

REPORTE DE RESULTADOS



PRIMER TRIMESTRE
2026



PRIMER TRIMESTRE 2026 RESULTADOS

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



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

Durante el primer trimestre, GRUMA ha sido capaz de continuar ejecutando su estrategia planeada de manera efectiva, a pesar del continuo débil sentimiento del consumidor en Estados Unidos como resultado de un posible debilitamiento de la economía. Las caídas en volumen en el canal institucional continúan siendo uno de los principales factores que pesan sobre esta subsidiaria, en un contexto de menor poder adquisitivo del consumidor; sin embargo, los productos de valor agregado siguen mostrando resiliencia. La subsidiaria en México, GIMSA, ha tenido un desempeño conforme a lo esperado, dada la demanda estable que continuamos observando por parte de nuestros clientes y en línea con su desempeño histórico, mientras que nuestra subsidiaria en Centroamérica continúa generando resultados sólidos con capacidad adicional disponible de su nuevo molino. Europa también ejecutó su plan de manera exitosa, generando resultados atractivos en ambas de sus operaciones, mientras que, en Asia y Oceanía, la operación de la nueva planta en China y la fuerte demanda en Australia respaldaron un gran desempeño en el primer trimestre de 2026 en la región.



DATOS SOBRESALIENTES

| Datos Financieros Relevantes | Trimestre | | |
|-------------------------------------|----------------|---------|----------|
| | 1T26 | 1T25 | VAR (%) |
| Estado de Resultados (USD millones) | | | |
| Volumen (miles de toneladas) | 1,068 | 1,062 | 1 |
| Ventas netas | 1,624.7 | 1,548.5 | 5 |
| Utilidad de Operación | 189.2 | 217.1 | (13) |
| Margen Operativo (%) | 11.6% | 14.0% | (240) pb |
| UAFIRDA ¹ | 261.9 | 276.0 | (5) |
| UAFIRDA / Ventas (%) | 16.1% | 17.8% | (170) pb |
| Resultado Neto Mayoritario | 100.6 | 125.9 | (20) |



RESULTADOS CONSOLIDADOS

1T26 versus 1T25

El volumen de ventas incrementó 1% en comparación con el 1T25 a 1,068 mil toneladas métricas, impulsado por el crecimiento del volumen en todas las filiales, excepto en EE. UU., que sigue enfrentando desafíos, principalmente en el canal institucional.

Las ventas netas aumentaron un 5% a US\$1,624.7 millones debido a (1) el efecto de conversión derivado de la apreciación del peso mexicano frente al dólar estadounidense en las operaciones en México; y (2) mayor volumen vendido. Las ventas de las operaciones fuera de México representaron el 72% de las cifras consolidadas.

El costo de ventas aumentó 7% a US\$996.0 millones debido a (1) mayores costos de materias primas; y (2) elevados costos laborales en las subsidiarias de Europa, Asia & Oceanía y Centroamérica. Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas incrementó a 61.3% de 60.2%.

Los gastos de venta y administración incrementaron 7% a US\$434.3 millones, debido a (1) mayores costos logísticos; (2) elevadas comisiones de venta; y (3) mayores gastos de mercadotecnia. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 26.7% de 26.2%.

Otros gastos, netos, fueron de US\$5.3 millones en comparación con un ingreso de US\$6.6 millones el año pasado. Esto se debió principalmente a un cargo único no monetario de aproximadamente US\$10.0 millones relacionado con las modificaciones a contratos comerciales en México.

La utilidad de operación disminuyó un 13% a US\$189.2 millones. El margen de operación se contrajo 240 puntos base a 11.6% de 14.0%.

El UAFIRDA disminuyó 5% a US\$261.9 millones, y el margen UAFIRDA disminuyó 170 puntos base a 16.1% de 17.8%. El UAFIRDA de las operaciones fuera de México representó el 83% de las cifras consolidadas.

