



CONSTRUIR UNA EMPRESA
sustentable,
ALTAMENTE *productiva* Y
PLENAMENTE *humana*



INFORME ANUAL INTEGRADO 2016

CONTENIDO

1

Acerca de Grupo Bimbo

4

In Memoriam

5

Nuestras creencias

6

Relevantes de 2016

9

Grupo Bimbo Hoy

12

Mensaje del Presidente del Consejo de Administración y Director General

16

La oportunidad: nuestro mercado e industria

18

Construir una empresa sustentable, altamente productiva y plenamente humana

21

Manejo de riesgos

22

Nuestros grupos de interés

27

Estrategia de Sustentabilidad

29

Una empresa Sustentable: por tu Bienestar

48

Una Empresa Sustentable: Por nuestro Planeta

70

Una Empresa Sustentable: por nuestras Comunidades

83

Una empresa sustentable: por nuestros Colaboradores

97

Gobierno corporativo

105

Acerca de este reporte

106

Análisis de desempeño

112

Índice de contenidos GRI G4

119

Estados financieros consolidados

187

Contacto

ACERCA DE GRUPO BIMBO

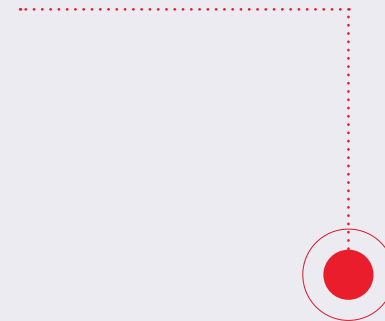
G4-3, G4-4, G4-6, G4-8

Grupo Bimbo es la empresa de panificación más grande del mundo¹ con ventas por \$13,506 millones² de dólares americanos en 2016. Producimos y distribuimos pan de caja fresco y congelado, bollos, galletas, pastelitos, *english muffins*, *bagels*, productos empacados, tortillas, botanas saladas y confitería, entre otros; en 22 países de América, Europa y Asia. Nuestras acciones cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) bajo la clave de pizarra BIMBO y en el mercado extrabursátil de los Estados Unidos de América a través de un programa de ADR Nivel 1, bajo la clave de pizarra BMBOY. Somos parte del Índice de Precios y Cotizaciones (IPC) de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV); del Índice Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) y del FTSE4Good *Emerging Index*.

¹ Fuente: IBISWorld Global Bakery Goods Manufacturing Report, agosto 2016

² 1 dólar estadounidense = 18.66 pesos; tipo de cambio promedio del 2016

Construir una empresa sustentable, altamente productiva y plenamente humana



Este es nuestro Propósito, a través del cual reflejamos el compromiso esencial de nuestros fundadores de crear valor para los grupos de interés de hoy y de generaciones venideras. Se manifiesta en nuestras queridas y perdurables marcas, y operaciones eficientes y de bajo costo; en nuestra cultura de innovación y mejora continua, pero, sobre todo, en nuestra gente.

IN MEMORIAM



Con profundo pesar, pero agradecidos por su legado, lamentamos el fallecimiento de uno de los fundadores de Grupo Bimbo, Don Lorenzo Servitje Sendra, el pasado 3 de febrero de 2017, a la edad de 98 años.

Don Lorenzo fundó Grupo Bimbo en 1945 junto con Jaime Jorba, José Mata, Jaime Sendra y Alfonso Velasco. La Compañía inició con diez vehículos, una marca, cuatro productos y 38 colaboradores, de quienes el primero fue su hermano Roberto Servitje. Don Lorenzo ocupó los puestos de Gerente, Director General y Presidente del Consejo de Administración de Grupo Bimbo. Fue Presidente del Consejo de Administración de 1980 a 1994.

Desde entonces continuó siendo una fuente de inspiración para la empresa hasta el día de su fallecimiento.

Siempre tuvo un gran amor por México y por cada país en el que tenemos operaciones; consideró que cada uno de ellos tiene grandes oportunidades y gente capaz de alcanzar el éxito.

Grupo Bimbo continúa promoviendo los valores y la Filosofía que Don Lorenzo infundió hace más de 70 años. Lo recordaremos siempre como un gran hombre, líder y fuente de inspiración.

MISIÓN

Alimentos deliciosos y nutritivos
en las manos de todos.

VISIÓN

En 2020 transformamos la industria de
la panificación y expandimos nuestro
liderazgo global para servir mejor a más
consumidores.

NUESTRAS CREENCIAS

G4-4, G4-6, G4-8

- Valoramos a la persona
- Somos una comunidad
- Conseguimos resultados
- Competimos y ganamos
- Somos operadores eficaces
- Actuamos con integridad
- Trascendemos y permanecemos
en el tiempo



Crecimiento orgánico de los volúmenes y de la participación de mercado en categorías y marcas clave

Cierre de la adquisición de Panrico en España y Portugal y de dos negocios de pan congelado en Latinoamérica

Contracción de 10 puntos base en el margen neto mayoritario debido a un aumento en la tasa efectiva y a cargos no monetarios

Exitosa colocación de Certificados Bursátiles por \$8,000 millones de pesos mexicanos con vencimiento en 2026



Mayor productividad en la cadena de suministro y logística, logrando ahorros por más de \$170 millones de dólares americanos



Crecimiento de doble dígito en: ventas netas 15%, utilidad de operación 28% y UAFIDA ajustada 25%



Implementación de un programa de *American Depositary Receipts* (ADR) Nivel 1 en los Estados Unidos de América, bajo la clave de pizarra BMBOY



RELEVANTES DEL 2016



Eficiencias en el uso de materias primas y reducción de desperdicio por más de 12%



123 plantas fueron certificadas al cumplir con los estándares de la Iniciativa Mundial de Seguridad Alimentaria (GFSI por sus siglas en inglés)



Desarrollo interno de 350 vehículos eléctricos, parte de nuestra flotilla actual



Participación récord en nuestra segunda *Global Energy Race*: 36 ciudades, 21 países y +79,000 participantes. + 1 millón de rebanadas de pan fueron donadas a bancos de alimento locales



Grupo Bimbo fue incluido en el *FTSE4Good Emerging Index*, el cual mide el desempeño de compañías que cuentan con sólidas prácticas ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG)



Nombrada una de las empresas con mayor ética a nivel global, en 2017, por el *Ethisphere Institute*

FINANCIEROS (millones de pesos mexicanos, excepto UPA)

Ventas netas consolidadas

252,141

vs 219,186 en 2015
15.0% incremento

Utilidad de operación

18,084

vs 14,121 en 2015
28.1% incremento

Utilidad neta mayoritaria

5,898

vs 5,171 en 2015
14.1% incremento

Utilidad por acción (pesos)

1.25

vs 1.10 en 2015

UAFIDA Ajustada

29,298

vs 23,369 en 2015
25.4% incremento

Capitalización de Mercado
al 31 de diciembre

221,097

AMBIENTAL G4-9, G4-10, G4-LA6, G4-EC1

Consumo de electricidad (kWh/ton)

231.97

vs 233.23 en 2015
reducción del 1%

Consumo de agua (m³/ton)

1.0415

vs 1.1120 en 2015
reducción del 6.3%

56%

del desperdicio en nuestros procesos
de producción fue reciclado

SOCIAL

Total de colaboradores
a nivel global

130,913

vs 127,152 en 2015
3.0% incremento

Tasa de frecuencia
de accidentes*

2.0

vs 2.1 en 2015
reducción del 5.0%

Donativos (millones de pesos)

114.6

vs 90 en 2015
27.3% incremento

Proyectos Buen Vecino

129

vs 116 en 2015
11.2% incremento

* Frecuencia de accidentes con relación al tiempo laborado del colectivo de trabajadores en un año (no incluye accidentes de primeros auxilios)



Marinela®

GRUPO BIMBO HOY

Somos una empresa global de consumo de productos con marca y líder en la industria de la panificación

G4-9

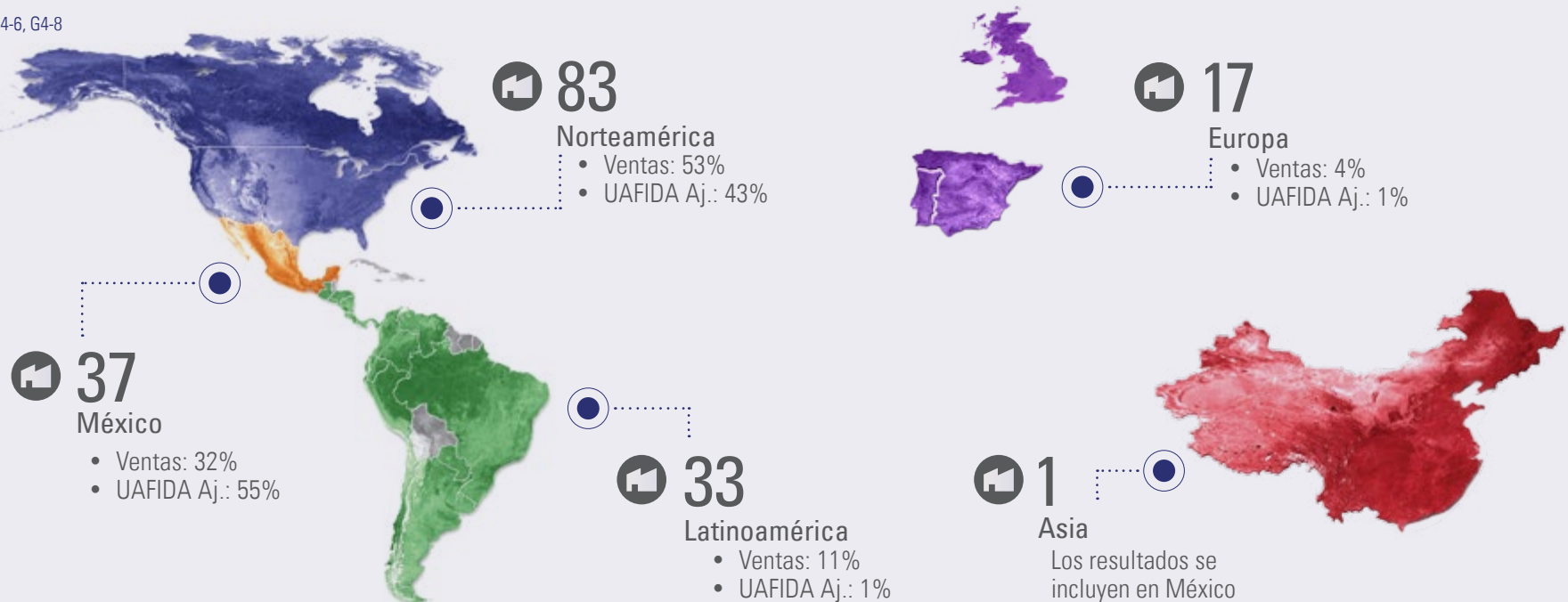
NUESTRA
PRESENCIA

 **171**
plantas

+130,000
colaboradores

 **+2.7**
millones de puntos de venta

G4-6, G4-8



PRINCIPALES CATEGORÍAS

G4-4



NUESTRAS PRINCIPALES MARCAS





MENSAJE DEL PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECTOR GENERAL



G4-1, G4-2

Estimados Accionistas,

A nombre del Consejo de Administración y del equipo de la Dirección General, es un gusto reportar un año en el que tuvimos buenos resultados operativos y financieros, mejoramos nuestro perfil internacional, fortalecimos nuestras marcas y nuestra participación en categorías clave.

