

# REPORTE DE RESULTADOS



---

SEGUNDO  
TRIMESTRE 2024



## RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2024

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

San Pedro Garza García, N.L., México; 24 de julio de 2024



*Estamos muy satisfechos con nuestros resultados del segundo trimestre del año, donde una vez más se ha manifestado la resiliencia y adaptabilidad de GRUMA a su entorno de mercado actual. Nuestros productos de valor agregado en los Estados Unidos, continúan creciendo a un ritmo constante, a pesar del fuerte impulso de crecimiento de los SKUs de marca privada soportado por un consumidor más débil. En México y Europa, la fuerte demanda continúa impulsando el negocio a pesar de los desafíos logísticos, los cuales impactaron los volúmenes durante el 2T24, y las divisiones de Centroamérica y Asia y Oceanía continúan entregando resultados estables y sólidos. A través de nuestra continua perseverancia y enfoque, GRUMA alcanzó un crecimiento consolidado de 17% en el UAFIRDA y un crecimiento de la rentabilidad de 19% en términos de UAFIRDA por tonelada.*



### DATOS SOBRESALIENTES

Datos Financieros Relevantes	Trimestre		
	2T24	2T23	VAR (%)
Estado de Resultados (USD millones)			
Volumen (miles de toneladas)	<b>1,079</b>	1,090	(1)
Ventas netas	<b>1,660.9</b>	1,656.7	0
Utilidad de Operación	<b>226.9</b>	184.6	23
Margen Operativo (%)	<b>13.7%</b>	11.1%	260 pb
UAFIRDA <sup>1</sup>	<b>286.3</b>	244.0	17
UAFIRDA / Ventas (%)	<b>17.2%</b>	14.7%	250 pb
Resultado Neto Mayoritario	<b>136.9</b>	96.6	42

<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

2T24 versus 2T23

El **volumen de ventas** disminuyó 1% en comparación con el 2T23, a 1,079 mil toneladas métricas, impulsada principalmente por la sensibilidad a los precios en el canal institucional en Estados Unidos y los desafíos logísticos en Europa, que impidieron la distribución normal de productos de molienda de maíz en todo el continente.

**Las ventas netas** se mantuvieron estables en US\$1,660.9 millones principalmente por (1) los ajustes de precios realizados en México en línea con el método tradicional en todo el país; y (2) menor volumen vendido. Las ventas de operaciones fuera de México representaron el 72% de las cifras consolidadas.

**El costo de ventas** disminuyó 5% a US\$1,027.6 millones debido a eficiencias en todas las divisiones. Como porcentaje de ventas netas, el costo de ventas mejoró a 61.9% de 65.0%.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 7% a US\$409.9 millones debido a (1) un aumento en los costos logísticos; (2) mayores costos de mercadotecnia; y (3) mayores comisiones pagadas. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 24.7% de 23.1%.

**Otros ingresos, neto**, fueron de US\$3.4 millones en comparación con un gasto de US\$12.2 millones el año pasado. El cambio resultó principalmente de ganancias en las posiciones de cobertura de GRUMA y el pago de reclamaciones de seguros sobre activos dañados debido a malas condiciones climáticas en México durante el 4T23.

La **utilidad de operación** aumentó un 23% a US\$226.9 millones. El margen de operación se expandió 260 puntos base a 13.7% de 11.1%.

**El UAFIRDA** aumentó 17% a US\$286.3 millones y el margen UAFIRDA aumentó 250 puntos base a 17.2% de 14.7%. El UAFIRDA de las operaciones fuera de México representaron 80% del consolidado.

El **costo de financiamiento, neto**, bajó un 53% a US\$18.8 millones, principalmente debido a una disminución de la deuda como resultado de los pagos de la misma y de un peso más débil. Las posiciones monetarias del balance general de GRUMA también disminuyeron como resultado de un peso más débil, lo que contribuyó a este cambio.

**Los impuestos a la utilidad** fueron US\$71.3 millones, un aumento del 48% con respecto al 2T23, debido a una mayor utilidad antes de impuestos, como resultado de la dinámica mencionada anteriormente. La tasa impositiva efectiva del trimestre fue de 34.2% en comparación con 33.3% en el 2T23.