El costo de financiamiento, neto, incrementó 15% a US\$34.8 millones, debido principalmente a efectos cambiarios en el balance general.

Los impuestos a la utilidad totalizaron US\$53.7 millones, una contracción de 12% comparado con el 1T25, debido a una menor utilidad antes de impuestos, como resultado de las dinámicas mencionadas anteriormente. La tasa impositiva efectiva del trimestre fue del 34.8% comparado al 32.7% en el 1T25.

La utilidad neta mayoritaria disminuyó 20% a US\$100.6 millones.

GRUMA se centra estratégicamente en fomentar el crecimiento del volumen ante las continuas caídas de volumen en el canal institucional en EE. UU. Además, las estrategias implementadas en nuestras otras filiales internacionales han sido muy exitosas, respaldando la operación global y beneficiarán aún más el rendimiento una vez que el sentimiento del consumidor en EE. UU. se recupere de su estado actual.

SITUACIÓN FINANCIERA

Marzo 2026 versus Diciembre 2025

Datos Sobresalientes de Balance

Los activos totales aumentaron 1% en comparación con Diciembre de 2025, a US\$5,087 millones. Este cambio se debió principalmente a un aumento de 3% en los inventarios, así como un incremento de 2% en el saldo de efectivo.

Los pasivos totales disminuyeron un 2% a US\$2,770 millones, principalmente debido a una disminución del 13% en cuentas por pagar.

El capital contable mayoritario aumentó 4% a US\$2,314 millones.

Perfil de Deuda

La deuda de GRUMA se mantuvo estable en US\$1,843 millones mientras que el múltiplo de Deuda Neta/UAFIRDA de GRUMA se mantuvo en 1.3x. Aproximadamente el 67% de la deuda de GRUMA esta denominada en dólares.

Deuda (Millones de USD)

| Mar´26 | Mar´25 | Var vs Mar´25 | | Dic´25 | Var vs Dic´25 | |
|--------|--------|---------------|-----|--------|---------------|-----|
| | | (\$) | (%) | | (\$) | (%) |
| 1,843 | 1,789 | 54 | 3% | 1,843 | 0 | 0% |

Perfil de Vencimiento de Deuda⁽¹⁾ (Millones de USD)

| | Tasa | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 | 2031 | 2032+ | Total |
|-------------------------------|----------------------|--------------|--------------|--------------|------------|------------|------------|--------------|----------------|
| Bono 2034 | Fija 5.39% | | | | | | | 500.0 | 500.0 |
| Bono 2054 | Fija 5.76% | | | | | | | 300.0 | 300.0 |
| RCF Scotiabank 2024 | SOFR + 1.10% | | 25.0 | | | | | | 25.0 |
| RCF BBVA 2022 | SOFR + 0.75% | | 140.0 | | | | | | 140.0 |
| Cebures Gruma21 (MXN \$2,000) | Fija 7.00% | | | 110.7 | | | | | 110.7 |
| Cebures Gruma22 (MXN \$4,500) | TIIE + 0.29% | | 249.1 | | | | | | 249.1 |
| Otros: | | | | | | | | | |
| MXN | 7.32% | 110.7 | | | | | | | 110.7 |
| EUR | 0.94% | 10.3 | | | | | | | 10.4 |
| TOTAL | 5.98% (prom.) | 121.0 | 414.1 | 110.7 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 800.0 | 1,445.9 |

⁽¹⁾ Los US\$398 millones de arrendamientos no están considerados en estas cifras.

INVERSIONES

Las inversiones de capital de GRUMA totalizaron US\$41 millones en el 1T26, asignados principalmente a los siguientes proyectos durante el trimestre: (1) actualizaciones generales, mantenimiento e inversión en maquinaria en GIMSA; (2) incorporaciones y reemplazo de equipo operativo en los EE. UU.; (3) capacidad adicional en Europa; y (4) capacidad adicional en Centroamérica.