Lanzamos una nueva y ambiciosa Visión 2020, buscando *transformar la industria de la panificación y expandir nuestro liderazgo global para servir mejor a más consumidores*. Renovamos nuestras Creencias y nuestro Propósito, y definimos Objetivos Transformacionales, alineados a nuestras principales Capacidades.

Nuestras prioridades en el 2016 fueron: el crecimiento orgánico, el incremento en participación de mercado, la rentabilidad sostenible y la eficiencia organizacional. En todas tuvimos avances importantes.

Quisiera destacar los siguientes relevantes:

- El crecimiento de 1.9% en los volúmenes y una mayor participación de mercado en categorías clave, soportado en parte por la inversión en nuestras marcas globales, emergentes y regionales.

- Durante el 2016, nuestra marca Thomas' superó los mil millones de dólares estadounidenses en ventas a valor menudeo, ubicándose como una de las cinco marcas de mayor venta en el Grupo.
- Realizamos tres adquisiciones que fortalecen nuestra presencia internacional. Dos en la categoría de pan congelado: *Panettiere* en Colombia y el negocio de General Mills en Argentina; así como Panrico, que renombramos Donuts Iberia al desinvertir la categoría de panes salados. Esta última adquisición, duplica nuestro tamaño y amplía el portafolio de productos en la península ibérica.
- Con el fin de ser un productor de bajo costo y continuar con nuestro compromiso con los consumidores, llevamos a cabo algunas acciones:
 - » Mayor productividad en la cadena de suministro y logística, logrando ahorros por más de 170 millones de dólares estadounidenses.
 - » Inauguramos una planta en Córdoba, Argentina, que nos acerca a los consumidores más allá de las ciudades principales de este país.
 - » Instalamos una nueva línea de pan de gran volumen en Río de Janeiro.

- » Logramos un mejor aprovechamiento de las materias primas y una reducción del desperdicio de más de 12%.
- » Lanzamos la iniciativa de Presupuesto Base Cero (metodología para gestionar nuestros gastos de forma más eficiente), que paulatinamente será replicada en todas nuestras operaciones.
- Con el objetivo de mejorar nuestra posición competitiva y optimizar la huella de manufactura, cerramos tres plantas, una en Estados Unidos y dos en Canadá, además de que reubicamos algunas líneas de producción.
- Nuestra inversión en capital superó los 650 millones de dólares estadounidenses.
- En Investigación y Desarrollo, la inversión se destinó básicamente a innovación. El desarrollo interno de 350 vehículos eléctricos de nuestra flota, así como el lanzamiento de nuevos productos: el pastelito *Latte*, la introducción del pan *Artésano* en la mayoría de nuestros mercados y *The Rustik Bakery*, entre otros. Cabe destacar, que el 14% de nuestras ventas totales provienen de lanzamientos de los últimos 24 meses.
- Fortalecimos nuestra plataforma de Gestión de Talento para brindar mayor visibilidad y desarrollo a todos nuestros colaboradores. En Diversidad e Inclusión, capacitamos a más de 7 mil colaboradores, sumando más de 13,500 desde que comenzó la iniciativa.
- Para fortalecer la cultura de Cumplimiento Normativo, logramos capacitar a alrededor de 100 mil colaboradores en materia de integridad y mejoramos nuestros sistemas de control y procesos de auditoría interna. Obtuvimos el premio *World's Most Ethical Company*, otorgado por *Ethisphere Institute*, como una de las empresas con mayor reputación ética a nivel mundial.
- Tuvimos cambios en nuestro Consejo de Administración. Henry Davis, quien fue Consejero durante 17 años, así como Presidente del Comité de Auditoría y Prácticas Societarias, cumplió la edad de retiro y María Luisa Jorda se integró como nueva Consejera.
- Nuestro compromiso por generar estilos de vida saludable, se vio reflejado en eventos como Futbolito Bimbo, en el cual participaron más de 77 mil niñas y niños en seis países. Asimismo, llevamos a cabo nuestra segunda carrera "*Global Energy Race*", con más de 79 mil participantes en 36 ciudades de 21 países, obteniendo el Récord Guinness del mayor número de ciudades que participan simultáneamente. Donamos un millón de rebanadas de pan a diversos bancos de alimentos.
- A pesar de la dinámica de la industria que cambia constantemente y las condiciones macroeconómicas que siguen siendo complicadas en algunos de nuestros mercados, obtuvimos buenos resultados durante el año.
 - » En México, logramos un cambio de tendencia en la categoría de pan dulce; en Norteamérica, crecimiento de nuestras marcas estratégicas y una expansión importante del margen de UAFIDA ajustada; en Latinoamérica, el buen desempeño de los volúmenes y las ventas en moneda local en la mayoría de los países. Finalmente, en Europa, la adquisición de Panrico, que generó una UAFIDA ajustada positiva por primera vez desde 2011.
 - » Las ventas netas consolidadas aumentaron 15%, para totalizar \$252,141 millones, reflejando un beneficio por el tipo de cambio en Norteamérica, Latinoamérica y Europa, el crecimiento orgánico en México y la adquisición de Panrico.

- » La expansión del margen bruto de 70 puntos base fue impulsada por menores costos de las materias primas en Norteamérica, Latinoamérica y Europa.
- » La utilidad de operación creció 28.1% a \$18,084 millones, con una expansión de 80 puntos base en el margen, para ubicarse en 7.2%.
- » La UAFIDA ajustada creció 25.4% a \$29,297 millones, resultando en un margen de 11.6%. La utilidad neta mayoritaria creció 14.1% a \$5,899 millones y la contracción del margen de 10 puntos base fue reflejo de una tasa efectiva más alta y algunos cargos no monetarios.
- » El balance permanece sólido y flexible. La deuda total al 31 de diciembre de 2016 fue de \$82,500 millones, en comparación con \$67,761 millones al 31 de diciembre de 2015. Este incremento es reflejo de la revaloración del dólar estadounidense de 20%. La razón de la deuda total a UAFIDA ajustada fue de 2.8 veces, comparado con 2.9 veces al 31 de diciembre de 2015.
- » Colocamos exitosamente Certificados Bursátiles en el mercado mexicano por \$8,000

millones con un plazo de 10 años, que pagan un interés fijo anual de 7.56%. Los recursos provenientes de la transacción se utilizaron para refinanciar un crédito comprometido revolvente de largo plazo.

- A fin de impulsar la estrategia de sustentabilidad, se formó el Comité Central de Sustentabilidad. Además de continuar reportando nuestro desempeño a través de los cuatro pilares (Bienestar, Planeta, Comunidad y Colaboradores), busca que la sustentabilidad forme parte integral de la manera en que pensamos, decidimos y operamos.
- Desde 2014, formamos parte de la Red del Pacto Mundial de Naciones Unidas, sumándonos al cumplimiento y respaldo de los 10 principios que establece la iniciativa. Durante 2016 continuamos trabajando en los programas de Grupo Bimbo que contribuyen a estos principios sumando valor. Nos sentimos orgullosos de ir más allá al haber sido parte del comité de definición de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en la Red México. Hoy, el compromiso de nuestra empresa, acoge varios de los temas que plantean estos objetivos, pues estamos convencidos de que, al formar un frente común, tener una visión ecológica, y generar conciencia colectiva, alcanzaremos

un cambio profundo en la dinámica de bienestar, dignidad y salud de la población mundial. Con ello, haremos tangible el concepto de desarrollo sostenible y lograremos un mundo más equitativo y justo para todos.

A pesar de nuestro tamaño y perfil global, seguimos motivados por las oportunidades del mercado. Nuestra industria sigue siendo altamente fragmentada y las bajas tasas de penetración en los hogares representan un reto para el crecimiento futuro.

Como decía Don Lorenzo, el éxito de la empresa no es de una sola persona, todos aportamos “nuestro granito de harina”. Agradezco el trabajo y compromiso de nuestros más de 130,000 colaboradores, quienes contribuyen diariamente a nuestro Propósito de *construir una empresa sustentable, altamente productiva y plenamente humana*.

Daniel Servitje

Presidente del Consejo de Administración y Director General

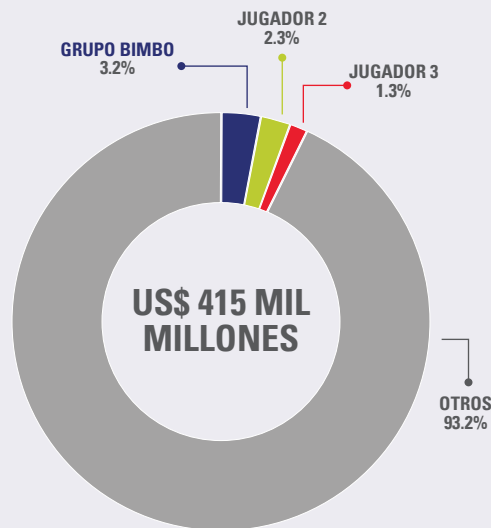


LA OPORTUNIDAD: NUESTRO MERCADO E INDUSTRIA

G4-DMA Presencia en el mercado

PANORAMA DE LA INDUSTRIA

Participamos en la industria global de la panificación cuyo valor es de más de US\$400 mil millones, en términos de ventas. A pesar de que mantenemos una posición de liderazgo, contamos con menos del 5% de participación de este altamente fragmentado mercado, en el cual las panaderías artesanales y locales ocupan un lugar relevante.



Grupo Bimbo representa el **3.2%** del mercado global

Dentro de los factores que impulsan el crecimiento se encuentran, la consolidación de la industria, la penetración de mercado y la creciente incorporación de alimentos empacados y con marca en la

dieta de los consumidores, además, operamos solamente en 22 de más de 190 países que cuentan con una industria de pan empacado.

Asimismo, participamos en la industria de *snacks*, aun y cuando nuestra presencia es relativamente pequeña, esta categoría diversifica nuestro portafolio de productos, agrega valor a nuestros canales de venta, expande nuestra base de consumidores y nos da acceso a distintas ocasiones de consumo. El crecimiento en ciertos sectores y regiones geográficas de esta industria rebasa por mucho el de la categoría de alimentos y bebidas en su totalidad.