La **utilidad neta mayoritaria** aumentó 42% a US\$136.9 millones.

*GRUMA continuó con su fuerte impulso durante el 2T24, y a pesar de los cambios en las dinámicas del mercado, alcanzó sólidos resultados.*

## SITUACIÓN FINANCIERA

Junio 2024 versus Marzo 2024

### Datos Sobresalientes de Balance

Los **activos totales** se mantuvieron sin cambios en US\$4,855 millones en comparación con Marzo de 2024, reflejando el balance entre un 15% más de inventarios y un 2% menos de Propiedades, Planta y Equipo junto con saldos de efectivo más bajos para financiar el crecimiento del inventario.

Los **pasivos totales** aumentaron 1% a US\$3,007 millones, con un incremento de 17% en cuentas por pagar en línea con mayores niveles de inventarios de maíz y una disminución de 2% en deuda de largo plazo.

El **capital contable mayoritario** disminuyó un 1% a US\$1,845 millones.

## Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA bajó 2% a US\$1,870 millones en relación con el debilitamiento del peso frente al dólar estadounidense en relación a Marzo. El múltiplo de Deuda Neta / UAFIRDA disminuyó a 1.3x. Aproximadamente 74% de la deuda de GRUMA estaba denominada en dólares.

### Deuda (millones de dólares)

		Var vs Jun '23		Var vs Mar '24		
Jun '24	Jun '23	(\$)	(%)	Mar '24	(\$)	(%)
1,870	2,125	(255)	(12%)	1,902	(32)	(2%)

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

	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
RCF Scotiabank 2024	SOFR + 1.10%				125.0			125.0
Línea Comprometida BBVA	SOFR + 1.30%					140.0		140.0
Cebures Gruma21 (MXN \$2,000)	Fija 7.00%					108.8		108.8
Cebures Gruma22 (MXN \$4,500)	TIIE + 0.29%				244.9			244.9
Otros:								
EUR	0.98%	11.5	9.7	9.7	0.0	0.0	0.0	30.8
<b>TOTAL</b>	<b>6.19% (prom.)</b>	<b>411.5</b>	<b>259.7</b>	<b>209.7</b>	<b>369.9</b>	<b>248.8</b>	<b>0.0</b>	<b>1,499.5</b>

<sup>(1)</sup> Los US\$371 millones de arrendamientos no están considerados en estas cifras.

## INVERSIONES

Las inversiones de capital de GRUMA fueron de US\$54 millones en el 2T24, destinándose principalmente a los siguientes proyectos durante el trimestre: (1) actualizaciones y mantenimiento general en toda la empresa, particularmente en GIMSA; (2) reemplazo de equipo operativo en Estados Unidos; y (3) construcción en la nueva planta en China.

## RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

2T24 versus 2T23

### Gruma Estados Unidos

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		2T24	%	2T23	%	VAR (\$)	VAR (%)
<b>GRUMA ESTADOS UNIDOS</b>	Volumen de Ventas <sup>1</sup>	<b>400</b>		402		(2)	(1)
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	<b>921.6</b>	<b>100.0</b>	928.5	100.0	(7)	(1)
	Utilidad de Operación	<b>152.2</b>	<b>16.5</b>	133.9	14.4	18	14
	UAFIRDA	<b>188.8</b>	<b>20.5</b>	172.8	18.6	16	9

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



El **volumen de ventas** disminuyó 1% a 400 mil toneladas métricas, principalmente por una contracción en volumen en el canal institucional de tortilla a pesar del sólido desempeño del lado minorista, que creció un 2%. Para asegurar la rentabilidad a largo plazo de GRUMA, se implementó una estrategia de optimización de clientes dentro del canal institucional y, como resultado de ello, se ha producido una disminución temporal de volumen dentro de este segmento de negocio.

En el negocio de la harina de maíz, la demanda minorista continúa con una tendencia al alza, como resultado de una mayor cocina casera en lugar de restaurantes, debido a los efectos de la inflación y respaldada aún más por una recuperación estable de los clientes industriales de GRUMA.