RESULTADOS POR SUBSIDIARIA

1T26 versus 1T25

Gruma Estados Unidos

| Estado de Resultados Seleccionado (USD millones) | | Trimestre | | | | | |
|--|--------------------------------|--------------|--------------|-------|-------|----------|---------|
| | | 1T26 | % | 1T25 | % | VAR (\$) | VAR (%) |
| GRUMA ESTADOS UNIDOS | Volumen de Ventas ¹ | 375 | | 383 | | (9) | (2) |
| Harina de maíz, tortilla y otros | Ventas netas | 851.1 | 100.0 | 879.7 | 100.0 | (29) | (3) |
| | Utilidad de Operación | 130.9 | 15.4 | 150.7 | 17.1 | (20) | (13) |
| | UAFIRDA | 172.3 | 20.2 | 193.4 | 22.0 | (21) | (11) |

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



El volumen de ventas disminuyó 2% a 375 mil toneladas métricas derivado de menores volúmenes vendidos en el canal institucional, donde el débil sentimiento del consumidor, como resultado de presiones inflacionarias, ha impactado al volumen total vendido en esta subsidiaria. El canal minorista continuó mostrando una desaceleración parcial en el 1T26, mientras que una mayor producción de marcas propias ha mitigado parcialmente este efecto. La línea *Better For You* de GRUMA continúa en línea con sus estándares históricos y sigue siendo uno de los principales impulsores del crecimiento futuro.

Las ventas netas disminuyeron 3% en comparación con el 1T25, a US\$851.1 millones, debido principalmente a un menor volumen vendido.

El costo de ventas disminuyó 2% a US\$478.0 millones debido principalmente a menor volumen vendido.

Los **gastos de venta y administración** aumentaron un 1% a US\$248.0 millones, debido a mayores gastos de ventas relacionados con (1) elevados costos de distribución; y (2) mayores costos de mercadotecnia para apoyar a la marca. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 29.1% de 27.9% en el 1T25.

Otros ingresos, netos, incrementaron 21% o US\$1.0 millones, impulsados por pagos de seguros derivados de reclamaciones por activos dañados.

La **utilidad de operación** disminuyó 13% a US\$130.9 millones, y el margen de operación se contrajo 170 puntos base a 15.4% de 17.1%.

El UAFIRDA se contrajo 11% a US\$172.3 millones, y el margen UAFIRDA bajó a 20.2% de 22.0% en el 1T25.

Nuestra subsidiaria en Estados Unidos se enfocó en implementar la estrategia desarrollada durante el 4T25, ante un menor sentimiento del consumidor derivado de un panorama económico incierto. Los resultados de este trimestre reflejan tanto la situación actual en el canal institucional como el efecto de esta estrategia y se espera que impulse el crecimiento en volumen en el futuro cercano. La línea de productos Better for You continúa mostrando un desempeño sólido y resiliente, y es el principal impulsor del crecimiento en el canal minorista.

GIMSA

| Estado de Resultados Seleccionado (USD millones) | Trimestre | | | | | |
|--|--------------|--------------|-------|-------|----------|---------|
| | 1T26 | % | 1T25 | % | VAR (\$) | VAR (%) |
| GIMSA¹ | | | | | | |
| Volumen de Ventas ² | 514 | | 512 | | 2 | 0 |
| Harina de maíz y otros | | | | | | |
| Ventas netas | 438.7 | 100.0 | 443.1 | 100.0 | (4) | (1) |
| Utilidad de Operación | 17.2 | 3.9 | 32.0 | 7.2 | (15) | (46) |
| UAFIRDA | 40.3 | 9.2 | 44.6 | 10.1 | (4) | (10) |

¹ Conversión simple al tipo de cambio de Ps.18.0667/dólar al 31 de marzo 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 se mantuvo estable en 514 mil toneladas métricas, reflejando mayores volúmenes vendidos a minoristas, compensados por una menor demanda temporal en algunas cuentas corporativas. La demanda de los fabricantes de tortillas se mantuvo estable en comparación con el 1T25.