DINÁMICA DE LA INDUSTRIA Y TENDENCIAS DEL CONSUMO

Mientras que el consumo de pan de caja tradicional se ha desacelerado en algunos mercados maduros tales como Norteamérica y Europa, se espera que la demanda en mercados como Latinoamérica, Asia, Medio Oriente y África continúe incrementándose, debido a factores como el aumento en el ingreso disponible y a los cambios en los hábitos de consumo. La demanda de *snacks* ha crecido ya que hoy existen más opciones entre marcas y variedades; además de que se ha incrementado el consumo de alimentos entre comidas. Las mega-tendencias continúan desarrollando ambas industrias:

- Productos de conveniencia, listos para consumirse
- Consumo responsable: auténtico, "mejor para ti", artesanal, etiquetas limpias, "todo natural", orgánico y control de porciones
- Indulgencia
- Calidad superior
- Autenticidad, variedad y diferenciación
- Nuevos ingredientes y biotecnología

LA OPORTUNIDAD

La diversificación geográfica de Grupo Bimbo abarca desde mercados desarrollados hasta aquellos con alto potencial de crecimiento, con una sólida posición de liderazgo en cada uno de ellos. Nuestra presencia global en 22 países es una ventaja competitiva y nos permite compartir productos, intercambiar procesos y mejores prácticas entre las diversas organizaciones. De igual manera, el tamaño y escala de nuestras operaciones nos proporcionan una ventaja natural para mitigar algunos de los retos inherentes a la industria. Contamos con los recursos necesarios para invertir en: investigación de mercado y del consumidor; desarrollo e innovación de productos; seguridad alimentaria y controles de calidad; plataformas de publicidad, mercadotecnia y ventas; y desarrollo de talento. Asimismo, al seguir desarrollando nuestras marcas globales, nacionales y regionales, podemos aprovechar diversas oportunidades entre mercados, en términos del desarrollo de la categoría, al mismo tiempo que nuestra plataforma de producción y distribución fortalece la rentabilidad y la penetración de mercado.

*Fuente: IBISWorld Global Bakery Goods Manufacturing Report, agosto 2016



CONSTRUIR UNA EMPRESA SUSTENTABLE, ALTAMENTE PRODUCTIVA Y PLENAMENTE HUMANA

Estamos trabajando para transformar la industria de la panificación y expandir nuestro liderazgo global para servir mejor a más consumidores. Para ello, apalancamos nuestras cinco Capacidades Clave:

1 EL COMPROMISO DE NUESTROS COLABORADORES CON LA VISIÓN

G4-DMA Salud y Seguridad en el trabajo
G4-LA6, G4-LA12

Nuestros colaboradores contribuyen con su tiempo, talento y compromiso.

Con el objetivo de ser el lugar preferido para trabajar en nuestra industria, debemos liderar con seguridad y excelencia en salud organizacional.

Continuamente monitoreamos y medimos la satisfacción de nuestros colaboradores en el lugar de trabajo. Nos enfocamos en desarrollar sus habilidades de liderazgo mediante capacitación y desarrollo profesional siempre de la mano con su compromiso. En Grupo Bimbo es de suma importancia una cultura de seguridad con resultados medibles y rendición de cuentas; así como brindar apoyo impulsando estilos de vida saludable.

- *Universidad GB*, nuestra plataforma de capacitación y desarrollo, llega a todos nuestros colaboradores a nivel global; está disponible en cinco idiomas, cuenta con cursos en línea y presenciales, los cuales abarcan una amplia gama de contenido local y global, así como con habilidades técnicas y de liderazgo.

- En nuestra trayectoria de seguridad, durante el 2016 se redujeron en un 12% y 8% los días de incapacidad y lesiones, respectivamente.
- Durante 2016, continuamos con el objetivo de convertirnos en una compañía más diversa e inclusiva; la composición de género de la Alta Dirección y del Consejo de Administración cambió, al contar con más mujeres. Por otro lado, más de 13 mil colaboradores han sido capacitados a través del seminario de "Diversidad e Inclusión".
- Desarrollamos una innovadora herramienta con alcance global para la gestión de talento, la cual nos proporciona mayor visibilidad del potencial de nuestra gente, lo que les permite explorar nuevas oportunidades laborales y genera mayor transparencia en las decisiones laborales.

presencia y disponibilidad, así como compartiendo mejores prácticas, aprovechando las nuevas ideas y desarrollando marcas regionales para llegar a más países.

- La calidad y la consistencia en la imagen de marca son de máxima prioridad
- Crecer nuestro negocio de *snacks* deleitando a nuestros consumidores mediante alternativas que atienden a cualquier momento de consumo
- Asegurar que nuestros panes sean la referencia global de una nutrición saludable, ofreciendo siempre calidad superior
 - » Marcas billonarias*: Bimbo, Marinela, Oroweat/Brownberry/Arnold, Barcel y Thomas´
 - » Marcas de >500 millones *: Entenmann's y Sara Lee

2

MARCAS DURADERAS CON SIGNIFICADO

Nuestras marcas mantienen un sólido liderazgo en cada uno de los mercados en los que operamos; 20 de nuestras marcas de mayor venta mantienen la posición #1 o #2 en su categoría. Seguimos construyendo marcas globales para expandir su

3

PRESENCIA UNIVERSAL CON EJECUCIÓN SUPERIOR

G4-8

Nuestra distribución incluye una de las flotillas más grandes en el continente americano y atiende de manera excepcional a diversos canales de distribución. Tenemos como objetivo llegar a más puntos de venta, volvernos el proveedor preferido de

*Precio de venta al menudeo, en dólares estadounidenses

nuestros clientes, así como penetrar cada canal de manera rentable; mientras mejoramos la productividad en las rutas mediante ejecución en el punto de venta y la implementación de nuevas tecnologías.

- 350 vehículos eléctricos desarrollados internamente
- 62 tracto camiones con *AdBlue* de postcombustión que solo emiten vapor de agua
- Ejecución superior en el punto de venta que nos permita administrar de manera más eficiente el tamaño de entregas y reducir devoluciones
- Producimos 40 millones de paquetes diariamente

4

INNOVACIÓN GANADORA EN PRODUCTOS Y PROCESOS

Continuamos desarrollando productos y categorías líderes que se adaptan a las mega-tendencias. El creciente uso de nuevas herramientas digitales robustecerá nuestros procesos de innovación al acelerar el desarrollo de productos, permitiendo una rápida adaptación a las nuevas tendencias de consumo. Asimismo, la innovación en producción –desde automatización e ingeniería avanzada, hasta el mejor uso de recursos y aplicaciones de empaques– está mejorando la frescura y calidad de los productos mientras que estimula la productividad y reduce costos.

- 14% de los ingresos en 2016 se derivaron de lanzamientos realizados en los últimos 24 meses

- 37% de nuestros productos mejoraron su perfil nutricional al 2016, después de 5 años de reformulación y mejora, con el fin de incrementar nuestra participación en las categorías de productos de salud y bienestar
- Este año revaluamos y enfatizamos nuestro compromiso con la excelencia en calidad, mejoramos los procesos de la cadena de suministro, desde el campo hasta el consumidor, optimizando la productividad
- 7 centros de innovación: 2 en EUA, 1 en Canadá, 1 en México, 1 en Latinoamérica y 2 en Europa

- Iniciativa de Presupuesto Base Cero: promueve un cambio cultural el cual nos obliga a pensar de manera diferente y lograr una ejecución de clase mundial
- Innovación de procesos y mejora en la productividad a lo largo de la cadena de suministro
- Cierre de tres plantas, apertura de una en Argentina y una línea en Brasil
- \$678 millones de dólares americanos en inversiones de capital
- Implementación del Plan de Sustentabilidad Ambiental; estrategias para cambio climático, agua y desechos

5

NUESTRA CULTURA DE MEJORA CONTINUA

G4-DMA Desempeño económico

Nuestro liderazgo se basa en una ejecución de clase mundial y una cultura de ahorro que impulsa la productividad laboral y promueve eficiencias en reducción de desperdicios y huella de carbono. Asimismo, la transformación digital que se lleva a cabo a lo largo de toda la organización, fortalecerá nuestras Capacidades.

- Las eficiencias en la cadena de suministro generaron ahorros por más de \$170 millones de dólares americanos en 2016
- Redujimos el desecho en la producción en más de 12% con relación a 2015
- Centros de ventas virtuales en Latinoamérica



MANEJO DE RIESGOS

G4-14, G4-EC2

En Grupo Bimbo estamos convencidos de considerar cada uno de los riesgos inherentes a nuestro negocio como una oportunidad de mejora y crecimiento, es así que nos hemos enfocado en identificar los riesgos a los cuales estamos expuestos.

RIESGOS OPERATIVOS Y DE EJECUCIÓN

Entorno competitivo, preferencias de los consumidores, reputación, talento y gestión laboral, interrupciones potenciales del negocio y compromisos comerciales, entre otros.

RIESGOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS

Costos de insumos y materias primas, alteraciones en la cadena de suministro, costos laborales, tipos de cambio y tasas de interés, niveles de apalancamiento y exposición a divisas, deterioros de activos y marcas, acceso al financiamiento, entre otros.

RIESGOS LEGALES, POLÍTICOS Y REGULATORIOS

Obligaciones en materia de salud y de productos, obligaciones contingentes y civiles, cambios potenciales a las leyes y regulaciones relativas a la salud, medio ambiente, normas contables y de revelación de información. Asuntos relacionados con instrumentos financieros, acontecimientos políticos y controles gubernamentales, entre otros.

MITIGACIÓN

Investigación de mercado; innovación y desarrollo de productos; publicidad, mercadotecnia y ventas; medidas de seguridad y control de calidad; desarrollo, retención de talento y sucesión de nuestros colaboradores; prácticas laborales equitativas; redundancias, etc.

MITIGACIÓN

Estrategia de compras, iniciativas de productividad y eficiencia, coberturas de riesgos sobre las diferentes variables y una administración financiera responsable, entre otros.

MITIGACIÓN

Controles de calidad y de seguridad, requerimientos de conducta y ética, cumplimiento y experiencia en asuntos de gobierno, etc.

NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

G4-17, G4-24, G4-25, G4-26, G4-27

Proyectamos crecimiento en valor sustentable y de largo plazo para todos nuestros grupos de interés, siempre tomando en cuenta sus necesidades. Para lograr este cometido, debemos asegurarnos que nuestras acciones a lo largo de las operaciones y de la cadena de valor sean responsables, sustentables y encauzadas hacia la creación de valor.

Definimos a nuestros Grupos de Interés en concordancia con la política GB.SUS. P001AN01 “Definición de los Grupos de Interés”, y hemos identificado a los relacionados de forma más cercana o familiarizada a la operación de nuestra Compañía, los cuales se encuentran clasificados de la siguiente manera:



Accionistas/Socios

Buscamos proporcionar una rentabilidad razonable de manera sostenida.



Colaboradores

Garantizamos el respeto a su dignidad e individualidad y facilitar un ambiente para su bienestar y desarrollo.



Representación de Colaboradores

Apoyamos que sean auténticos, con pleno respeto a su libertad de asociación y mantenemos relaciones de colaboración y respeto mutuo.



GRUPOS INTERNOS



Consumidores

Ofrecemos alimentos sanos y variedad en nuestros productos, mediante la mejora continua.



Sociedad

Promovemos el fortalecimiento de los valores éticos universales y apoyamos el crecimiento económico y social de las comunidades donde nos encontramos.



Gobierno

En un ambiente de cumplimiento de las legislaciones vigentes en los países donde operamos, promovemos una relación y comunicación cercana y respetuosa, y colaboramos en proyectos e iniciativas en beneficio de la comunidad.





Clientes

Brindamos un servicio ejemplar y buscamos apoyarlos en su crecimiento y desarrollo, a través del valor de nuestras marcas.



Proveedores

Mantenemos relaciones cordiales, propiciamos su desarrollo y cubrimos el costo de sus servicios de acuerdo a los términos contractuales acordados.



Distribuidores

Establecemos formas de trabajo que cumplan con los objetivos de negocio y sean benéficas para ambas partes.



Competidores

Contendemos de manera vigorosa y objetiva, basándonos en prácticas de comercio legales.



