

# REPORTE DE RESULTADOS



PRIMER TRIMESTRE  
2024



## PRIMER TRIMESTRE 2024 RESULTADOS

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

San Pedro Garza García, N.L., México; 17 de abril de 2024

GRUMA ha comenzado el año con una base sólida en los mercados a los que sirve y salvaguardando la rentabilidad. Nuestros productos continúan beneficiándose de la saludable demanda de los clientes, y seguimos siendo ágiles en nuestra estrategia para maximizar el valor para los accionistas. En Estados Unidos, GRUMA continúa superando el crecimiento del mercado en su operación de tortillas, mientras que la harina de maíz muestra una recuperación positiva. En el resto de nuestras operaciones globales, estamos aumentando diligentemente nuestra presencia con los distribuidores, mientras que los primeros signos de recuperación en China están respaldando nuestras operaciones en Asia y Oceanía. La versatilidad y adaptabilidad de GRUMA al entorno cambiante ayudó a mantener los volúmenes estables a pesar de la debilidad de los consumidores, mientras que las ventas aumentaron un 4% gracias a una mezcla de ventas más rentable. El UAFIRDA aumentó un 26%, lo que se tradujo en un margen UAFIRDA de 16.0% y un crecimiento de 27% en el UAFIRDA por tonelada. Continuaremos optimizando nuestra estrategia a lo largo del año en respuesta a los cambios en el entorno del mercado.

## DATOS SOBRESALIENTES

Datos Financieros Relevantes	Trimestre		
	1T24	1T23	VAR (%)
Estado de Resultados (USD millones)			
Volumen (miles de toneladas)	1,075	1,090	(1)
Ventas netas	1,647.3	1,585.6	4
Utilidad de Operación	206.0	157.8	31
Margen Operativo (%)	12.5%	10.0%	250 pb
UAFIRDA <sup>1</sup>	264.4	210.6	26
UAFIRDA / Ventas (%)	16.0%	13.3%	270 pb
Resultado Neto Mayoritario	111.0	75.9	46

<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

1T24 versus 1T23

**El volumen de ventas** disminuyó 1% a 1,075 mil toneladas métricas en comparación con el 1T23, como resultado de una contracción del volumen en GIMSA tras una difícil comparación de año contra año con el 1T23, cuando creció 8% en términos relativos.

**Las ventas netas** aumentaron un 4% a US\$1,647.3 millones debido al (1) continuo efecto de ajustes de precios de trimestres anteriores; (2) el cambio a una combinación más favorable en la división estadounidense; y (3) el beneficio de un tipo de cambio de peso más fuerte. Las ventas de las operaciones fuera de México representaron el 71% de las cifras consolidadas.

**El costo de ventas** disminuyó 1% a US\$1,033.1 millones debido a eficiencias en todas las divisiones. Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas mejoró al 62.7% de 65.9%.

**Los gastos de venta y administración** aumentaron 9% a US\$407.4 millones debido a (1) mayores comisiones pagadas, en línea con mayores ingresos; (2) elevados costos de distribución; y (3) mayores costos de mercadotecnia. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 24.7% de 23.5%.

**Otros gastos, netos**, fueron de US\$0.9 millones en comparación con US\$10.8 millones el año pasado. Esto se debió principalmente por un cambio en las valuaciones de las posiciones de cobertura de divisas de GRUMA.

**La utilidad de operación** aumentó un 31% a US\$206.0 millones. El margen de operación se expandió 250 puntos base a 12.5% de 10.0%.

**El UAFIRDA** aumentó 26% a US\$264.4 millones, y el margen UAFIRDA aumentó 270 puntos base a 16.0% de 13.3%. El UAFIRDA de las operaciones fuera de México representó el 82% de las cifras consolidadas.

**El costo de financiamiento, neto**, disminuyó 10% a US\$31.9 millones, debido principalmente a una disminución en el servicio de la deuda reflejando menores necesidades de capital de trabajo, lo que se tradujo al pago de la deuda.