**Las ventas netas** disminuyeron 1% a US\$921.6 millones reflejando (1) la pérdida de volumen en el canal institucional de tortilla; y (2) una mezcla de venta menos rentable, ya que el crecimiento de las marcas privadas ha obstaculizado el desempeño positivo de algunos de los productos más básicos de GRUMA.

**El costo de ventas** disminuyó 5% a US\$521.2 millones debido principalmente a eficiencias.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 4% a US\$248.6 millones debido a mayores gastos de ventas en relación con (1) mayores costos logísticos; (2) mayores gastos de marketing; y (3) mayores comisiones pagadas durante el trimestre. Como porcentaje de ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 27.0% de 25.6% en 2T23.

La **utilidad de operación** aumentó 14% a US\$152.2 millones, y el margen de operación creció 210 puntos base a 16.5% desde 14.4%.

**El UAFIRDA** creció 9% a US\$188.8 millones y el margen UAFIRDA subió a 20.5% de 18.6% en el 2T23.

*El crecimiento del volumen se vio obstaculizado en el 2T24 como resultado de los cambios que se están llevando a cabo en el canal institucional de tortilla, opacando el sólido desempeño tanto en el canal minorista de tortillas como en el negocio de harina de maíz en los Estados Unidos. La marca privada también ha impactado en la mezcla de GRUMA, pero esperamos que este se recupere en línea con la disminución de la inflación en los Estados Unidos.*

## GIMSA

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)	Trimestre					
	2T24	%	2T23	%	VAR (\$)	VAR (%)
<b>GIMSA<sup>1</sup></b>						
Volumen de Ventas <sup>2</sup>	<b>525</b>		523		2	0
Harina de maíz y otros						
Ventas netas	<b>445.3</b>	<b>100.0</b>	454.8	100.0	(10)	(2)
Utilidad de Operación	<b>39.0</b>	<b>8.8</b>	26.2	5.8	13	49
UAFIRDA	<b>50.8</b>	<b>11.4</b>	37.1	8.1	14	37

<sup>1</sup> Conversión simple al tipo de cambio de Ps.18.3773/dólar al 30 de junio de 2024. 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 525 mil toneladas métricas como resultado de (1) condiciones climáticas adversas, que no permitieron una adecuada distribución del producto en algunas regiones de México; y (2) estrategias de diversificación de proveedores de algunos clientes.

**Las ventas netas** disminuyeron 2% a US\$445.3 millones debido al alineamiento de precios con el método tradicional durante el último mes del trimestre.

**El costo de ventas** disminuyó 5% a US\$333.2 millones debido principalmente a eficiencias. Como porcentaje de las ventas netas, mejoró a 74.8% de 77.4%.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 9% a US\$75.3 millones como resultado de (1) elevados costos de distribución; y (2) mayores comisiones pagadas. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 16.9% de 15.2%.

**Otros ingresos, neto**, fueron US\$2.2 millones en comparación con un gasto de US\$7.6 millones en 2T23, como resultado de las ganancias en la valuación de las posiciones de cobertura y el pago de reclamaciones de seguros sobre activos dañados por malas condiciones climáticas en el 4T23.

La **utilidad de operación** incrementó 49% a US\$39.0 millones, y el margen de operación subió 300 puntos base a 8.8%.

El **UAFIRDA** subió 37% a US\$50.8 millones y el margen UAFIRDA se expandió 330 puntos base a 11.4% de 8.1%.

*El 2T24 presentó desafíos logísticos como resultado del mal clima, que no permitió que se produjera la demanda esperada y usual. Dada la naturaleza de estos desafíos, éstos deben de ser temporales y no deberían estar presentes en los próximos trimestres.*

## Gruma Europa

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		2T24	%	2T23	%	VAR (\$)	VAR (%)
<b>GRUMA EUROPA</b>	Volumen de Ventas <sup>1</sup>	<b>101</b>		113		(12)	(10)
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	<b>116.3</b>	<b>100.0</b>	110.9	100.0	5	5
	Utilidad de Operación	<b>11.4</b>	<b>9.8</b>	7.0	6.3	4	63
	UAFIRDA	<b>14.9</b>	<b>12.8</b>	10.4	9.4	4	43

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



**El volumen de ventas** disminuyó 10% a 101 mil toneladas métricas en el 2T24, ya que el impulso positivo en el negocio de la tortilla con un crecimiento de 7% para el periodo, fue compensado por la contracción en los volúmenes de molienda de maíz debido a una mayor base comparativa año tras año, además de los desafíos en los canales de carga comercial debido a eventos geopolíticos.