GRUPOS EXTERNOS



Organismos Empresariales y Organismos Internacionales

Compartimos experiencias y mejores prácticas en un ambiente de cordialidad y respeto.



Medios de Comunicación

Proporcionamos información veraz, clara y oportuna.



Organizaciones Sociales

Contribuimos a la superación y desarrollo de las comunidades donde servimos junto con los organismos sociales.



Instituciones Educativas

Compartimos buenas prácticas y nos acercamos para contribuir con la mejora continua de la educación en el mundo.



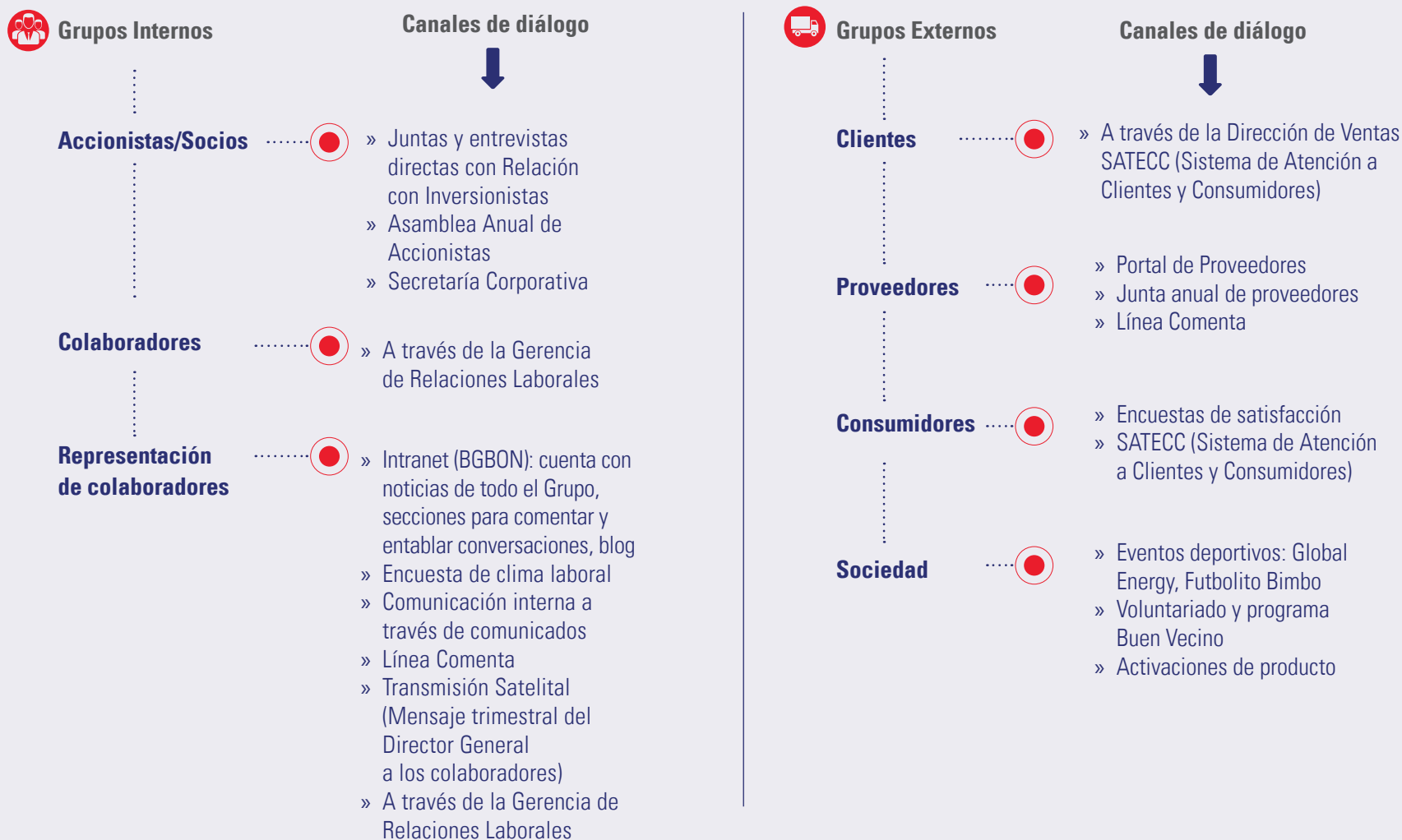
Entenmann's®



Durante el año, mantenemos un diálogo con ellos, buscando alternativas para servir de una manera más efectiva. Algunos de los canales con los que mantuvimos interacción son los siguientes:

GRUPOS DE INTERÉS

G4-26





(Para mayor información acerca de nuestros grupos de interés, ver milenio3.com.mx/sustentabilidad-2016)



ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD

Nuestra forma de trabajar y pensar evoluciona continuamente, pues sabemos que es la única manera en la que se alcanzan la competitividad y el crecimiento. Esta filosofía nos ha permitido llegar a nuevos territorios con la calidad y el cariño con el que siempre ponemos alimentos deliciosos y nutritivos en las manos de las familias alrededor del mundo.

Desde el ámbito de la Sustentabilidad, también evolucionamos y en 2016, fueron varios los cambios que llevamos a cabo.

La gestión de la sustentabilidad continúa a cargo de la Dirección de Relaciones Institucionales, la cual es parte de la Dirección Global de Personal y Relaciones.

Hasta 2015, nuestra plataforma de Responsabilidad Social, se refugió en el concepto de Sembrando Juntos, la cual, en 2016 cambia simplemente a Sustentabilidad Grupo Bimbo, con miras al cumplimiento de la Visión 2020. Más que una diferencia en terminología, es un concepto integral, donde lo que esperamos es generar una mentalidad ecológica, es decir, una visión que vaya más allá del individuo para entender a la persona en armonía con su entorno. Queremos fomentar esta conciencia en nuestros colaboradores, principalmente, para así formar personas sustentables que hagan la diferencia en nuestro mundo.

Los primeros pasos para alcanzar esta meta, fueron entender cómo integrar a la sustentabilidad con la estrategia del negocio. Trabajamos para incorporar todo el sentido ambiental, social y económico en cada elemento de la filosofía. Iniciamos por la misión, la cual hoy incluye un sentido de equidad al enunciar que nuestros productos son para todos y que además de deleitar, buscan también nutrir a los consumidores. Nuestro propósito es el enunciado que da sentido a nuestro actuar y es ahí donde se hace explícito el llamado a ser sustentables. “Construir una empresa sustentable, altamente productiva y plenamente humana”.

La definición de esta filosofía, se hace tangible a través de los Objetivos Transformacionales, es decir, los proyectos que guiarán nuestro actuar rumbo a 2020. Hoy, los indicadores sustentables, corren a través de los Objetivos Transformacionales para generar una conciencia en la materia y medir las acciones de mejora en cuidado ambiental, contribución al desarrollo social y manejo adecuado de los recursos y del negocio.

Nuestros pilares siguen siendo vigentes y mantienen la gestión especializada que se ha venido reportando:

- **BIENESTAR:** Especializado en la comunicación de mercadotecnia responsable, la transparencia en el contenido nutricional de los productos, la promoción de estilos de vida saludable que

incluyen la activación física y hábitos de alimentación correcta, así como en la innovación de productos y la mejora de perfiles nutrimentales a través de la reducción de sodio, grasas y azúcar, entre otros aspectos.

- **PLANETA:** Establece las actividades y la evaluación de las operaciones para medir, controlar y reducir nuestra huella ambiental. Esta estrategia se divide en cuatro líneas de acción estratégicas: reducción de huella de carbono y huella hídrica, manejo integral de residuos y conservación del entorno.
- **COMUNIDAD:** Trabajamos para ser un agente de cambio que contribuya al bienestar de las personas en las comunidades donde operamos. Con programas como el voluntariado, donativos y “Buen Vecino”, en Grupo Bimbo aportamos nuestro granito de harina en beneficio de quienes más lo necesitan.
- **COLABORADORES:** La sustentabilidad es efectiva cuando comienza con una estrategia para mejorar las condiciones al interior de la organización. A través de este pilar fomentamos acciones que protegen y favorecen un buen clima laboral, cuidan los derechos humanos, el desarrollo tanto personal como profesional de los colaboradores, su seguridad y salud y la buena relación con sus jefes.

Los pilares Bienestar, Planeta y Colaboradores tienen a su cargo uno o más Objetivos Transformacionales, lo que da visibilidad e injerencia a los líderes de pilar, para incorporar la sustentabilidad en cada proyecto.

El trabajo en equipo es fundamental para que la sustentabilidad cobre vida y se haga tangible. Un equipo bien informado, comunicado y alineado, permite entender lo mismo y gestionar de manera consistente. Para mitigar desviaciones, en 2016 se creó el Comité Central de Sustentabilidad y se llevaron a cabo las dos reuniones correspondientes a su actuación. Este comité está conformado por tres miembros del Consejo de Administración y por el Comité Directivo. Con esta medida, la alineación se alcanza desde el más alto nivel de la empresa. A través de los proyectos se traslada a la operación, cruzando así por todos los niveles.

En el marco documental fortalecemos la sustentabilidad a través de la redacción de las políticas de Sustentabilidad, Donativos y Diversidad e Inclusión. Tres lineamientos básicos para permear la cultura a lo largo y ancho de nuestra empresa.

La recopilación de datos logra un mayor alcance y sustento con la plataforma tecnológica denominada Sustentabilidad 360, la cual funge como un elemento de interacción entre las áreas y países que nos integran, además de garantizar el resguardo de documentos, evidencias y una gestión más ordenada.

En Grupo Bimbo seguimos trabajando por ser una empresa sustentable, altamente productiva y plenamente humana, que día a día se gane la confianza de sus consumidores y que sea ícono de bienestar, seguridad y prosperidad para el mundo.





BIENESTAR

**UNA EMPRESA SUSTENTABLE:
POR TU BIENESTAR**

En Grupo Bimbo mantenemos nuestro compromiso de trabajar de manera continua en acciones que fomenten la adopción de estilos de vida saludable a través de la mejora de nuestros productos, la promoción de dietas correctas y la práctica frecuente de actividad física, con el fin de convertirnos en un referente local y global en las iniciativas de Salud y Bienestar.

De manera global los temas de salud, nutrición y bienestar son relevantes y prioritarios, por ello, comprometidos como la empresa líder mundial en panificación que somos, trabajamos en el aprovechamiento de todos los factores que impacten de manera positiva en el bienestar de nuestros consumidores y colaboradores.

El problema de obesidad, así como su coexistencia con deficiencias nutricionales importantes nos enfrentan al gran reto de desarrollar alternativas que puedan cubrir las diferentes necesidades de un mercado cada vez más comprometido con la resolución de este problema. Para lograrlo, se requiere de la suma de esfuerzos entre el sector industrial, el gobierno, las organizaciones de la sociedad civil u Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) y la sociedad en general, quienes deberán facilitar herramientas que ayuden a los consumidores a tomar decisiones informadas sobre nutrición, salud y bienestar (NSB).

Pensando siempre en nuestros consumidores, hemos creado una amplia gama de productos deliciosos y nutritivos accesibles a todos en cualquier lugar y que puedan formar parte de estilos de vida saludable.