Las ventas netas disminuyeron 1% a US\$438.7 millones, debido a cambios en el precio promedio derivados de la mezcla de ventas.

El costo de ventas disminuyó 1% a US\$319.5 millones, debido principalmente a eficiencias.

Los gastos de venta y administración disminuyeron 1% a US\$90.4 millones, como resultado principalmente de menores costos logísticos. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración incrementaron a 20.6% de 20.5%.

Otros gastos, netos, fueron de US\$11.7 millones en comparación con un ingreso de US\$1.8 millones en el 1T25, debido a una pérdida extraordinaria no monetaria de aproximadamente US\$10.0 millones por cambios relacionados con las modificaciones a contratos comerciales.

La utilidad de operación disminuyó 46% a US\$17.2 millones, y el margen de operación fue 330 puntos base más bajo en 3.9% de 7.2% en 1T25. Esta disminución refleja la pérdida extraordinaria no monetaria mencionada anteriormente.

El **UAFIRDA** disminuyó 10% a US\$40.3 millones de US\$44.6 millones, y el margen UAFIRDA disminuyó 90 puntos base a 9.2% de 10.1%.

Los fundamentales en el mercado mexicano se mantienen estables; este trimestre nuestra subsidiaria experimentó un cambio temporal en la mezcla de ventas, que debería revertirse en los próximos trimestres. La extraordinaria pérdida registrada este trimestre no debería afectar los resultados futuros.

Gruma Europa

| Estado de Resultados Seleccionado (USD millones) | | Trimestre | | | | | |
|--|--------------------------------|--------------|--------------|-------|-------|----------|---------|
| | | 1T26 | % | 1T25 | % | VAR (\$) | VAR (%) |
| GRUMA EUROPA | Volumen de Ventas ¹ | 111 | | 105 | | 6 | 6 |
| Harina de maíz, tortilla y otros | Ventas netas | 130.9 | 100.0 | 114.8 | 100.0 | 16 | 14 |
| | Utilidad de Operación | 9.4 | 7.2 | 7.6 | 6.7 | 2 | 23 |
| | UAFIRDA | 13.7 | 10.5 | 11.4 | 9.9 | 2 | 20 |

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



El **volumen de ventas** incrementó un 6% a 111 mil toneladas métricas, como resultado de un desempeño positivo en el negocio de tortilla y molienda de maíz.

Las **ventas netas** incrementaron 14% a US\$130.9 millones en línea con (1) una mezcla de ventas más rentable favoreciendo la tortilla del canal minorista; y (2) crecimiento de volumen.

El **costo de ventas** aumentó 14% a US\$93.2 millones, como resultado principalmente de (1) mayores costos de materias primas; (2) elevados costos laborales; y (3) crecimiento de volumen. Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas disminuyó a 71.2% de 71.4% debido a las dinámicas mencionadas anteriormente.

Los **gastos de venta y administración** incrementaron 14% a US\$29.0 millones debido principalmente a (1) mayores costos de distribución; y (2) elevados costos de mercadotecnia. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración aumentaron a 22.1% de 22.0%.

Otros **ingresos, netos**, totalizaron US\$0.7 millones en comparación con US\$0.1 millones en el 1T25, como resultado del pago de seguros por reclamaciones sobre activos dañados.

La utilidad de operación fue de US\$9.4 millones en el 1T26 o 23% mayor en comparación con US\$7.6 millones en el 1T25. El margen de operación incrementó a 7.2% de 6.7%.

El UAFIRDA fue de US\$13.7 millones, un aumento del 20% respecto a US\$11.4 millones en el 1T25, y el margen UAFIRDA incrementó a 10.5% de 9.9%.