**Los impuestos a la utilidad** fueron de US\$63.1 millones, un incremento de 35% comparado con el 1T23, debido a mayores utilidades antes de impuestos, producto de la dinámica antes mencionada. La tasa impositiva efectiva del trimestre fue del 36.2% comparado al 38.1% en el 1T23.

**La utilidad neta mayoritaria** aumentó 46% a US\$111.0 millones.

*Construimos una base sólida durante el primer trimestre del año ajustando las estrategias comerciales a los cambios continuos en los mercados de algunas divisiones, al tiempo que intensificamos los esfuerzos existentes en otros mercados, lo que nos ayudó a alcanzar un crecimiento del UAFIRDA del 26%; continuaremos ajustando los esfuerzos con el fin de estar en una posición favorable que salvaguarde la rentabilidad en los próximos trimestres.*

## SITUACIÓN FINANCIERA

Marzo 2024 versus Diciembre 2023

### Datos Sobresalientes de Balance

**Los activos totales** aumentaron 4% a US\$4,855 millones en comparación con diciembre de 2023. Este cambio se debió principalmente a un crecimiento en los activos circulantes de GRUMA, además de un crecimiento del 1% en Propiedad, Planta y Equipo.

**Los pasivos totales** aumentaron un 5% a US\$2,982 millones, principalmente debido a un crecimiento del 25% en las cuentas por pagar.

**El capital contable mayoritario** aumentó 2% a US\$1,870 millones.

## Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA se mantuvo estable en US\$1,902 millones en relación con menores necesidades de capital de trabajo y el pago de la deuda en trimestres anteriores; esto llevó a una reducción del múltiplo de Deuda Neta / UAFIRDA a 1.34x. Aproximadamente el 73% de la deuda de GRUMA esta denominada en dólares.

### Deuda (Millones de USD)

Mar´24	Mar´23	Var vs Mar´23		Dic´23	Var vs Dic´23	
		(\$)	(%)		(\$)	(%)
1,902	2,016	(114)	(6%)	1,897	5	0

### Perfil de Vencimiento de Deuda<sup>(1)</sup> (Millones de USD)

	Tasa	2024	2025	2026	2027	2028	2029	Total
Bono 2024	Fija 4.875%	400.0						400.0
Club Loan Scotiabank 2021	SOFR + 1.11%			200.0				200.0
Crédito Largo Plazo Scotiabank 2019	Fija 2.79%		250.0					250.0
Crédito Largo Plazo Scotiabank 2020	SOFR + 1.00%				125.0			125.0
Club Loan BBVA 2023	SOFR + 1.30%					140.0		140.0
Cebures Gruma21 (MXN \$2,000)	Fija 7.00%					119.9		119.9
Cebures Gruma22 (MXN \$4,500)	TIIE + 0.29%				269.8			269.8
Otros:								
EUR	0.98%	11.6	9.7	9.7	0.0	0.0	0.0	31.1
<b>TOTAL</b>	<b>6.32% (prom.)</b>	<b>411.6</b>	<b>259.7</b>	<b>209.7</b>	<b>394.8</b>	<b>259.9</b>	<b>0.0</b>	<b>1,535.8</b>

<sup>(1)</sup> Los US\$366 millones de arrendamientos no están considerados en estas cifras.

## INVERSIONES

Las inversiones de capital de GRUMA totalizaron US\$53 millones en el 1T24, asignados principalmente a los siguientes proyectos durante el trimestre: (1) actualizaciones generales y mantenimiento en toda la empresa, particularmente en GIMSA; y (2) reemplazo de equipo operativo en Estados Unidos.

## RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

1T24 versus 1T23

### Gruma Estados Unidos

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		1T24	%	1T23	%	VAR (\$)	VAR (%)
<b>GRUMA ESTADOS UNIDOS</b>	Volumen de Ventas <sup>1</sup>	<b>390</b>		390		(0)	(0)
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	<b>902.9</b>	<b>100.0</b>	887.2	100.0	16	2
	Utilidad de Operación	<b>145.5</b>	<b>16.1</b>	124.5	14.0	21	17
	UAFIRDA	<b>181.6</b>	<b>20.1</b>	158.1	17.8	24	15

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



**El volumen de ventas** se mantuvo estable en 390 mil toneladas métricas. Los resultados positivos y el impulso continuo en el negocio minorista de tortillas fueron contrarrestados por la estrategia de optimización de clientes en el negocio institucional.