MODELO DE GESTIÓN

G4-DMA Salud y Seguridad de los clientes

En Grupo Bimbo contamos con un Modelo de Gestión llamado “Modelo Grupo Bimbo”, el cual consta de diez procesos y se complementa con el mapeo de actividades generales y compendios. Para cada proceso, definimos estándares, metodología, reglas y procedimientos. Los pasos establecidos para llevarlo a cabo son los siguientes.

- 1. Planeación.** Establecemos las estrategias y lineamientos generales para desarrollar los planes de negocio, políticas y manuales, y damos seguimiento a su cumplimiento para el logro de nuestra misión y visión.
- 2. Innovación de productos.** Entendemos, traducimos y anticipamos las necesidades de los consumidores para su satisfacción y bienestar, a través de productos con valor agregado, diferenciación y relevancia, permitiéndonos mantener el liderazgo en el sector alimenticio. Definimos los procesos de: Ideación, Organización de conceptos, Factibilidad, Desarrollo, Escalamiento, Implementación y Evaluación de desempeño.
- 3. Productos y servicios.** Satisfacemos la demanda de productos y servicios de alta calidad requeridos por los clientes y consumidores al menor costo unitario de la industria. Alineados a las estrategias de Grupo Bimbo definimos los procesos de: Planeación de la cadena de suministro, Negociación y suministro, Manufactura, Despacho-Fábrica-Agencia de ventas, Transportación primaria y secundaria.
- 4. Clientes y consumidores.** Creamos relaciones ganar-ganar con nuestros clientes, brindándoles el mejor servicio con una ejecución de excelencia, asegurando la disponibilidad de nuestros productos en todo momento y lugar que les apetezca. Incluye los procesos de Gestión de categorías, Asegurar momento y lugar, Trade marketing, Ejecución de excelencia en el punto de venta, Relación con clientes y consumidores.
- 5. Nuestra gente.** Fieles a nuestro propósito de ser una empresa sustentable, altamente productiva y plenamente humana, hemos renovado nuestro programa de salud y bienestar, integrando nuevas acciones que monitorean el estado físico de los colaboradores y promueven entre ellos la adopción de estilos de vida saludable.

- 6. Sustentabilidad.** Promovemos el bienestar y compartimos conocimiento, acciones y sugerencias que contribuyen a mantener un estado de salud adecuado para los consumidores. Establecemos los procesos de Planeación de estrategias de sustentabilidad, Ejecución, Medición del impacto y Gestión de relaciones externas.
- 7. Sistemas de información.** Proporcionamos y administramos de manera eficiente las soluciones de tecnología de información que nos permitan ser una empresa innovadora y competitiva.
- 8. Gestión del conocimiento.** Capitalizamos la información, conocimiento, aprendizaje y experiencia a través de su adecuado aprovechamiento como base de crecimiento.
- 9. Nuevos productos.** Detectamos, proponemos y concretamos tendencias y preferencias de nuestros consumidores que nos permitan lograr el objetivo de ser una de las mejores empresas alimenticias a nivel mundial, integrándolas eficazmente y generando valor.

Por medio de un manual de indicadores y plataformas automatizadas de gestión, medimos el desempeño de los sistemas y procesos. Posteriormente, analizamos los datos obtenidos y generamos un ranking por organización, además de llevar a cabo una supervisión sistemática, donde evaluamos el apego a los procesos, los cuales mejoramos a través de las siguientes metodologías:

- **Sistema *Lean* Grupo Bimbo.** Nos esforzamos por ser cada vez más competitivos, generando valor e innovando. El sistema está enfocado en la eliminación de sobrecarga y desperdicios y la reducción de variabilidad
- **Gestión de riesgos.** Nos aseguramos de cumplir todos los controles que mitigan los riesgos a los que estamos expuestos.

Dentro del proceso de sustentabilidad (6) se encuentra nuestro pilar de Salud y Bienestar el cual se gestiona a través del trabajo de un equipo multidisciplinario, liderado por la Dirección de Mercadotecnia y Nuevos Negocios de Bienestar con apoyo de la Dirección Global de Investigación y Desarrollo. Ambas direcciones colaboran en la mejora continua de nuestro eje de negocio.

La administración de las plataformas de acción enfocadas a Salud y Bienestar se hace por medio de cuatro líneas de gestión aplicables a todas las marcas y categorías que conforman nuestro portafolio.

Líneas de gestión

1. Portafolio de productos. Acciones enfocadas a mejorar la calidad nutricional de nuestro portafolio de productos a través de reformulaciones, así como a desarrollar empaques con información nutricional clara y de fácil acceso para nuestros consumidores.

2. Marcas y categorías. Desarrollo de marcas y categorías de productos saludables, así como acciones medibles de promoción de actividad física asociadas a estrategias de marca.

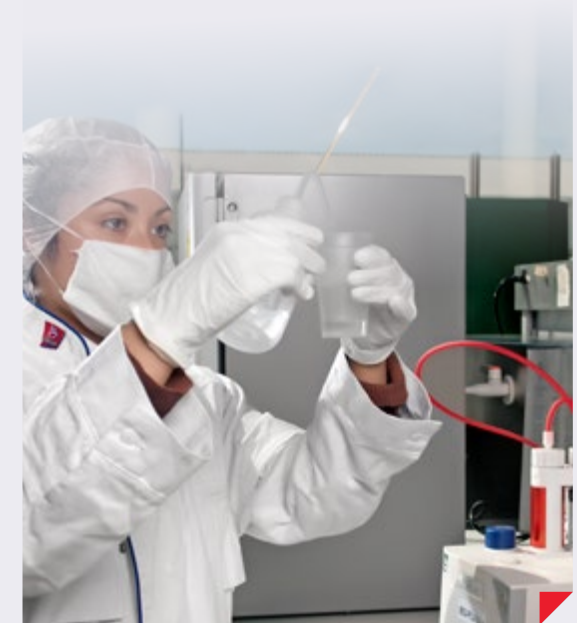
3. Comunicación. Estrategias de comunicación e interacción con actores clave (consumidores, gobiernos, líderes de opinión); así como alianzas con institutos de investigación.

4. Sustentabilidad. Interacción constante con nuestros otros pilares de Sustentabilidad Social, que son impactados por las acciones de salud y bienestar (Comunidad y Colaboradores).

Plataformas de Acción

- Productos
 - » Reformulación del portafolio actual
 - » Lanzamiento de nuevos productos con perfiles saludables
- Etiquetado nutricional
- Mercadotecnia responsable dirigida a niños
- Promoción de actividad física y estilos de vida saludable con consumidores y colaboradores
- Alianzas estratégicas

Dado que somos una empresa en continua evolución, determinada en gran medida por los nuevos requerimientos de nuestros grupos de interés, hemos replanteado el enfoque de algunos rubros de nuestras plataformas de acción particularmente en las acciones de mejora de productos.





PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

DMA Salud y Seguridad de los Clientes
G4-FP5

La mejora de los perfiles nutrimentales de nuestro portafolio de productos, a través de innovación en tecnología, procesos e ingredientes, continúa siendo una de las líneas de acción más relevantes dentro de la gestión de nuestra estrategia de Salud y Bienestar.

INNOVACIÓN Y REFORMULACIÓN

G4-PR1, G4-PR2, G4-FP6, G4-FP7

Dentro de la transformación de dicha estrategia, replanteamos lineamientos específicos sobre la evaluación de la calidad nutricional de nuestro portafolio de productos y las metas de reformulación a las cuales queremos llegar a mediano plazo.

Continuamos manteniendo tres grandes líneas de acción clave:

1. Incremento de nutrimentos de percepción positiva
2. Eliminación de nutrimentos e ingredientes de percepción negativa
3. Incremento del desarrollo de nuevos lanzamientos de productos que tengan mejores características nutricionales.

DMA Salud y Seguridad de los Clientes

Debido a las nuevas adquisiciones del Grupo, así como el trabajo hecho durante los últimos 5 años, requeríamos determinar dónde enfocar nuestras acciones de mejora. Con base en lo anterior, durante 2016 evaluamos el perfil nutricional de nuestro portafolio para en primera instancia, determinar la calidad nutricional de los productos que conforman la oferta actual y del mismo modo redefinir los esfuerzos en eliminación de nutrimentos de impacto negativo en la Salud Pública (grasas, grasas saturadas, ácidos grasos trans, azúcares y sodio) e incremento de nutrimentos e ingredientes positivos tales como la fibra, granos enteros, vitaminas y minerales, entre otros.

La evaluación del perfil nutricional de nuestro portafolio, nos permite conocer el estatus actual de la oferta y con base en esta, definir metas sobre el incremento de la misma en productos con perfiles más saludables.

La metodología de dicha evaluación está basada en un sistema de asignación de puntos:

- **Puntos base:** Se asignan por contenido de nutrimentos de mayor impacto en la Salud Pública como son las grasas, los azúcares y el sodio, así como en nutrimentos positivos como la fibra, las proteínas, las vitaminas y los minerales. Un perfil en el que se tiene un balance óptimo de todos éstos, llevará a una calificación de 100.
- **Niveles descalificadores:** Presencia de niveles no deseables en grasas, grasas saturadas, colesterol, azúcares y sodio. La presencia de estos nutrimentos en exceso, no permitirá la suma de puntos adicionales.
- **Puntos adicionales:** Consideran la adición de ingredientes funcionales, preparados de frutas y verduras, leche y la eliminación o sustitución de aditivos por componentes naturales.

Nuestro sistema de perfilado nutricional clasifica los productos en 4 categorías. Esta clasificación obedece a una nomenclatura interna, basada en el análisis de diferentes estándares nutricionales internacionales con sustento científico. Dicha categorización queda definida de la siguiente manera:

1. **Saludable** (*Healthy*): Representan el estándar de calidad más alto dentro de la categorización de productos.
2. **Mejor para ti** (*Better for you*): Productos con buena calidad nutricional y que forman parte de la oferta saludable.
3. **Bueno para ti** (*Good for you*): Productos que requieren una mejora en sus características nutricionales.
4. **Indulgente** (*Indulgent*): Productos con la calificación más baja dentro del portafolio y que están enfocados a momentos de consumo específico (ocasional).

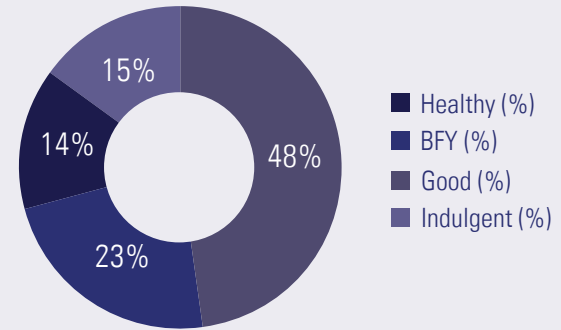


G4-PR1

En 2016 evaluamos la categorización del portafolio de productos que reportaron el 80% de la venta de cada Organización, con base en lo anterior, los resultados fueron los siguientes:

Número de productos totales/región				
Organización	Saludable	Mejor para ti	Bueno	Indulgente
Canadá y EUA	84	136	91	22
México	20	35	163	73
Latinoamérica	103	158	244	22
Europa	3	18	199	77
Asia	0	0	9	22
	210	347	706	216

Distribución global perfil nutricional portafolio productos Grupo Bimbo 2016



Nuestra meta para 2020 es que el 50% de nuestro portafolio de productos se encuentre dentro de las categorías "Saludable" y "Mejor para ti" de acuerdo a nuestra nomenclatura interna.