GRUMA Europa mantuvo su impulso desde 2025 con expansión positiva en el canal minorista del negocio de tortillas y una demanda adicional por parte de fabricantes de alimento para animales y cerveza, impulsando un desempeño positivo en ambos negocios. El UAFIRDA creció 20% mientras que la rentabilidad en términos de márgenes se mantuvo fuerte.

Gruma Asia y Oceanía

| Estado de Resultados Seleccionado (USD millones) | | Trimestre | | | | | |
|--|--------------------------------|-------------|--------------|------|-------|----------|---------|
| | | 1T26 | % | 1T25 | % | VAR (\$) | VAR (%) |
| GRUMA ASIA Y OCEANIA¹ | Volumen de Ventas ¹ | 27 | | 25 | | 2 | 7 |
| Harina de maíz, tortilla y otros | Ventas netas | 77.8 | 100.0 | 66.8 | 100.0 | 11 | 17 |
| | Utilidad de Operación | 7.8 | 10.0 | 5.7 | 8.5 | 2 | 37 |
| | UAFIRDA | 11.0 | 14.2 | 8.6 | 12.9 | 2 | 28 |

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



El volumen de ventas aumentó 7% a 27 mil toneladas métricas impulsado por el sólido desempeño en Australia y China, lo cual compensó la débil actividad comercial en Malasia.

Las ventas netas aumentaron 17% a US\$77.8 millones, en línea con (1) una mezcla de ventas más favorable; y (2) al crecimiento del volumen de ventas.

El costo de ventas aumentó 16% a US\$53.4 millones durante el trimestre debido principalmente a (1) crecimiento del volumen de ventas; (2) mayores costos de materias primas; y (3) mayores costos indirectos variables en comparación al 1T25. Como porcentaje de las ventas netas, disminuyó a 68.6% de 69.0% en el 1T25.

Los gastos de venta y administración aumentaron 11% a US\$16.6 millones, como resultado de mayores ventas netas. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración disminuyeron a 21.4% de 22.4%.

La utilidad de operación incrementó 37% a US\$7.8 millones, mientras que el margen de operación fue 150 puntos base más alto a 10.0% en comparación con 8.5% en el 1T25.

El UAFIRDA incrementó 28% a US\$11.0 millones, y el margen UAFIRDA incrementó 130 puntos base a 14.2% de 12.9% en el 1T25.

Con la nueva planta de GRUMA en China ahora en operación, hubo un mayor apoyo a nuestro desempeño, además de los notables resultados de Australia. Esto compensó el débil desempeño de Malasia durante el trimestre y aumenta la posibilidad de un sólido progreso para esta subsidiaria a lo largo del año.

Gruma Centroamérica

| Estado de Resultados Seleccionado (USD millones) | | Trimestre | | | | | |
|--|--------------------------------|--------------|--------------|------|-------|----------|---------|
| | | 1T26 | % | 1T25 | % | VAR (\$) | VAR (%) |
| GRUMA CENTROAMÉRICA | Volumen de Ventas ¹ | 62 | | 59 | | 3 | 5 |
| Harina de maíz y otros | Ventas netas | 102.9 | 100.0 | 96.6 | 100.0 | 6 | 7 |
| | Utilidad de Operación | 18.4 | 17.9 | 14.1 | 14.6 | 4 | 31 |
| | UAFIRDA | 21.5 | 20.9 | 16.2 | 16.8 | 5 | 33 |

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



El volumen de ventas incrementó 5% a 62 mil toneladas métricas como resultado de una mayor demanda de productos de harina de maíz en todos los mercados que atiende esta subsidiaria.

Las ventas netas aumentaron 7% a US\$102.9 millones, en línea con (1) crecimiento de volumen; y (2) una mezcla de productos más rentable en relación con el 1T25.

El costo de ventas incrementó 2% a US\$59.3 millones debido a un mayor volumen vendido. Como porcentaje de las ventas netas, el costo de ventas mejoró a 57.6% de 60.1%.