**Las ventas netas** aumentaron 5% a US\$116.3 millones como resultado de (1) el manejo de los costos inflacionarios en toda la estructura de costos en trimestres anteriores; y (2) una mezcla de ventas más rentable en el negocio de tortillas.

**El costo de ventas** bajó 4% a US\$79.1 millones como resultado principalmente de eficiencias. Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas mejoró a 68.0% de 74.1%.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 16% a US\$25.5 millones principalmente debido a (1) elevados costos de mercadotecnia; y (2) mayores costos de distribución en el 2T24. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 21.9% de 19.8%.

**Otros gastos, neto**, totalizaron US\$0.3 millones en comparación con un ingreso de US\$0.2 millones en el 2T23 como resultado de los subsidios federales a los precios de energía.

La **utilidad de operación** incrementó 63% a US\$11.4 millones en comparación con US\$7.0 millones en 2T23. El margen de operación se expandió 350 puntos base a 9.8% en 2T24 de 6.3%.

El **UAFIRDA** fue de US\$14.9 millones, una mejora de 43% de US\$10.4 millones en el 2T23, y el margen UAFIRDA creció a 12.8% de 9.4% el año pasado.

*El negocio europeo continúa entregando sólidos resultados a medida que su expansión estratégica de la tortilla minorista continúa en todo el continente. Todavía hay un espacio considerable para crecer, ya que GRUMA apunta a una composición minorista similar a la de la división estadounidense.*

## Gruma Asia y Oceanía

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		2T24	%	2T23	%	VAR (\$)	VAR (%)
<b>GRUMA ASIA Y OCEANIA</b> <sup>1</sup>	Volumen de Ventas <sup>1</sup>	<b>24</b>		23		1	4
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas netas	<b>65.4</b>	<b>100.0</b>	60.7	100.0	5	8
	Utilidad de Operación	<b>5.6</b>	<b>8.5</b>	3.9	6.4	2	43
	UAFIRDA	<b>8.3</b>	<b>12.8</b>	6.5	10.7	2	29

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



El **volumen de ventas** aumentó 4% a 24 mil toneladas métricas, debido a que los volúmenes en Malasia y Australia presentaron una expansión positiva como resultado de una mayor demanda relativa al 2T23, a pesar de una baja actividad comercial en China.

Las **ventas netas** aumentaron 8% a US\$65.4 millones como resultado (1) crecimiento en volumen; y (2) la implementación de estrategias de precios para combatir la inflación y proteger la rentabilidad.

El **costo de ventas** aumentó 4% a US\$45.1 millones durante el trimestre en línea con el crecimiento en volumen. Como porcentaje de ventas netas mejoro a 68.9% de 71.3% en el 2T23.

Los **gastos de venta y administración** subieron 9% a US\$14.7 millones, como resultado de (1) aumento en costos de mercadotecnia; (2) mayores comisiones pagadas en línea con mayores

ingresos; y (3) mayores costos logísticos y de distribución. Como porcentaje de ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 22.5% de 22.3% en el 2T23.

La **utilidad de operación** subió 43% a US\$5.6 millones, mientras que el margen de operación fue de 8.5% comparado con 6.4% en el 2T23.

**El UAFIRDA** creció 29% a US\$8.3 millones y el margen UAFIRDA se expandió 210 puntos base a 12.8% de 10.7% en el 2T23.