MEJORA DEL PERFIL NUTRIMENTAL

Durante 2016 comenzamos a evaluar el cumplimiento de los límites máximos en nutrimentos de impacto negativo (grasas saturadas, ácidos grasos trans, azúcares y sodio), establecidos en 2015 para cada categoría de nuestros productos. La redefinición de las metas de porcentaje de reducción de nutrimentos a cumplimiento de límites máximos, nos permite asegurar que los productos más importantes de Grupo Bimbo logren una mejora relevante en su calidad nutricional. Los límites se definieron para las categorías de panes, bollería, galletas, pasteles, pan dulce, tortillas y botanas saladas.

G4-FP6, G4-PR1

Número de productos que cumplen niveles máximos ⁵					
	Total SKUs	Sodio	Azúcares	Grasa	Grasas saturadas
Panes y bollería	726	565	481	NA	NA
Panificación dulce (galletas, pasteles y pan dulce)	451	NA	283	NA	350
Tortillas	53	27	NA	NA	48
Snacks	78	27	NA	55	66
	1308	619	764	55	464

También determinamos el número de nuestros productos⁵ que aportan buena fuente de fibra, granos enteros, vitaminas y minerales u otro elemento a resaltar.

	Fibra ¹	Grano entero ²	Vitaminas y minerales ³	Ingredientes positivos ⁴
Canadá y EUA	73	71	56	42
México	44	16	36	40
Latinoamérica	47	54	45	49
Europa	25	0	1	6
Asia	1	3	1	34

¹ Productos que contienen al menos 3g de fibra/porción

² Productos que contienen al menos 8g de granos enteros/porción

³ Productos que contienen al menos 1 vitamina que aporta más del 20% del VD (Valor Diario)

⁴ Productos con frutas, leche, semillas u otro

⁵ Portafolio de productos que reportaron al 80% de las ventas de cada organización



REGULACIÓN Y LEGISLACIÓN

G4-15, G4-FP5, G4-PR6

En Grupo Bimbo, tenemos la visión de ser una empresa con marcas líderes y confiables para nuestros consumidores, por lo cual cumplimos de manera íntegra con el marco regulatorio vigente y buscamos en todo momento la mejora de nuestros productos y procesos. Grupo Bimbo comercializa únicamente aquellos productos que están permitidos por las regulaciones locales y nos apegamos al 100%, a los requerimientos que deben cumplirse por ley.

Durante 2016 lanzamos el “Estándar Bimbo” en el cual se definieron procedimientos y políticas importantes, con las cuales se busca estandarizar procesos de gestión que garanticen lo antes mencionado.

El “Estándar Bimbo”, está conformado por 6 políticas y lineamientos como un enfoque a las Políticas de Aseguramiento de Calidad y Seguridad Alimentaria globales:

- 1.** Política de Codificado de producto: Establece la información más relevante a incluir en el código de empaques en productos terminados, esta información es relevante ya que determina la fecha máxima de consumo en el que estos conservan las características de calidad y/o seguridad alimentaria adecuada para nuestros consumidores.
- 2.** Política de Seguridad Alimentaria y Aseguramiento de Calidad: Es política del Grupo que en cada Organización y planta se tenga un programa relacionado con esta materia.
- 3.** Valores nutrimentales de producto terminado: Proveer los lineamientos para definir los métodos que determinen los valores nutrimentales de los productos, que se incluyan en el etiquetado, y asegurar que estos se lleven a cabo con un procedimiento validado basado en información actualizada y confiable.
- 4.** Buenas Prácticas de Manufactura y Equipo: Establecer los requerimientos mínimos de buenas prácticas de higiene y condiciones sanitarias con el fin de obtener productos seguros.

- 5.** Cumplimiento Regulatorio: Proveer a las Organizaciones de Grupo Bimbo los lineamientos básicos para asegurar el cumplimiento regulatorio.
- 6.** Validación del Diseño de los Productos: Establecer los lineamientos necesarios para validar el diseño de nuestros productos; así como para determinar y monitorear la vida útil de los mismos.

Para asegurar el cumplimiento de los procedimientos establecidos dentro del “Estándar Bimbo”, se fomenta la cultura de autoevaluación del control. Como una medida de control y aseguramiento de implementación de los procesos que dan cumplimiento a los requerimientos locales e internacionales, certificamos a 123 de nuestras plantas bajo algún sistema que cumple los estándares en *Global Food Safety Initiative* GSFI (BRC, SQF, FSSC, entre otros). Este avance representa el 76% del total de nuestras plantas.

El trabajo con instituciones, médicos y expertos, así como autoridades regulatorias en materia de alimentación y salud, es importante para lograr una mejora continua en los perfiles nutrimentales de nuestros productos. Mantenemos alianzas estratégicas con centros de investigación como el CIMMYT (Centro de Investigación Mundial de Mejoramiento del Maíz y el Trigo), institutos reconocidos como el *Whole Grains Council*, *Consumer Goods Forum* y la *International Food and Beverage Alliance* (IFBA). De igual forma, las plataformas de acción en Salud y Bienestar, se conservan alineadas a aquellas definidas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) con la finalidad de adoptar estrategias y mejores prácticas con reconocimiento internacional. Participamos en el Índice de Acceso a la Nutrición (ATNI, por sus siglas en inglés) el cual evalúa la estrategia de los mayores fabricantes de alimentos y bebidas a nivel mundial sobre sus compromisos, prácticas y rendimiento, relacionados con la nutrición. Durante 2015, quedamos posicionados en el sexto lugar a nivel mundial.

ETIQUETADO

G4-DMA Etiquetado de productos y servicios
G4-PR3, G4-PR4, G4-FP4, G4-FP6, G4-FP8

Entendemos que el etiquetado nutrimental, juega un rol clave en la difusión de información esencial de nuestros productos y que es una herramienta importante, para que nuestros consumidores tomen mejores decisiones de compra y consumo. Nuestro compromiso global, es continuar con nuestros esfuerzos en proporcionarles información nutrimental transparente, de fácil acceso y comprensión para alcanzar este fin.

En Grupo Bimbo contamos con una Política Global de Etiquetado Nutrimental, que a su vez se apoya en la revisión de su cumplimiento a través del Bimbo Estándar.

Nuestros compromisos específicos en esta materia, son aplicables al 100% de las categorías de productos del Grupo y son las siguientes:

1. Incorporar en todos nuestros productos, como mínimo, información nutrimental por porción de los nutrientes más importantes en materia de Salud Pública (contenido energético, carbohidratos, azúcares, proteínas, grasas, grasas saturadas, ácidos grasos trans, sodio y cualquier nutriente sobre el cual se lleve a cabo alguna declaración de propiedad). En el caso de que lo anterior no sea posible, debido al espacio en el empaque, nos aseguraremos que esta información llegue a nuestros consumidores a través de otros canales.

2. Continuar cumpliendo en su totalidad, con la legislación y normatividad aplicable al tema de etiquetado, de cada país donde comercializamos nuestros productos.
3. En donde no existan regulaciones aplicables a algún tema, Grupo Bimbo se registrará por regulaciones internacionales (Codex) o por las mejores prácticas entre los diferentes países donde operamos.
4. Incorporar en todos nuestros productos, adicional a la información nutrimental básica, un etiquetado frontal sencillo y comprensible.

Durante 2017, estaremos incorporando en nuestra Política de Etiquetado, lineamientos para la definición de porciones en aquellos países donde no exista una regulación clara en el tema. De igual forma, estaremos verificando el cumplimiento íntegro de la política en las Organizaciones de reciente adquisición (Europa).

Dentro del etiquetado de nuestros productos, incluimos con base a lo definido en el marco regulatorio local aplicable, los ingredientes y aditivos utilizados en su elaboración; de igual forma señalamos de manera clara, la presencia (directa o incidental) de componentes que pueden causar reacciones de alergia o hipersensibilidad en algunos de nuestros consumidores.

Incluimos también una codificación con información mínima necesaria, para indicarles a nuestros consumidores, la fecha límite en la cual nuestros productos conservan las características óptimas de calidad y seguridad alimentaria para ser consumidos. Lo anterior siempre en cumplimiento a la regulación local.



MERCADOTECNIA RESPONSABLE

G4-DMA Etiquetado de Productos y Servicios

ENTENDIENDO A NUESTRO CONSUMIDOR

Anualmente, estudiamos las tendencias, gustos y necesidades de nuestros consumidores en cada uno de nuestros mercados, utilizando herramientas de vanguardia para poder desarrollar e implementar acciones que nos permitan apoyar dietas correctas, siempre en congruencia y respeto de las regulaciones locales de cada uno de los países en los que estamos presentes y aquéllos lineamientos que apliquen de manera global.

Como parte del análisis, realizamos estudios de mercado y análisis de información, orientados a lograr un "Entendimiento Profundo del Consumidor" (EPC), los cuales reforzamos con un enfoque hacia la comprensión de nuestros clientes en los diferentes canales. Dicho enfoque, nos permite entender la evolución de nuestros mercados en diferentes niveles y nos proporciona elementos para responder con mayor precisión a las necesidades y motivaciones de clientes y consumidores.

Durante 2016, realizamos un estudio que abarcó diez países, con el objetivo de explorar los alimentos que el consumidor —en cada uno de ellos— considera como saludable. Una de las variables incluyó

la identificación de las regulaciones y programas locales respecto al tema de salud.

Otro estudio realizado en distintas zonas geográficas, se enfocó en conocer la percepción y variación que tienen los consumidores acerca del término "Bienestar". El resultado nos permitió aprender que el consumidor lo relaciona con experiencias positivas de la vida como: felicidad, relajación, armonía y placer. A su vez, estas experiencias se relacionan con un "estado" de bienestar que puede ser:



• **Físico.** Un estado relacionado con la salud: cuidado del cuerpo, alimentación balanceada y búsqueda de espacios para actividades físicas.



• **Emocional.** Para los adultos representa paz, tranquilidad y seguridad; para los jóvenes relajación, desconexión y descanso.



• **Social.** En las personas adultas, significa una familia nuclear y comidas con amigos; en los jóvenes pares y familia de origen.



• **Entorno.** Para los adultos está enfocado en un tema laboral, es decir tener una economía estable y para los jóvenes, en cuestiones escolares y acceso a desarrollo académico.

Asimismo, llevamos a cabo investigaciones etnográficas cuya importancia radica en entender los hábitos de consumo de una manera más completa, estando presentes en el ambiente en el que el consumidor decide sus productos de manera cotidiana. En estos esfuerzos hemos identificado aspectos relevantes en la oferta de nuestros diferentes empaques y tipo de productos.

Adicionalmente, realizamos estudios de satisfacción del cliente, a través de los cuales definimos los diversos canales de distribución e identificamos sus prioridades para otorgar el mejor servicio. Mantenemos el monitoreo y canales de comunicación abiertos tanto telefónico como en redes sociales, que nos ayudan a complementar la información que obtenemos directamente de las expresiones del consumidor y los clientes.

Estos esfuerzos permitirán desarrollar una comunicación mejor dirigida, que genere un impacto más eficiente en las sugerencias, consejos y medios con los que nos acercamos a nuestros consumidores y clientes, y así promover mejor los estilos de vida saludable.

