando sus perspectivas positivas de largo plazo.

GRUMA CENTROAMÉRICA

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		3T26	%	3T25	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA CENTROAMÉRICA	Volumen de Ventas ¹	66		64		1	2
Harina de maíz y otros	Ventas netas	107.9	100.0	101.4	100.0	6	6
	Utilidad de Operación	28.2	26.1	18.6	18.4	10	51
	UAFIRDA Ajustado	30.6	28.4	20.8	20.5	10	47

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



El **volumen de ventas** aumentó 2% a 66 mil toneladas métricas, como resultado del crecimiento sostenido en la demanda de productos de harina de maíz y de los esfuerzos continuos para expandir la marca y sus diversas líneas de productos en los mercados atendidos por esta subsidiaria.

Las **ventas netas** aumentaron 6% a US\$107.9 millones como resultado del crecimiento de volumen y de una mezcla de ventas más rentable.

El **costo de ventas** incrementó 7% a US\$61.9 millones, debido a mayores costos de materias primas derivados de la inflación. Como porcentaje de las ventas netas, creció a 57.3% de 57.2%.

Los **gastos de venta y administración** incrementaron 7% a US\$26.9 millones, debido a (1) mayores costos de distribución; y (2) mayores gastos de mercadotecnia respecto al 3T25. Como porcentaje de las ventas netas, aumentaron a 24.9% de 24.7%.

Otros ingresos, neto, crecieron a US\$9.1 millones, resultado del pago de reclamaciones de seguro.

La **utilidad de operación** aumentó 51% a US\$28.2 millones y el margen de operación alcanzó a 26.1% de 18.4%.

El **UAFIRDA ajustado** aumentó 47% a US\$30.6 millones de US\$20.8 millones en 3T25, y el margen UAFIRDA ajustado se expandió 790 puntos base a 28.4% de 20.5%.

Centroamérica continuó registrando un sólido desempeño, respaldado por una demanda saludable y una mezcla de ventas más favorable. Estas tendencias continuaron impulsando un crecimiento rentable y fortaleciendo la posición de la subsidiaria en la región, mientras que los resultados trimestrales también se beneficiaron de una ganancia extraordinaria por una reclamación de seguro.

OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES

La **utilidad de operación** aumentó a US\$12.8 millones, principalmente por menores gastos corporativos en el 3T26.

Llamada de Conferencia

La llamada de conferencia del tercer trimestre se llevará a cabo el jueves 22 de octubre de 2026, a las 12:30 pm hora 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.17.8413/dólar al 30 de septiembre 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		Trimestre			Acumulado		
Estado de Resultados (USD millones)		3T26	3T25	VAR (%)	2026	2025	VAR (%)
Ventas Netas		1,650.6	1,635.6	1	4,925.3	4,784.9	3
Costo de Ventas		1,007.5	992.3	2	3,006.1	2,894.9	4
Utilidad Bruta		643.1	643.4	(0)	1,919.2	1,890.0	2
Margen Bruto (%)		39.0%	39.3%	(30) pb	39.0%	39.5%	(50) pb
Gasto de Administración y Ventas		434.5	416.7	4	1,303.2	1,228.6	6
Otros Gastos (Ingresos) , Neto		(10.0)	(3.9)	(156)	(6.6)	(16.2)	59
Utilidad de Operación		218.6	230.6	(5)	622.5	677.5	(8)
Margen Operativo (%)		13.2%	14.1%	(90) pb	12.6%	14.2%	(160) pb
Costo de Financiamiento, Neto		30.2	31.9	(5)	102.3	91.0	12
Gastos Financieros		35.5	33.4	6	103.4	100.7	3
Productos Financieros		(3.9)	(2.9)	(35)	(10.5)	(9.7)	(8)
Resultado en Instrumentos Financieros Derivados		0.0	0.0	0	0.0	(0.0)	100
Fluctuación Cambiaria		(1.2)	1.5	(182)	10.2	1.0	896
Resultado por posición monetaria		(0.2)	(0.1)	(76)	(0.9)	(1.0)	14
Impuestos a la Utilidad		56.8	66.0	(14)	169.2	194.2	(13)
Resultado Neto		131.6	132.6	(1)	351.0	392.3	(11)
Resultado Neto Mayoritario		131.6	132.6	(1)	350.9	392.6	(11)
Resultado por Acción ¹		0.40	0.38	4	1.06	1.13	(6)
Depreciación y Amortización		61.6	62.1		184.9	180.8	
Deterioro de Activos de Larga Duración		0.0	0.0		11.3	(0.0)	
UAFIRDA Ajustado ²		280.3	292.7	(4)	818.7	858.3	(5)
UAFIRDA Ajustado / Ventas (%)		17.0%	17.9%	(90) pb	16.6%	17.9%	(130) pb
Inversiones		68	44	53	173	150	15