En el negocio de **harina de maíz**, volúmenes se mantuvieron estables, pero en un continuo camino de recuperación con la incorporación de más clientes industriales, que en el pasado mostraron cierta sensibilidad a los precios, mientras que el canal minorista de este negocio continúa mostrando un sólido desempeño.

**Las ventas netas** aumentaron 2% en comparación con el 1T23, incrementando a US\$902.9 millones debido al (1) continuo efecto de estrategias pasadas de gestión de la inflación; y (2) una mezcla de ventas más rentable en el 1T24.

**El costo de ventas** disminuyó 3% a US\$517.4 millones debido principalmente a eficiencias.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron un 4% a US\$240.2 millones debido a mayores gastos de ventas en relación con (1) mayores comisiones en línea con mayores ingresos durante el trimestre; (2) elevados costos logísticos y de distribución; y (3) mayores costos de mercadotecnia. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 26.6% de 26.1% en el 1T23.

La **utilidad de operación** aumentó 17% a US\$145.5 millones, y el margen de operación creció 210 puntos base a 16.1% de 14.0%.

El **UAFIRDA** aumentó 15% a US\$181.6 millones, y el margen UAFIRDA aumentó a 20.1% de 17.8% en el 1T23.

*GRUMA se mantuvo atento a los cambios de la dinámica del mercado en el primer trimestre del año, lo que proporcionó una sólida base de crecimiento operativo para el resto del año, alcanzando un crecimiento de UAFIRDA de 15% y un sólido crecimiento de UAFIRDA por tonelada.*

## GIMSA

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		1T24	%	1T23	%	VAR (\$)	VAR (%)
<b>GIMSA<sup>1</sup></b>	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	<b>524</b>		537		(13)	(2)
Harina de maíz y otros	Ventas netas	<b>491.0</b>	<b>100.0</b>	492.7	100.0	(2)	(0)
	Utilidad de Operación	<b>36.0</b>	<b>7.3</b>	15.2	3.1	21	136
	UAFIRDA	<b>48.8</b>	<b>9.9</b>	26.6	5.4	22	83

<sup>1</sup> Conversión simple al tipo de cambio de Ps.16.6780/dólar al 31 de marzo de 2024. Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

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



El **volumen de ventas** disminuyó 2% a 524 mil toneladas métricas, como resultado de una mayor base comparativa en el 1T23, donde los volúmenes crecieron un 8% en términos comparativos.

Las **ventas netas** permanecieron estables en US\$491.0 millones en comparación con el 1T23, debido a una mayor base comparativa año contra año.

El **costo de ventas** disminuyó 5% a US\$371.8 millones, debido principalmente a un menor volumen. Como porcentaje de las ventas netas, mejoró a 75.7% de 79.2%.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 12% a US\$82.3 millones como resultado principalmente de mayores costos de distribución y logística. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 16.8% de 15.0%.

**Otros gastos, netos**, fueron de US\$0.9 millones en comparación con US\$13.5 millones en el 1T23, como resultado principalmente de los cambios en la valuación de las posiciones de cobertura cambiaria durante el trimestre.

**La utilidad de operación** aumentó 136% a US\$36.0 millones, y el margen de operación fue 420 puntos básicos más alto a 7.3%.

**El UAFIRDA** se expandió 83% a US\$48.8 millones desde US\$26.6 millones y el margen UAFIRDA aumentó 450 puntos base a 9.9% de 5.4%.