PUBLICIDAD RESPONSABLE

G4-DMA Comunicaciones de Mercadotecnia
G4-PR7

En Grupo Bimbo contamos con un Código de Ética en donde nos comprometemos a que todas nuestras campañas publicitarias sean veraces y promuevan el fortalecimiento de los valores éticos universales; entendiendo por éstos, la unidad familiar, la integridad física y emocional de las personas, el respeto por los derechos universales de los niños, el respeto por las personas con necesidades especiales, de la tercera edad o de cualquier etnia o condición social. Por esto, procuramos anunciarnos en los programas que reflejan un enfoque positivo a la moral, las diferencias étnicas, religiosas o políticas.

Adicionalmente, firmamos compromisos en materia de publicidad dirigida a niños menores de 12 años, ante la Organización Mundial de la Salud, a través de la *International Food and Beverage Alliance* (IFBA). Por medio de nuestros compromisos en publicidad infantil, aseguramos que ésta cumple con los más altos estándares internacionales en prácticas de mercadeo sustentable, promueve estilos de vida saludable, así como mensajes de adopción de buenos hábitos alimentarios entre nuestros consumidores.



PROMOCIÓN DE ESTILOS DE VIDA SALUDABLE

G4-DMA Salud y Seguridad en el trabajo
G4-FP4

En Grupo Bimbo, tenemos el compromiso de promover estilos de vida saludable entre nuestros consumidores y colaboradores, con este fin hemos fomentado alianzas y desarrollado herramientas que nos permitan incidir en el cambio de hábitos y patrones de alimentación evidenciando los beneficios tangibles que esto conlleva.

CONSULTAS DE NUTRICIÓN

Ocupados por la salud y bienestar de todos nuestros colaboradores, durante 2016 brindamos consultas personalizadas de nutrición en diferentes centros de trabajo en la Ciudad de México, Toluca y otras ciudades del Estado de México, con la finalidad de brindar asesoría nutrimental a nuestros colaboradores y promover estilos de vida saludable, relacionados con la mejora de su alimentación.



 **432.4 vs 291.9**

Kilogramos perdidos
2016-2015 **48%** más

Pacientes atendidos

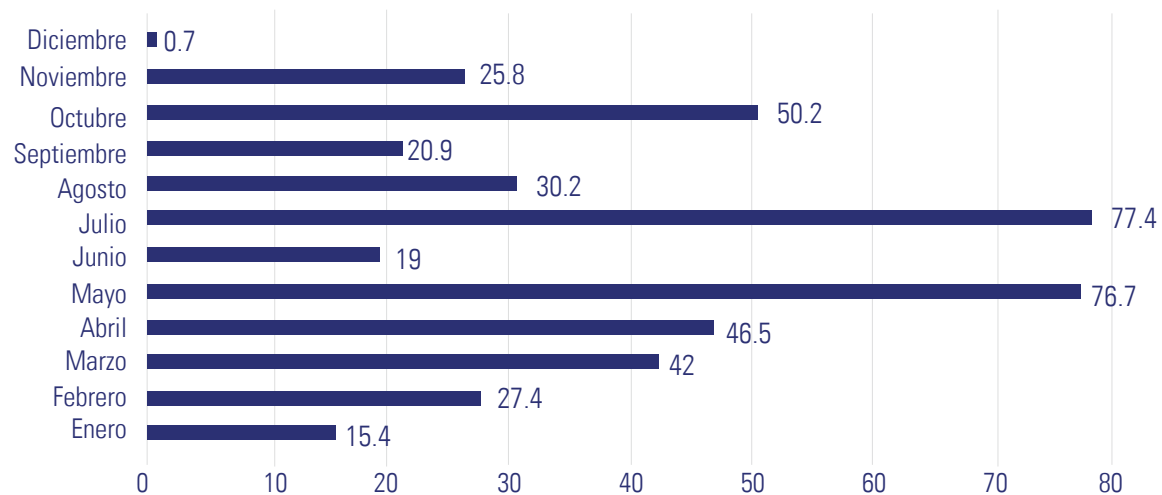
Este año atendimos de manera personalizada a 457 pacientes, 128 más en comparación con 2015 e incrementamos un 38% nuestro número de consultas llegando a 1,865 en comparación con 1,357 del año anterior.

Indicador	2015	2016	Diferencia (#)	Diferencia (%)
Número de consultas	1,357	1,865	508	38%
Número de pacientes	329	457	128	38%



Resultados 2016

Kilogramos Perdidos



En 2016 se registró una pérdida total de 432.4 kilogramos entre los pacientes que acudieron al servicio de Consultas de Nutrición.

**13% (457) de un universo de 3539 colaboradores totales.*

PROGRAMA DE “COMEDORES SALUDABLES”

A través de la iniciativa estratégica de Salud y Bienestar en conjunto con nuestro modelo de Seguridad, buscamos consolidarnos como un lugar extraordinario para trabajar, poder generar mayor conciencia y participación de nuestros colaboradores y sus familias en la adopción de prácticas saludables, así como contar con colaboradores más informados, fomentando mejorar su calidad de vida.

Como parte de las mejoras de los diferentes espacios en nuestros centros de trabajo, en 2009 iniciamos el programa de “Comedores Saludables”, el cual se ha mantenido vigente hasta la fecha. Su finalidad es la de proveer información en temas de nutrición, además de participar activamente en el desarrollo de recetas saludables. Los esfuerzos incluyen la meta de incrementar el consumo de frutas y verduras que aporten los nutrientes saludables necesarios; además de realizar certificaciones y re-certificaciones.

El programa contempla que en todos los comedores de Grupo Bimbo ofrezcamos menús atractivos y saludables que sean bajos en sodio y azúcares. En la elaboración de los alimentos, se recomienda el empleo de métodos de cocción bajos en grasa o preferentemente con sustitutos que la eviten.

En México alcanzamos el siguiente resultado en la apertura, certificación y recertificación de comedores saludables:



24 certificados

vs 15 en 2015

8 re-certificados

vs 10 en 2015

25 subsidiados

vs 21 en 2015

35 comedores

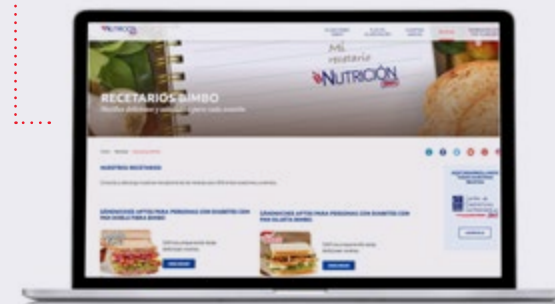
en total vs 34 en 2015

PÁGINA WEB DE NUTRICIÓN

G4-FP4

1'656,320
vs **734,290**

visitas a nuestra página
2015-2016
incremento de 125%



El objetivo de nuestra página es brindar información actualizada, veraz y responsable sobre salud, nutrición y bienestar a nuestros diversos grupos de interés. En ella compartimos orientación alimentaria, además de beneficios nutrimentales de nuestras marcas y categorías. A través de distintos contenidos como artículos sobre salud y bienestar, planes de alimentación, nutriólogos en línea y recetas para distintos momentos de consumo, compartimos artículos sustentados con evidencia científica que mantienen informado al consumidor en temas relevantes sobre la materia.

Además del sitio web, Nutrición Grupo Bimbo tiene presencia en Facebook, Twitter, Pinterest, YouTube e Instagram.

Para mayor información visite:
www.nutriciongrupobimbo.com

 **330,531**
vs **282,973**
seguidores en Facebook
2016-2015



VISITAS MÉDICAS

En México implementamos desde hace varios años un programa de visita médica, con la finalidad de compartir con profesionales de la salud, los perfiles nutrimentales de nuestros productos y como éstos pueden integrarse dentro de una dieta correcta.

En 2016 visitamos a 4,320 médicos en el Valle de México clasificados en cuatro especialidades:

Médicos Generales, Nutriólogos, Gastroenterólogos y Endocrinólogos, logrando identificar recordación del beneficio principal de nuestras marcas durante la segunda visita.

PRESENCIA EN CONGRESOS

En 2016 con el objetivo de compartir información relevante en temas de salud y nutrición de nuestras marcas estuvimos presentes en los siguientes congresos:

- AMMFEN (Asociación Mexicana de Miembros de Facultades y Escuelas de Nutrición, A.C.) llevado a cabo durante el mes de abril en Guatemala.
- XXVII Congreso Nacional de la Federación Mexicana de Diabetes, A.C. (FMD), celebrado en la Ciudad de México durante el mes de mayo.
- XVII Congreso de la Asociación Mexicana de Pediatría, A.C., llevado a cabo en la CDMX durante el mes de julio.
- XIII Curso de obesidad del Instituto Nacional de Nutrición y Ciencias Médicas Salvador Zubirán (INNCMSZ) celebrado en la CDMX en el mes de septiembre.
- Día mundial del corazón; siendo la única empresa de la industria de alimentos y bebidas participante en este importante evento llevado a cabo en la CDMX durante el mes de octubre.
- Congreso Nacional de Gastroenterología, en Mazatlán, Sinaloa durante el mes de noviembre.

ACTIVACIÓN FÍSICA

G4-S01, G4-FP4

FUTBOLITO BIMBO

Desde 1959, organizamos este torneo para niños y niñas de México. Durante 2016 celebramos su edición número 54, contando con la participación de 77 mil niños y niñas de 5 países: Chile, Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Estados Unidos y México. Como parte del premio realizamos un partido amistoso entre los equipos ganadores de México y Estados Unidos en la ciudad de Filadelfia.

Futbolito Bimbo continúa cumpliendo y superando su objetivo de promover entre los niños y niñas, el buen hábito de la activación física y estilos de vida saludable. Además, es una herramienta de promoción de dietas correctas a través de pláticas y el fomento a los valores como son el trabajo en equipo, compañerismo, juego limpio y respeto, entre muchos otros.

 **77 mil**
niños y niñas
de 5 países



GLOBAL ENERGY

Como parte de nuestro compromiso con la sociedad, realizamos por segundo año consecutivo esta carrera familiar, con el objetivo de fomentar la adopción de un estilo de vida más activo y saludable, poniendo en movimiento a las familias del mundo.

Global Energy 2016

 **79 mil**
corredores

 **21**
países

 **36**
ciudades

 **3,5 y 10**
kilómetros recorridos

Este año, *Global Energy Race* obtuvo el Record Guinness al ser la carrera de 10km con el mayor número de ciudades participantes en un mismo día.

La edición 2016 fue una carrera con causa para Grupo Bimbo ya que, gracias a la participación de miles de familias, donamos más de 1 millón de rebanadas de pan a nivel global, a bancos de alimentos, distribuidas en cada una de las ciudades sede. Asimismo, desarrollamos programas que acompañaron a los corredores durante el entrenamiento e incluyeron preparación física, consejos

sobre hábitos saludables y motivacionales. Para difundir el evento, utilizamos todas las plataformas de comunicación digital que tenemos disponibles y lo complementamos con acciones locales de comunicación.