Gruma, S.A.B. de C.V., y Subsidiarias		Sep-26		VAR (%)	Jun-26	VAR (%)
Resumen de Estado de Balance (USD millones)		Sep-26	Sep-25	VAR (%)	Jun-26	VAR (%)
Efectivo y Equivalentes de Efectivo		573	456	26	484	19
Clientes		568	562	1	572	(1)
Otras cuentas y documentos por cobrar		350	207	68	281	24
Inventarios		1,068	1,081	(1)	1,243	(14)
Activo Circulante		2,597	2,340	11	2,622	(1)
Propiedad, Planta y Equipo		2,442	2,344	4	2,439	0
Activo Total		5,384	5,018	7	5,409	(0)
Deuda a Corto Plazo		354	147	142	418	(15)
Pasivo Circulante		1,078	898	20	1,155	(7)
Deuda a largo Plazo		1,692	1,655	2	1,694	(0)
Pasivo Total		3,090	2,846	9	3,157	(2)
Capital Contable Mayoritario		2,292	2,169	6	2,249	2
Capital Contable Total		2,294	2,172	6	2,252	2
Activo Circulante / Pasivo Circulante		2.41	2.61		2.27	
Pasivo Total / Capital Contable Total		1.35	1.31		1.40	
Deuda Neta/ UAFIRDA Ajustado ²		1.34	1.17		1.47	
UAFIRDA Ajustado /Gastos Financieros ³		8.01	8.60		8.22	
Valor Contable por Acción ¹		6.90	6.22		6.69	

¹ En base a 332'014,927 acciones para septiembre 2026, 348'882,998 acciones para septiembre 2025 y 336'207,985 acciones para junio 2026.