*GIMSA continúa con una tendencia estable a pesar de una sólida base de comparación y, lo que es más importante, la división continúa optimizando la rentabilidad.*

## Gruma Europa

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		1T24	%	1T23	%	VAR (\$)	VAR (%)
<b>GRUMA EUROPA</b>	Volumen de Ventas <sup>1</sup>	<b>108</b>		100		8	8
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	<b>107.4</b>	<b>100.0</b>	110.1	100.0	(3)	(3)
	Utilidad de Operación	<b>6.1</b>	<b>5.7</b>	2.3	2.1	4	164
	UAFIRDA	<b>9.5</b>	<b>8.9</b>	5.9	5.3	4	63

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



**El volumen de ventas** aumentó un 8% a 108 mil toneladas métricas como resultado de un sólido desempeño de la operación de molienda de maíz de GRUMA, tras los efectos de la guerra en Ucrania de hace un año. Los esfuerzos comerciales en curso para expandir aún más la distribución de tortilla en la región también fueron un componente importante de la expansión del volumen.

**Las ventas netas** disminuyeron 3% a US\$107.4 millones en el 1T24 debido a la mezcla de productos durante el periodo, el cual tuvo un mayor componente de productos relacionados con el maíz de menor precio en comparación con el vendido en el 1T23.

**El costo de ventas** disminuyó 13% a US\$75.7 millones, como resultado principalmente de una mayor composición de productos de molienda de maíz vendidos. Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas mejoró a 70.5% de 78.6% debido a la dinámica mencionada anteriormente.

**Los gastos de venta y administración** aumentaron un 18% a US\$25.6 millones debido principalmente a (1) los elevados gastos de mercadotecnia; y (2) los mayores costos logísticos. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 23.8% de 19.6%.

**Otros gastos, netos**, totalizaron US\$0.0 millones en comparación con un ingreso de US\$0.3 millones en el 1T23.

**La utilidad de operación** fue de US\$6.1 millón en el 1T24 o un crecimiento de 164% en comparación con US\$2.3 millones en el 1T23. El margen de operación se expandió 360 puntos básicos a 5.7% de 2.1%.

**El UAFIRDA** fue de US\$9.5 millones, una mejora del 63% de US\$5.9 millones en el 1T23, y el margen UAFIRDA aumentó 360 puntos base a 8.9% desde 5.3% en el 1T23.

*La división europea de GRUMA ha estado expandiendo de manera efectiva su presencia comercial mediante el aumento de la distribución en el espacio minorista, además de recuperar algunos clientes que mostraron sensibilidad a los precios en el pasado. Generó un crecimiento de UAFIRDA del 63% y de UAFIRDA por tonelada del 51%.*

## Gruma Asia y Oceanía

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		1T24	%	1T23	%	VAR (\$)	VAR (%)
<b>GRUMA ASIA Y OCEANIA<sup>1</sup></b>	Volumen de Ventas <sup>1</sup>	<b>25</b>		23		1	5
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	<b>65.4</b>	<b>100.0</b>	64.3	100.0	1	2
	Utilidad de Operación	<b>7.1</b>	<b>10.9</b>	4.3	6.7	3	66
	UAFIRDA	<b>9.8</b>	<b>14.9</b>	6.9	10.7	3	42

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



**El volumen de ventas** aumentó 5% a 25 mil toneladas métricas debido al incremento de la actividad económica en China y el sólido desempeño en Malasia, que contrarrestaron los desafíos logísticos en Australia derivados de las malas condiciones climáticas.

**Las ventas netas** aumentaron un 2% a US\$65.4 millones como resultado de (1) una mayor actividad económica en China y mejores ventas en Malasia; (2) el continuo efecto de la gestión de la inflación de trimestres anteriores; y (3)

mayor volumen.

**El costo de ventas** disminuyó 5% a US\$43.6 millones durante el trimestre debido principalmente a eficiencias en comparación con el 1T23. Como porcentaje de las ventas netas, mejoró a 66.7% de 71.6% en el 1T23.

**Los gastos de venta y administración** aumentaron 5% a US\$14.7 millones, como resultado de (1) mayores comisiones en línea con mayores ventas; y (2) mayores costos de mercadotecnia. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y de administración aumentaron a 22.4% de 21.8% en el 1T23.

**La utilidad de operación** aumentó 66% a US\$7.1 millones, mientras que el margen de operación fue de 10.9% en comparación con 6.7% en el 1T23.