Los gastos de venta y administración aumentaron 5% a US\$25.8 millones debido a elevados costos de distribución asociados a un mayor volumen vendido. Como porcentaje de las ventas netas, los gastos de venta y administración bajaron a 25.1% de 25.4%.

La utilidad de operación aumentó 31% a US\$18.4 millones y el margen de operación aumentó 330 puntos base a 17.9% de 14.6% como resultado de las dinámicas mencionadas anteriormente.

El UAFIRDA aumentó 33% a US\$21.5 millones de US\$16.2 millones en el 1T25, y el margen UAFIRDA se expandió 410 puntos base a 20.9% de 16.8%.

GRUMA Centroamérica sigue optimizando su mezcla de productos ofreciendo productos innovadores con alta demanda en sus mercados. Este esfuerzo de optimización se reflejó en un crecimiento del 33% en UAFIRDA y un margen UAFIRDA de 20.9%. Esperamos añadir capacidad adicional para satisfacer la demanda incremental.

Otras Subsidiarias y Eliminaciones

La **utilidad de operación** fue de US\$5.4 millones, en comparación con US\$7.0 millones en el 1T25 debido a menores resultados corporativos, además de una disminución en la utilidad de operación en las divisiones de tecnología y tortillas mexicanas.

LLAMADA DE CONFERENCIA

La llamada de conferencia del primer trimestre se llevará a cabo el jueves 23 de abril del 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) 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. 18.0667/dólar al 31 de marzo 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 | | |
|---|-----------|---------|----------|
| | 1T26 | 1T25 | VAR (%) |
| Estado de Resultados (USD millones) | | | |
| Ventas Netas | 1,624.7 | 1,548.5 | 5 |
| Costo de Ventas | 996.0 | 932.6 | 7 |
| Utilidad Bruta | 628.8 | 615.9 | 2 |
| Margen Bruto (%) | 38.7% | 39.8% | (110) pb |
| Gasto de Administración y Ventas | 434.3 | 405.4 | 7 |
| Otros Gastos (Ingresos) , Neto | 5.3 | (6.6) | 181 |
| Utilidad de Operación | 189.2 | 217.1 | (13) |
| Margen Operativo (%) | 11.6% | 14.0% | (240) pb |
| Costo de Financiamiento, Neto | 34.8 | 30.3 | 15 |
| Gastos Financieros | 33.7 | 33.5 | 1 |
| Productos Financieros | (3.2) | (3.4) | 7 |
| Resultado en Instrumentos Financieros Derivados | 0.0 | 0.0 | 0 |
| Fluctuación Cambiaria | 4.8 | 0.7 | 543 |
| Resultado por posición monetaria | (0.5) | (0.6) | |
| Impuestos a la Utilidad | 53.7 | 61.1 | (12) |
| Resultado Neto | 100.7 | 125.8 | (20) |
| Resultado Neto Mayoritario | 100.6 | 125.9 | (20) |
| Resultado por Acción ¹ | 0.29 | 0.35 | (17) |
| Depreciación y Amortización | 61.4 | 58.8 | |
| Deterioro de Activos de Larga Duración | 11.3 | 0.0 | |
| UAFIRDA ² | 261.9 | 276.0 | (5) |
| UAFIRDA / Ventas (%) | 16.1% | 17.8% | (170) pb |
| Inversiones | 41 | 50 | (17) |