*A pesar de la volátil actividad comercial en China, la división de Asia y Oceanía sigue entregando sólidos resultados. Esperamos un desempeño aún más fuerte una vez que se resuelvan los desafíos en China.*

## Gruma Centroamérica

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre					
		2T24	%	2T23	%	VAR (\$)	VAR (%)
<b>GRUMA CENTROAMÉRICA</b>	Volumen de Ventas <sup>1</sup>	<b>60</b>		56		4	7
Harina de maíz y otros	Ventas netas	<b>97.7</b>	<b>100.0</b>	88.1	100.0	10	11
	Utilidad de Operación	<b>15.7</b>	<b>16.1</b>	9.6	10.9	6	64
	UAFIRDA	<b>17.7</b>	<b>18.2</b>	11.4	12.9	6	56

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



**El volumen de ventas** incrementó 7% a 60 mil toneladas métricas como resultado de una mayor demanda de harina de maíz y productos de tortillas.

**Las ventas netas** aumentaron 11% a US\$97.7 millones en línea con (1) crecimiento en volumen; (2) el traspaso de costos y gastos adicionales a ingresos; y (3) una mezcla de productos más rentable.

**El costo de ventas** disminuyó 1% a US\$58.0 millones debido a eficiencias. Como porcentaje de ventas netas, el costo de ventas mejoró a 59.4% de 66.4% debido a la dinámica de ingresos y costos antes mencionada.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron 19% a US\$24.4 millones debido a (1) mayores costos de flete y de logística y distribución en general; y (2) mayores comisiones de ventas pagadas en línea con mayores ingresos en relación con el 2T23. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 25.0% de 23.2%.

La **utilidad de operación** aumentó 64% a US\$15.7 millones y el margen de operación aumentó 520 puntos base a 16.1% de 10.9% como resultado de la dinámica de ingresos y costos mencionada anteriormente.

El **UAFIRDA** aumentó 56% a US\$17.7 millones de US\$11.4 millones en el 2T23 y el margen UAFIRDA se expandió 530 puntos base a 18.2% de 12.9%.

*La división en Centroamérica ha tenido un desempeño sobresaliente en los últimos trimestres, ya que continúa expandiendo su distribución de productos de harina de maíz más sofisticados en todo su mercado. Esperamos que este rendimiento continúe a medida que nos enfrentamos a un sólido impulso en el crecimiento de la demanda.*

## Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **utilidad de operación** disminuyó 25% a US\$3.0 millones desde US\$4.0 millones en el 2T23, principalmente debido a menores resultados en la división de tecnología de GRUMA.