**El UAFIRDA** creció un 42% hasta los US\$9.8 millones, y el margen UAFIRDA aumentó 420 puntos básicos hasta el 14.9% desde 10.7% en el 1T23.

*A pesar de las adversas condiciones meteorológicas en Australia y los problemas logísticos que provocó, la demanda de Asia, incluyendo el mercado chino, fue más que suficiente para generar un crecimiento del UAFIRDA del 42% y un margen UAFIRDA del 14.9%.*

## Gruma Centroamérica

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		1T24	%	1T23	%	VAR (\$)	VAR (%)
<b>GRUMA CENTROAMÉRICA</b>	Volumen de Ventas <sup>1</sup>	<b>58</b>		58		(0)	(0)
Harina de maíz y otros	Ventas netas	<b>95.9</b>	<b>100.0</b>	89.5	100.0	6	7
	Utilidad de Operación	<b>13.5</b>	<b>14.1</b>	10.2	11.4	3	33
	UAFIRDA	<b>15.5</b>	<b>16.1</b>	12.0	13.4	4	29

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



**El volumen de ventas** se mantuvo estable en 58 mil toneladas métricas como resultado de una menor demanda de productos de arroz, que son producidos por esta división.

**Las ventas netas** aumentaron 7% a US\$95.9 millones en línea con (1) el traspaso de costos y gastos adicionales a los ingresos; y (2) una mezcla de productos más rentable.

**El costo de ventas** se mantuvo estable en US\$59.5 millones debido a eficiencias. Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas mejoró a 62.0% de 66.1%.

**Los gastos de venta y administración** aumentaron 14% a US\$23.0 millones debido a (1) elevados costos de mercadotecnia; y (2) mayores costos de distribución en relación con el 1T23. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 23.9% de 22.6%.

**La utilidad de operación** aumentó 33% a US\$13.5 millones y el margen de operación aumentó 270 puntos base a 14.1% de 11.4% como resultado del crecimiento de los ingresos y la gestión de costos mencionados anteriormente.

**El UAFIRDA** aumentó 29% a US\$15.5 millones de US\$12.0 millones en el 1T23, y el margen UAFIRDA se expandió 270 puntos base a 16.1% de 13.4%.

*La demanda de productos de arroz sigue siendo débil, lo que ha contrarrestado los buenos resultados de las ventas de harina de maíz; sin embargo, esta división continúa entregando sólidos resultados con un crecimiento del UAFIRDA del 29%, mientras que el margen UAFIRDA alcanzó el 16.1%.*

## Otras Subsidiarias y Eliminaciones

**La pérdida de operación** de US\$2.3 millones frente a la utilidad de US\$1.2 millones en el 1T23 derivado de menores resultados de la división de tecnología.

## LLAMADA DE CONFERENCIA

La llamada de conferencia del primer trimestre se llevará a cabo el jueves 18 de abril del 2024 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) contables. 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. 16.6780/dólar al 31 de marzo de 2024. 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 24,600 empleados y 75 plantas. En 2023, GRUMA logró ventas netas de aproximadamente US\$6,600 millones, de las cuales el 72% 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		
	1T24	1T23	VAR (%)
Estado de Resultados (USD millones)			
Ventas Netas	1,647.3	1,585.6	4
Costo de Ventas	1,033.1	1,044.8	(1)
Utilidad Bruta	614.2	540.8	14
Margen Bruto (%)	37.3%	34.1%	320 pb
Gasto de Administración y Ventas	407.4	372.2	9
Otros Gastos (Ingresos), Neto	0.9	10.8	(92)
Utilidad de Operación	206.0	157.8	31
Margen Operativo (%)	12.5%	10.0%	250 pb
Costo de Financiamiento, Neto	31.9	35.3	(10)
Gastos Financieros	33.9	36.8	(8)
Productos Financieros	(4.4)	(2.4)	(85)
Resultado en Instrumentos Financieros Derivados	0.0	0.0	0
Fluctuación Cambiaria	2.6	1.4	90
Resultado por posición monetaria	(0.2)	(0.5)	
Impuestos a la Utilidad	63.1	46.7	35
Utilidad (Pérdida) por operaciones discontinuadas	0.0	0.0	
Resultado Neto	111.0	75.8	46
Resultado Neto Mayoritario	111.0	75.9	46
Resultado por Acción <sup>1</sup>	0.30	0.20	48
Depreciación y Amortización	58.4	52.8	
UAFIRDA <sup>2</sup>	264.4	210.6	26
UAFIRDA / Ventas (%)	16.0%	13.3%	270 pb
Inversiones	53	49	8