² UAFIRDA Ajustado = 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)		3T26	%	3T25	%	VAR (\$)	VAR (%)	2026	%	2025	%	VAR (\$)	VAR (%)
GRUMA ESTADOS UNIDOS	Volumen de Ventas ²	372		388		(16)	(4)	1,126		1,163		(37)	(3)
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas Netas	838.1	100.0	874.0	100.0	(36)	(4)	2,539.6	100.0	2,629.4	100.0	(90)	(3)
	Costo de Venta	483.6	57.7	488.4	55.9	(5)	(1)	1,444.7	56.9	1,464.6	55.7	(20)	(1)
	Utilidad Bruta	354.6	42.3	385.6	44.1	(31)	(8)	1,094.9	43.1	1,164.7	44.3	(70)	(6)
	Gastos de Venta y Adm.	243.6	29.1	244.8	28.0	(1)	(0)	734.9	28.9	732.3	27.8	3	0
	Utilidad de Operación	111.1	13.2	141.7	16.2	(31)	(22)	366.0	14.4	443.2	16.9	(77)	(17)
	UAFIRDA Ajustado	149.7	17.9	184.7	21.1	(35)	(19)	487.0	19.2	571.0	21.7	(84)	(15)
GIMSA	Volumen de Ventas ²	531		540		(9)	(2)	1,565		1,574		(9)	(1)
Harina de maíz y otros	Ventas Netas	465.3	100.0	471.0	100.0	(6)	(1)	1,359.8	100.0	1,375.7	100.0	(16)	(1)
	Costo de Venta	327.6	70.4	340.4	72.3	(13)	(4)	968.3	71.2	997.0	72.5	(29)	(3)
	Utilidad Bruta	137.7	29.6	130.6	27.7	7	5	391.5	28.8	378.7	27.5	13	3
	Gastos de Venta y Adm.	93.7	20.1	91.1	19.3	3	3	280.8	20.7	275.1	20.0	6	2
	Utilidad de Operación	42.3	9.1	40.4	8.6	2	5	95.7	7.0	108.5	7.9	(13)	(12)
	UAFIRDA Ajustado	55.5	11.9	53.6	11.4	2	4	145.6	10.7	147.5	10.7	(2)	(1)
GRUMA EUROPA	Volumen de Ventas ²	100		107		(7)	(6)	318		319		(1)	(0)
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas Netas	135.0	100.0	135.5	100.0	(1)	(0)	408.5	100.0	385.7	100.0	23	6
	Costo de Venta	90.5	67.0	92.5	68.3	(2)	(2)	280.2	68.6	267.4	69.3	13	5
	Utilidad Bruta	44.5	33.0	42.9	31.7	2	4	128.3	31.4	118.3	30.7	10	8
	Gastos de Venta y Adm.	29.5	21.8	27.2	20.1	2	8	88.8	21.7	81.1	21.0	8	9
	Utilidad de Operación	15.4	11.4	15.7	11.6	(0)	(2)	41.1	10.1	37.2	9.7	4	10
	UAFIRDA Ajustado	20.3	15.1	19.9	14.7	0	2	55.1	13.5	49.2	12.8	6	12
GRUMA ASIA Y OCEANÍA	Volumen de Ventas ²	27		27		(1)	(2)	80		78		2	3
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas Netas	79.9	100.0	72.5	100.0	7	10	236.1	100.0	207.2	100.0	29	14
	Costo de Venta	52.9	66.2	49.8	68.8	3	6	157.9	66.9	143.0	69.0	15	10
	Utilidad Bruta	27.0	33.8	22.6	31.2	4	19	78.2	33.1	64.2	31.0	14	22
	Gastos de Venta y Adm.	18.1	22.7	15.8	21.8	2	15	52.0	22.0	46.0	22.2	6	13
	Utilidad de Operación	8.9	11.1	6.8	9.4	2	30	26.2	11.1	18.2	8.8	8	44
	UAFIRDA Ajustado	12.1	15.2	9.9	13.7	2	22	35.9	15.2	27.2	13.1	9	32
GRUMA CENTROAMÉRICA	Volumen de Ventas ²	66		64		1	2	189		183		6	3
Harina de maíz y otros	Ventas Netas	107.9	100.0	101.4	100.0	6	6	314.1	100.0	294.6	100.0	19	7
	Costo de Venta	61.9	57.3	58.1	57.2	4	7	181.0	57.6	172.4	58.5	9	5
	Utilidad Bruta	46.0	42.7	43.4	42.8	3	6	133.1	42.4	122.2	41.5	11	9
	Gastos de Venta y Adm.	26.9	24.9	25.1	24.7	2	7	79.6	25.3	74.6	25.3	5	7
	Utilidad de Operación	28.2	26.1	18.6	18.4	10	51	63.9	20.3	48.0	16.3	16	33
	UAFIRDA Ajustado	30.6	28.4	20.8	20.5	10	47	71.8	22.8	54.5	18.5	17	32
OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES	Volumen de Ventas ²	(23)		(31)		8	24	(63)		(74)		12	16
	Ventas Netas	24.4	100.0	(18.8)	100.0	43	230	67.2	100.0	(107.7)	100.0	175	162
	Costo de Venta	(8.9)	(36.5)	(37.0)	196.8	28	76	(26.0)	(38.7)	(149.5)	138.8	124	83
	Utilidad Bruta	33.3	136.5	18.3	(97.3)	15	82	93.3	138.8	41.8	(38.8)	52	123
	Gastos de Venta y Adm.	22.6	92.6	12.7	(67.6)	10	78	67.2	100.0	19.6	(18.2)	48	243
	Utilidad de Operación	12.8	52.5	7.4	(39.4)	5	73	29.6	44.0	22.3	(20.7)	7	33
	UAFIRDA Ajustado	12.0	49.2	3.8	(20.2)	8	216	23.4	34.8	8.9	(8.3)	15	163
CONSOLIDADO	Volumen de Ventas ²	1,072		1,096		(24)	(2)	3,216		3,242		(25)	(1)
	Ventas Netas	1,650.6	100.0	1,635.6	100.0	15	1	4,925.3	100.0	4,784.9	100.0	140	3
	Costo de Venta	1,007.5	61.0	992.3	60.7	15	2	3,006.1	61.0	2,894.9	60.5	111	4
	Utilidad Bruta	643.1	39.0	643.4	39.3	(0)	(0)	1,919.2	39.0	1,890.0	39.5	29	2
	Gastos de Venta y Adm.	434.5	26.3	416.7	25.5	18	4	1,303.2	26.5	1,228.6	25.7	75	6
	Otros Gtos. (Ing.), Neto	(10.0)		(3.9)		(6)	(156)	(6.6)		(16.2)		10	59
	Utilidad de Operación	218.6	13.2	230.6	14.1	(12)	(5)	622.5	12.6	677.5	14.2	(55)	(8)
	UAFIRDA Ajustado	280.3	17.0	292.7	17.9	(12)	(4)	818.7	16.6	858.3	17.9	(40)	(5)

¹ Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

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