Gruma, S.A.B. de C.V., y Subsidiarias

| Resumen de Estado de Balance (USD millones) | Mar-26 | Mar-25 | VAR (%) | Dic-25 | VAR (%) |
|---|--------------|--------------|-----------|--------------|------------|
| Efectivo y Equivalentes de Efectivo | 419 | 386 | 8 | 411 | 2 |
| Clientes | 559 | 525 | 7 | 550 | 2 |
| Otras cuentas y documentos por cobrar | 181 | 153 | 18 | 180 | 0 |
| Inventarios | 1,165 | 1,110 | 5 | 1,137 | 3 |
| Activo Circulante | 2,372 | 2,219 | 7 | 2,325 | 2 |
| Propiedad, Planta y Equipo | 2,375 | 2,230 | 7 | 2,391 | (1) |
| Activo Totales | 5,087 | 4,728 | 8 | 5,056 | 1 |
| Deuda a Corto Plazo | 182 | 170 | 7 | 186 | (2) |
| Pasivo Circulante | 824 | 847 | (3) | 885 | (7) |
| Deuda a largo Plazo | 1,656 | 1,615 | 3 | 1,652 | 0 |
| Pasivo Total | 2,770 | 2,681 | 3 | 2,819 | (2) |
| Capital Contable Mayoritario | 2,314 | 2,045 | 13 | 2,234 | 4 |
| Capital Contable Total | 2,317 | 2,047 | 13 | 2,237 | 4 |
| Activo Circulante / Pasivo Circulante | 2.88 | 2.62 | | 2.63 | |
| Pasivo Total / Capital Contable Total | 1.20 | 1.31 | | 1.26 | |
| Deuda Neta/ UAFIRDA ² | 1.27 | 1.22 | | 1.26 | |
| UAFIRDA /Gastos Financieros ³ | 8.35 | 8.60 | | 8.46 | |
| Valor Contable por Acción ¹ | 6.75 | 5.74 | | 6.48 | |

¹ En base a 342'671,036 acciones para marzo 2026, 356'387,473 acciones para marzo 2025 y 344'551,885 acciones para diciembre 2025.