Gruma, S.A.B. de C.V., y Subsidiarias	Mar-24	Mar-23	VAR (%)	Dic-23	VAR (%)
Resumen de Estado de Balance (USD millones)					
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	482	288	67	350	38
Cientes	580	586	(1)	559	4
Otras cuentas y documentos por cobrar	157	133	18	149	5
Inventarios	997	1,231	(19)	1,010	(1)
Activo Circulante	2,255	2,284	(1)	2,103	7
Propiedad, Planta y Equipo	2,296	2,204	4	2,283	1
<b>Activo Totales</b>	<b>4,855</b>	<b>4,773</b>	<b>2</b>	<b>4,683</b>	<b>4</b>
Deuda a Corto Plazo	471	213	121	469	0
Pasivo Circulante	1,337	1,256	6	1,218	10
Deuda a largo Plazo	1,427	1,798	(21)	1,422	0
<b>Pasivo Total</b>	<b>2,982</b>	<b>3,229</b>	<b>(8)</b>	<b>2,840</b>	<b>5</b>
Capital Contable Mayoritario	1,870	1,544	21	1,840	2
<b>Capital Contable Total</b>	<b>1,873</b>	<b>1,544</b>	<b>21</b>	<b>1,843</b>	<b>2</b>
Activo Circulante / Pasivo Circulante	1.69	1.82		1.73	
Pasivo Total / Capital Contable Total	1.59	2.09		1.54	
Deuda Neta/ UAFIRDA <sup>2</sup>	1.34	2.02		1.53	
UAFIRDA /Gastos Financieros <sup>3</sup>	6.99	6.84		6.51	
Valor Contable por Acción <sup>1</sup>	5.12	4.17		4.99	

<sup>1</sup> En base a 365'394,275 acciones para marzo 2024, 370'126,812 acciones para marzo 2023 y 369'129,459 acciones para diciembre 2023.