## LLAMADA DE CONFERENCIA

La llamada de conferencia del segundo trimestre se llevará a cabo el jueves 25 de julio de 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). Los estados financieros consolidados se presentan en dólares, ya que corresponden a la moneda de presentación de la Compañía. Los resultados de las entidades cuya moneda funcional es diferente a la moneda de presentación de la Compañía, se convierten a dólares usando el tipo de cambio promedio del periodo. Sin embargo, en la sección “Resultados por Subsidiaria” y en la tabla “Información Financiera por Subsidiaria” de este reporte, las cifras de GIMSA fueron convertidas a dólares usando conversión simple al tipo de cambio de Ps.18.3773/dólar al 30 de junio 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 24,700 empleados y 75 plantas. En 2023, GRUMA logró ventas netas de aproximadamente US\$6,600 millones, de las cuales el 71% 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		
	2T24	2T23	VAR (%)	2024	2023	VAR (%)
Estado de Resultados (USD millones)						
Ventas Netas	1,660.9	1,656.7	0	3,308.2	3,242.3	2
Costo de Ventas	1,027.6	1,077.0	(5)	2,060.6	2,121.7	(3)
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>633.3</b>	<b>579.8</b>	<b>9</b>	<b>1,247.6</b>	<b>1,120.6</b>	<b>11</b>
Margen Bruto (%)	38.1%	35.0%	310 bp	37.7%	34.6%	310 pb
Gasto de Administración y Ventas	409.9	382.9	7	817.3	755.2	8
Otros Gastos (Ingresos), Neto	(3.4)	12.2	(128)	(2.6)	23.0	(111)
<b>Utilidad de Operación</b>	<b>226.9</b>	<b>184.6</b>	<b>23</b>	<b>432.9</b>	<b>342.4</b>	<b>26</b>
Margen Operativo (%)	13.7%	11.1%	260 bp	13.1%	10.6%	250 pb
Costo de Financiamiento, Neto	18.8	40.2	(53)	50.6	75.5	(33)
Gastos Financieros	33.4	42.1	(21)	67.3	78.9	(15)
Productos Financieros	(5.3)	(2.1)	(155)	(9.7)	(4.5)	(117)
Resultado en Instrumentos Financieros Derivados	0.0	0.0	0	0.0	0.0	0
Fluctuación Cambiaria	(9.3)	0.2	(5,200)	(6.7)	1.5	(537)
Resultado por posición monetaria	(0.1)	0.0	(348)	(0.2)	(0.5)	
Impuestos a la Utilidad	71.3	48.0	48	134.3	94.8	42
Utilidad (Pérdida) por operaciones discontinuadas	0.0	0.0		0.0	0.0	
<b>Resultado Neto</b>	<b>136.9</b>	<b>96.3</b>	<b>42</b>	<b>247.9</b>	<b>172.1</b>	<b>44</b>
<b>Resultado Neto Mayoritario</b>	<b>136.9</b>	<b>96.6</b>	<b>42</b>	<b>247.8</b>	<b>172.4</b>	<b>44</b>
Resultado por Acción <sup>1</sup>	0.38	0.26	44	0.68	0.47	46
Depreciación y Amortización	59.4	54.8		117.8	107.6	
Deterioro de Activos de Larga Duración	0.0	4.7		0.0	4.7	
<b>UAFIRDA<sup>2</sup></b>	<b>286.3</b>	<b>244.0</b>	<b>17</b>	<b>550.7</b>	<b>454.7</b>	<b>21</b>
UAFIRDA / Ventas (%)	17.2%	14.7%	250 bp	16.6%	14.0%	260 pb
Inversiones	54	59	(9)	107	108	(1)

Gruma, S.A.B. de C.V., y Subsidiarias	Jun-24		Jun-23	VAR (%)	Mar-24	VAR (%)
Resumen de Estado de Balance (USD millones)						
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	440	260	69	482	(9)	
Clientes	551	588	(6)	580	(5)	
Otras cuentas y documentos por cobrar	155	130	19	157	(2)	
Inventarios	1,144	1,223	(6)	997	15	
Activo Circulante	2,324	2,237	4	2,255	3	
Propiedad, Planta y Equipo	2,239	2,257	(1)	2,296	(2)	
<b>Activo Totales</b>	<b>4,855</b>	<b>4,787</b>	<b>1</b>	<b>4,855</b>	<b>0</b>	
Deuda a Corto Plazo	473	278	70	471	0	
Pasivo Circulante	1,408	1,181	19	1,337	5	
Deuda a largo Plazo	1,395	1,842	(24)	1,427	(2)	
<b>Pasivo Total</b>	<b>3,007</b>	<b>3,228</b>	<b>(7)</b>	<b>2,982</b>	<b>1</b>	
Capital Contable Mayoritario	1,845	1,559	18	1,870	(1)	
<b>Capital Contable Total</b>	<b>1,848</b>	<b>1,558</b>	<b>19</b>	<b>1,873</b>	<b>(1)</b>	
Activo Circulante / Pasivo Circulante	1.65	1.89		1.69		
Pasivo Total / Capital Contable Total	1.63	2.07		1.59		
Deuda Neta/ UAFIRDA <sup>2</sup>	1.30	2.04		1.34		
UAFIRDA /Gastos Financieros <sup>3</sup>	7.71	6.45		6.99		
Valor Contable por Acción <sup>1</sup>	5.07	4.22		5.12		

<sup>1</sup> En base a 364'075,383 acciones para junio 2024, 369'923,140 acciones para junio 2023 y 365'394,275 acciones para marzo 2024.