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 | | | | | |
|---|--------------------------------|--|---------------|---------|--------|----------|---------|
| | | Estado de Resultados Seleccionado (USD millones) | | | | | |
| | | 1T26 | % | 1T25 | % | VAR (\$) | VAR (%) |
| GRUMA ESTADOS UNIDOS | Volumen de Ventas ² | 375 | | 383 | | (9) | (2) |
| Harina de maíz, tortilla y otros | Ventas Netas | 851.1 | 100.0 | 879.7 | 100.0 | (29) | (3) |
| | Costo de Venta | 478.0 | 56.2 | 488.2 | 55.5 | (10) | (2) |
| | Utilidad Bruta | 373.1 | 43.8 | 391.5 | 44.5 | (18) | (5) |
| | Gastos de Venta y Adm. | 248.0 | 29.1 | 245.6 | 27.9 | 2 | 1 |
| | Utilidad de Operación | 130.9 | 15.4 | 150.7 | 17.1 | (20) | (13) |
| | UAFIRDA | 172.3 | 20.2 | 193.4 | 22.0 | (21) | (11) |
| GIMSA | Volumen de Ventas ² | 514 | | 512 | | 2 | 0 |
| Harina de maíz y otros | Ventas Netas | 438.7 | 100.0 | 443.1 | 100.0 | (4) | (1) |
| | Costo de Venta | 319.5 | 72.8 | 322.2 | 72.7 | (3) | (1) |
| | Utilidad Bruta | 119.3 | 27.2 | 121.0 | 27.3 | (2) | (1) |
| | Gastos de Venta y Adm. | 90.4 | 20.6 | 90.8 | 20.5 | (0) | (1) |
| | Utilidad de Operación | 17.2 | 3.9 | 32.0 | 7.2 | (15) | (46) |
| | UAFIRDA | 40.3 | 9.2 | 44.6 | 10.1 | (4) | (10) |
| GRUMA EUROPA | Volumen de Ventas ² | 111 | | 105 | | 6 | 6 |
| Harina de maíz, tortilla y otros | Ventas Netas | 130.9 | 100.0 | 114.8 | 100.0 | 16 | 14 |
| | Costo de Venta | 93.2 | 71.2 | 82.0 | 71.4 | 11 | 14 |
| | Utilidad Bruta | 37.7 | 28.8 | 32.9 | 28.6 | 5 | 15 |
| | Gastos de Venta y Adm. | 29.0 | 22.1 | 25.3 | 22.0 | 4 | 14 |
| | Utilidad de Operación | 9.4 | 7.2 | 7.6 | 6.7 | 2 | 23 |
| | UAFIRDA | 13.7 | 10.5 | 11.4 | 9.9 | 2 | 20 |
| GRUMA ASIA Y OCEANÍA | Volumen de Ventas ² | 27 | | 25 | | 2 | 7 |
| Harina de maíz y otros | Ventas Netas | 77.8 | 100.0 | 66.8 | 100.0 | 11 | 17 |
| | Costo de Venta | 53.4 | 68.6 | 46.1 | 69.0 | 7 | 16 |
| | Utilidad Bruta | 24.5 | 31.4 | 20.7 | 31.0 | 4 | 18 |
| | Gastos de Venta y Adm. | 16.6 | 21.4 | 15.0 | 22.4 | 2 | 11 |
| | Utilidad de Operación | 7.8 | 10.0 | 5.7 | 8.5 | 2 | 37 |
| | UAFIRDA | 11.0 | 14.2 | 8.6 | 12.9 | 2 | 28 |
| GRUMA CENTROAMÉRICA | Volumen de Ventas ² | 62 | | 59 | | 3 | 5 |
| Harina de maíz y otros | Ventas Netas | 102.9 | 100.0 | 96.6 | 100.0 | 6 | 7 |
| | Costo de Venta | 59.3 | 57.6 | 58.0 | 60.1 | 1 | 2 |
| | Utilidad Bruta | 43.6 | 42.4 | 38.6 | 39.9 | 5 | 13 |
| | Gastos de Venta y Adm. | 25.8 | 25.1 | 24.5 | 25.4 | 1 | 5 |
| | Utilidad de Operación | 18.4 | 17.9 | 14.1 | 14.6 | 4 | 31 |
| | UAFIRDA | 21.5 | 20.9 | 16.2 | 16.8 | 5 | 33 |
| OTRAS SUBSIDIARIAS Y ELIMINACIONES | Volumen de Ventas ² | (21) | | (23) | | 2 | 9 |
| | Ventas Netas | 23.2 | 100.0 | (52.5) | 100.0 | 76 | 144 |
| | Costo de Venta | (7.4) | (31.9) | (63.9) | 121.7 | 57 | 88 |
| | Utilidad Bruta | 30.6 | 131.9 | 11.4 | (21.7) | 19 | 168 |
| | Gastos de Venta y Adm. | 24.5 | 105.6 | 4.2 | (8.0) | 20 | 483 |
| | Utilidad de Operación | 5.4 | 23.3 | 7.0 | (13.3) | (2) | (23) |
| | UAFIRDA | 3.0 | 12.9 | 1.7 | (3.2) | 1 | 76 |
| CONSOLIDADO | Volumen de Ventas ² | 1,068 | | 1,062 | | 6 | 1 |
| | Ventas Netas | 1,624.7 | 100.0 | 1,548.5 | 100.0 | 76 | 5 |
| | Costo de Venta | 996.0 | 61.3 | 932.6 | 60.2 | 63 | 7 |
| | Utilidad Bruta | 628.8 | 38.7 | 615.9 | 39.8 | 13 | 2 |
| | Gastos de Venta y Adm. | 434.3 | 26.7 | 405.4 | 26.2 | 29 | 7 |
| | Otros Gtos. (Ing.), Neto | 5.3 | | (6.6) | | 12 | 181 |
| | Utilidad de Operación | 189.2 | 11.6 | 217.1 | 14.0 | (28) | (13) |
| | UAFIRDA | 261.9 | 16.1 | 276.0 | 17.8 | (14) | (5) |

¹ Para mayor información ver "Procedimientos Contables".

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