<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							
		1T24		1T23		VAR (\$)		VAR (%)	
Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)			%		%				
<b>GRUMA ESTADOS UNIDOS</b>	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	<b>390</b>		390		(0)		(0)	
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas Netas	<b>902.9</b>	<b>100.0</b>	887.2	100.0	16		2	
	Costo de Venta	<b>517.4</b>	<b>57.3</b>	531.4	59.9	(14)		(3)	
	Utilidad Bruta	<b>385.5</b>	<b>42.7</b>	355.8	40.1	30		8	
	Gastos de Venta y Adm.	<b>240.2</b>	<b>26.6</b>	231.7	26.1	8		4	
	Utilidad de Operación	<b>145.5</b>	<b>16.1</b>	124.5	14.0	21		17	
	UAFIRDA	<b>181.6</b>	<b>20.1</b>	158.1	17.8	24		15	
<b>GIMSA</b>	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	<b>524</b>		537		(13)		(2)	
Harina de maíz y otros	Ventas Netas	<b>491.0</b>	<b>100.0</b>	492.7	100.0	(2)		(0)	
	Costo de Venta	<b>371.8</b>	<b>75.7</b>	390.3	79.2	(18)		(5)	
	Utilidad Bruta	<b>119.1</b>	<b>24.3</b>	102.4	20.8	17		16	
	Gastos de Venta y Adm.	<b>82.3</b>	<b>16.8</b>	73.7	15.0	9		12	
	Utilidad de Operación	<b>36.0</b>	<b>7.3</b>	15.2	3.1	21		136	
	UAFIRDA	<b>48.8</b>	<b>9.9</b>	26.6	5.4	22		83	
<b>GRUMA EUROPA</b>	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	<b>108</b>		100		8		8	
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas Netas	<b>107.4</b>	<b>100.0</b>	110.1	100.0	(3)		(3)	
	Costo de Venta	<b>75.7</b>	<b>70.5</b>	86.5	78.6	(11)		(13)	
	Utilidad Bruta	<b>31.7</b>	<b>29.5</b>	23.6	21.4	8		34	
	Gastos de Venta y Adm.	<b>25.6</b>	<b>23.8</b>	21.6	19.6	4		18	
	Utilidad de Operación	<b>6.1</b>	<b>5.7</b>	2.3	2.1	4		164	
	UAFIRDA	<b>9.5</b>	<b>8.9</b>	5.9	5.3	4		63	
<b>GRUMA CENTROAMÉRICA</b>	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	<b>58</b>		58		(0)		(0)	
Harina de maíz y otros	Ventas Netas	<b>95.9</b>	<b>100.0</b>	89.5	100.0	6		7	
	Costo de Venta	<b>59.5</b>	<b>62.0</b>	59.2	66.1	0		1	
	Utilidad Bruta	<b>36.4</b>	<b>38.0</b>	30.4	33.9	6		20	
	Gastos de Venta y Adm.	<b>23.0</b>	<b>23.9</b>	20.2	22.6	3		14	
	Utilidad de Operación	<b>13.5</b>	<b>14.1</b>	10.2	11.4	3		33	
	UAFIRDA	<b>15.5</b>	<b>16.1</b>	12.0	13.4	4		29	
<b>GRUMA ASIA Y OCEANÍA</b>	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	<b>25</b>		23		1		5	
Harina de maíz y otros	Ventas Netas	<b>65.4</b>	<b>100.0</b>	64.3	100.0	1		2	
	Costo de Venta	<b>43.6</b>	<b>66.7</b>	46.0	71.6	(2)		(5)	
	Utilidad Bruta	<b>21.8</b>	<b>33.3</b>	18.3	28.4	3		19	
	Gastos de Venta y Adm.	<b>14.7</b>	<b>22.4</b>	14.0	21.8	1		5	
	Utilidad de Operación	<b>7.1</b>	<b>10.9</b>	4.3	6.7	3		66	
	UAFIRDA	<b>9.8</b>	<b>14.9</b>	6.9	10.7	3		42	
<b>OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES</b>	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	<b>(30)</b>		(19)		(11)		(56)	
	Ventas Netas	<b>(15.3)</b>	<b>100.0</b>	(58.2)	100.0	43		74	
	Costo de Venta	<b>(35.0)</b>	<b>228.8</b>	(68.6)	117.9	34		49	
	Utilidad Bruta	<b>19.7</b>	<b>(128.8)</b>	10.4	(17.9)	9		89	
	Gastos de Venta y Adm.	<b>21.8</b>	<b>(142.5)</b>	11.1	(19.1)	11		96	
	Utilidad de Operación	<b>(2.3)</b>	<b>15.0</b>	1.2	(2.1)	(4)		(292)	
	UAFIRDA	<b>(0.8)</b>	<b>5.2</b>	1.1	(1.9)	(2)		(173)	
<b>CONSOLIDADO</b>	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	<b>1,075</b>		1,090		(15)		(1)	
	Ventas Netas	<b>1,647.3</b>	<b>100.0</b>	1,585.6	100.0	62		4	
	Costo de Venta	<b>1,033.1</b>	<b>62.7</b>	1,044.8	65.9	(12)		(1)	
	Utilidad Bruta	<b>614.2</b>	<b>37.3</b>	540.8	34.1	73		14	
	Gastos de Venta y Adm.	<b>407.4</b>	<b>24.7</b>	372.2	23.5	35		9	
	Otros Gtos. (Ing.), Neto	<b>0.9</b>		10.8		(10)		(92)	
	Utilidad de Operación	<b>206.0</b>	<b>12.5</b>	157.8	10.0	48		31	
	UAFIRDA	<b>264.4</b>	<b>16.0</b>	210.6	13.3	54		26	

<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.