<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>**

Estado de Resultados Seleccionado (USD millones)		Trimestre						Acumulado					
		2T24	%	2T23	%	VAR (\$)	VAR (%)	2024	%	2023	%	VAR (\$)	VAR (%)
<b>GRUMA ESTADOS UNIDOS</b>	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	<b>400</b>		402		(2)	(1)	<b>790</b>		792		(3)	(0)
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas Netas	<b>921.6</b>	100.0	928.5	100.0	(7)	(1)	<b>1,824.6</b>	100.0	1,815.7	100.0	9	0
	Costo de Venta	<b>521.2</b>	56.6	551.5	59.4	(30)	(5)	<b>1,038.6</b>	56.9	1,082.9	59.6	(44)	(4)
	Utilidad Bruta	<b>400.4</b>	43.4	377.0	40.6	23	6	<b>786.0</b>	43.1	732.8	40.4	53	7
	Gastos de Venta y Adm.	<b>248.6</b>	27.0	238.0	25.6	11	4	<b>488.8</b>	26.8	469.7	25.9	19	4
	Utilidad de Operación	<b>152.2</b>	16.5	133.9	14.4	18	14	<b>297.7</b>	16.3	258.4	14.2	39	15
	UAFIRDA	<b>188.8</b>	20.5	172.8	18.6	16	9	<b>370.5</b>	20.3	330.9	18.2	40	12
<b>GIMSA</b>	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	<b>525</b>		523		2	0	<b>1,049</b>		1,060		(11)	(1)
Harina de maíz y otros	Ventas Netas	<b>445.3</b>	100.0	454.8	100.0	(10)	(2)	<b>890.9</b>	100.0	902.0	100.0	(11)	(1)
	Costo de Venta	<b>333.2</b>	74.8	351.9	77.4	(19)	(5)	<b>670.7</b>	75.3	706.1	78.3	(35)	(5)
	Utilidad Bruta	<b>112.1</b>	25.2	102.9	22.6	9	9	<b>220.2</b>	24.7	195.8	21.7	24	12
	Gastos de Venta y Adm.	<b>75.3</b>	16.9	69.1	15.2	6	9	<b>150.0</b>	16.8	136.0	15.1	14	10
	Utilidad de Operación	<b>39.0</b>	8.8	26.2	5.8	13	49	<b>71.7</b>	8.0	40.1	4.4	32	79
	UAFIRDA	<b>50.8</b>	11.4	37.1	8.1	14	37	<b>95.0</b>	10.7	61.2	6.8	34	55
<b>GRUMA EUROPA</b>	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	<b>101</b>		113		(12)	(10)	<b>210</b>		213		(4)	(2)
Harina de maíz, tortilla y otros	Ventas Netas	<b>116.3</b>	100.0	110.9	100.0	5	5	<b>223.7</b>	100.0	221.1	100.0	3	1
	Costo de Venta	<b>79.1</b>	68.0	82.2	74.1	(3)	(4)	<b>154.8</b>	69.2	168.7	76.3	(14)	(8)
	Utilidad Bruta	<b>37.2</b>	32.0	28.8	25.9	8	29	<b>68.9</b>	30.8	52.4	23.7	17	32
	Gastos de Venta y Adm.	<b>25.5</b>	21.9	22.0	19.8	3	16	<b>51.0</b>	22.8	43.6	19.7	7	17
	Utilidad de Operación	<b>11.4</b>	9.8	7.0	6.3	4	63	<b>17.5</b>	7.8	9.3	4.2	8	88
	UAFIRDA	<b>14.9</b>	12.8	10.4	9.4	4	43	<b>24.4</b>	10.9	16.3	7.4	8	50
<b>GRUMA ASIA Y OCEANÍA</b>	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	<b>24</b>		23		1	4	<b>49</b>		47		2	5
Harina de maíz y otros	Ventas Netas	<b>65.4</b>	100.0	60.7	100.0	5	8	<b>130.8</b>	100.0	125.0	100.0	6	5
	Costo de Venta	<b>45.1</b>	68.9	43.3	71.3	2	4	<b>88.7</b>	67.8	89.3	71.4	(1)	(1)
	Utilidad Bruta	<b>20.3</b>	31.1	17.4	28.7	3	17	<b>42.1</b>	32.2	35.7	28.6	6	18
	Gastos de Venta y Adm.	<b>14.7</b>	22.5	13.5	22.3	1	9	<b>29.4</b>	22.5	27.5	22.0	2	7
	Utilidad de Operación	<b>5.6</b>	8.5	3.9	6.4	2	43	<b>12.7</b>	9.7	8.2	6.5	5	55
	UAFIRDA	<b>8.3</b>	12.8	6.5	10.7	2	29	<b>18.1</b>	13.8	13.4	10.7	5	35
<b>GRUMA CENTROAMÉRICA</b>	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	<b>60</b>		56		4	7	<b>118</b>		114		4	3
Harina de maíz y otros	Ventas Netas	<b>97.7</b>	100.0	88.1	100.0	10	11	<b>193.6</b>	100.0	177.7	100.0	16	9
	Costo de Venta	<b>58.0</b>	59.4	58.5	66.4	(0)	(1)	<b>117.5</b>	60.7	117.7	66.2	(0)	(0)
	Utilidad Bruta	<b>39.6</b>	40.6	29.7	33.6	10	34	<b>76.1</b>	39.3	60.0	33.8	16	27
	Gastos de Venta y Adm.	<b>24.4</b>	25.0	20.5	23.2	4	19	<b>47.4</b>	24.5	40.6	22.9	7	17
	Utilidad de Operación	<b>15.7</b>	16.1	9.6	10.9	6	64	<b>29.3</b>	15.1	19.8	11.1	9	48
	UAFIRDA	<b>17.7</b>	18.2	11.4	12.9	6	56	<b>33.2</b>	17.2	23.3	13.1	10	42
<b>OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES</b>	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	<b>(31)</b>		(28)		(3)	(13)	<b>(61)</b>		(47)		(14)	(30)
	Ventas Netas	<b>14.6</b>	100.0	13.6	100.0	1	7	<b>44.7</b>	100.0	0.9	100.0	44	4,867
	Costo de Venta	<b>(9.0)</b>	(61.6)	(10.5)	(77.2)	2	14	<b>(9.6)</b>	(21.5)	(43.0)	(4,777.8)	33	78
	Utilidad Bruta	<b>23.6</b>	161.6	24.0	176.5	(0)	(2)	<b>54.3</b>	121.5	43.9	4,877.8	10	24
	Gastos de Venta y Adm.	<b>21.3</b>	145.9	19.9	146.3	1	7	<b>50.7</b>	113.4	37.7	4,188.9	13	34
	Utilidad de Operación	<b>3.0</b>	20.5	4.0	29.4	(1)	(25)	<b>4.0</b>	8.9	6.7	744.4	(3)	(40)
	UAFIRDA	<b>5.7</b>	39.0	5.9	43.4	(0)	(3)	<b>9.4</b>	21.0	9.5	1,055.6	(0)	(1)
<b>CONSOLIDADO</b>	Volumen de Ventas <sup>2</sup>	<b>1,079</b>		1,090		(11)	(1)	<b>2,155</b>		2,180		(26)	(1)
	Ventas Netas	<b>1,660.9</b>	100.0	1,656.7	100.0	4	0	<b>3,308.2</b>	100.0	3,242.3	100.0	66	2
	Costo de Venta	<b>1,027.6</b>	61.9	1,077.0	65.0	(49)	(5)	<b>2,060.6</b>	62.3	2,121.7	65.4	(61)	(3)
	Utilidad Bruta	<b>633.3</b>	38.1	579.8	35.0	54	9	<b>1,247.6</b>	37.7	1,120.6	34.6	127	11
	Gastos de Venta y Adm.	<b>409.9</b>	24.7	382.9	23.1	27	7	<b>817.3</b>	24.7	755.2	23.3	62	8
	Otros Gtos. (Ing.), Neto	<b>(3.4)</b>		12.2		(16)	(128)	<b>(2.6)</b>		23.0		(26)	(111)
	Utilidad de Operación	<b>226.9</b>	13.7	184.6	11.1	42	23	<b>432.9</b>	13.1	342.4	10.6	90	26
	UAFIRDA	<b>286.3</b>	17.2	244.0	14.7	42	17	<b>550.7</b>	16.6	454.7	14.0	96	21

<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.