En Grupo Bimbo, convocamos a todos los colaboradores y sus familias a participar en dicha carrera, a través de un esquema de descuento y promociones. Los dos colaboradores (hombre y mujer) que tuvieron el mejor tiempo a nivel mundial, en el formato de 10 km, obtuvieron el pase directo a la *Global Energy Race* de Bimbo 2017 en Beijing, incluyendo el pase para un acompañante.

En 2017, repetiremos el evento y nuestra meta es alcanzar los 120,000 participantes con presencia en 22 países y 38 ciudades.





MÁS ACCIONES GLOBALES

En los diversos países donde tenemos operaciones, llevamos a cabo eventos locales que incluyeron la realización de campañas de comunicación patrocinadas por nuestras marcas, para promover estilos de vida saludable y acciones en pro de la salud. Estas campañas son propias de marcas con perfiles saludables.

IBERIA

- Plan HAVISA. Mensajes saludables en comunicación masiva en TV.

En Latinoamérica:

PERÚ

- Campañas integrales BIMBO, incluyendo programas hacia nutricionistas y realizado de muestreo.

URUGUAY

- Lanzamiento de Campaña “Verano 0% con Bimbo Cero”. Se creó un pan de pita con fibra activa, el cual contó con apoyos de radio, medios digitales y materiales en puntos de venta incluyendo degustaciones.

CHILE

- Programa “Alimenta tu día”.
- Lanzamiento de línea de panes “Ideal Estar Bien”.

MÉXICO

- Elaboramos 30 planas con información en temas de salud y nutrición, en televisión, periódico y entrevistas a nutriólogas.
- Realizamos campañas de Televisión, Punto de Venta y plataformas Digitales resaltando y comunicando los beneficios de ingredientes funcionales, sumando a la construcción de percepción saludable hacia los consumidores a través de: Pan Blanco, Pan Integral, Pan Cero Cero, Pan Linaza, Pan Silueta, Tortillas Integrales de Tía Rosa, y Sanísimo.
- Para Actividad Física, tuvimos presencia en Televisión y Digital para Global Energy y Fútbolito Bimbo.
- A través de las principales plataformas informativas se comunicaron las aportaciones y beneficios que ofrece el consumo del pan y su rol en una dieta correcta.

PLANETA

**UNA EMPRESA SUSTENTABLE:
POR NUESTRO PLANETA**



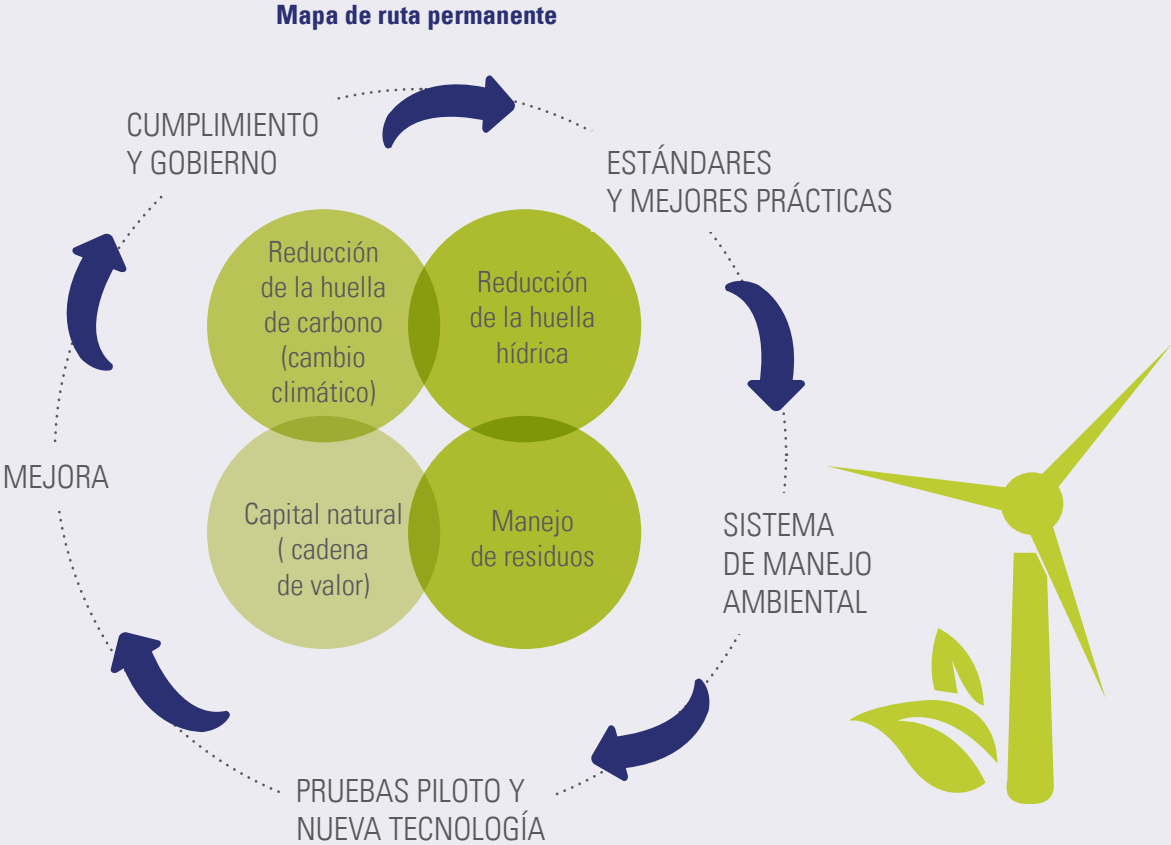
LIDERAZGO EN CAMBIO CLIMÁTICO

G4-EC2

El desarrollo global basado en la conciencia ambiental, es hoy uno de los principales retos que afronta el mundo en general.

La pasión que sentimos por nuestro planeta, es un fuerte motivador para impulsar acciones integrales que contribuyan con su conservación, al mismo tiempo que continuamos la mejora y desarrollo de nuestro negocio. Con el paso del tiempo, hemos aprendido y aplicado acciones y tecnologías reconocidas como mejores prácticas, mismas que nos permiten construir una empresa sustentable, que se mantenga en franco progreso, al mismo tiempo que cuida el entorno.

El diálogo con nuestros grupos de interés, ha permitido perfeccionar el modelo y sumar algunos aspectos que resultan de especial relevancia para el sector al que pertenecemos, para aterrizarlo de la siguiente manera y configurar así el camino que debemos seguir.



Nuestra convicción está basada en principios y valores. Esto garantiza que nuestro actuar sea genuino y tenga como meta la generación de un impacto tangible en la reducción de la huella ambiental.

Una forma de demostrarlo, es a través de las certificaciones. A través de ellas, nos apegamos a estándares que dan fe sobre las acciones que son una realidad y están en funcionamiento actualmente. En México, 32 de nuestras plantas forman parte y han sido certificadas por el Programa Nacional de Auditoría Ambiental (PNAA), denominado Industria Limpia y coordinado por la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA). Las empresas se hacen acreedoras a la certificación de este programa cuando demuestran el cumplimiento satisfactorio de los requerimientos establecidos en la Ley General de Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente en Materia de Autorregulación y Auditorías Ambientales, Continuamos en el camino para lograr que todas nuestras operaciones en México cuenten con este reconocimiento.

A su vez, nuestra planta en Villahermosa, Tabasco, y la de Atitalaquia, Hidalgo, en México, generaron el compromiso de obtener el Certificado de Excelencia Ambiental de PROFEPA en el nivel 2 de Desempeño Ambiental (NDA2). El compromiso deriva de una invitación directa del organismo gubernamental, además del reconocimiento en excelencia ambiental a la planta Villahermosa por el buen desempeño ambiental que ha mostrado entre 2014 y 2016.

En Europa, 3 plantas fueron certificadas bajo la serie de normas ISO:14001, garantizando el cumplimiento al sistema de gestión que complementa nuestro modelo y que integra los estándares universales de Grupo Bimbo en cuidado ambiental y eficiencia productiva.

En Reino Unido, nos hicimos acreedores al premio "Rotterdam Energy Award Winner" en la categoría de "Impacto en energía eléctrica" (*Lightning Energy Impact Award*), por los ahorros en energía eléctrica, que además fueron certificados bajo la norma ISO 14001.

El reto que tenemos de frente para alcanzar los mejores estándares en todas nuestras plantas, todavía es grande. Sabemos que, para lograrlo, debemos de mantenernos alertas a las opciones de tecnología que aporta el mercado o, en ocasiones, a ir más allá.

Nuestra filosofía nos hace creer y crear y por eso, fomenta una mentalidad ganadora, que nos permite la exploración de alternativas y planes para concretarlos cuando el mercado está todavía preparándose para ofrecer alguna opción. Es así, como en Grupo Bimbo, no solamente adaptamos nuestro negocio a las tendencias, sino que desarrollamos tecnología para acoplarla a una empresa que vive la sustentabilidad y la lleva en sus genes.

REDUCCIÓN DE HUELLA DE CARBONO (CAMBIO CLIMÁTICO)

G4-EN3

Para lograr dicha reducción, hemos desarrollado un plan integral que se complementa cada año con nuevas acciones. Lo primero fue conectar nuestra operación en México, al parque eólico Piedra Larga, el cual, ahora alimenta de energía eléctrica renovable, a 52 instalaciones, a 131 centros de ventas, 57 sucursales de El Globo, 2 centros de distribución y el edificio de oficinas corporativas. A través del parque, generamos 825,732 GJ de energía limpia, lo que equivale a dejar de producir 104,400 toneladas de CO₂e. Si ejemplificáramos con una metáfora, esta reducción es similar a sacar de circulación a más de 25,000 automóviles*, en un año.

*Este ejemplo considera un recorrido anual de 20,000 kms por automóvil con un rendimiento de 11 Km/l y un consumo anual de 1818.18 litros. El valor de CO₂e emitido por vehículo se estima que sea de 4.13 TCO₂e.

El siguiente paso fue aprovechar la energía eólica en nuestra flotilla vehicular. De esta manera, incorporamos vehículos eléctricos e incorporamos un sistema de gestión en nuestras operaciones, que permitiera una mejor eficiencia del uso de los recursos.

FLOTILLA SUSTENTABLE

G4-DMA Transporte
G4-EN27

Desde 2012, hemos desarrollado vehículos eléctricos a través de nuestra subsidiaria Moldex, en México. Iniciamos con la conversión de 73 unidades convencionales a eléctricos y ahora contamos con más de 350 vehículos distribuidos en cuatro centros de venta (Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara).

En 2015, con el favorable avance de nuestro proyecto de fabricación de autos eléctricos, se integró a la flota un nuevo tipo de vehículo de distribución con capacidad de carga de una tonelada y autonomía para 100 kilómetros. A principios de 2016, llevamos a cabo mejoras de funcionamiento de este transporte, logrando incorporar 17 unidades a la distribución en las rutas de Guadalajara, México.

La experiencia que hemos adquirido en la fabricación, diseño e innovación de vehículos eléctricos, nos permitió trabajar en colaboración con el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) y la empresa GIANT Motors Latinoamérica, la cual tiene la meta de desarrollar un vehículo eléctrico de transporte público denominado "taxi" con una autonomía de 150 km y velocidad máxima de 100 km/h, para uso urbano. Este proyecto es un encargo de la Secretaría de Ciencia y Tecnología e Innovación de la Ciudad de México (SECITI) y actualmente estamos en la etapa de desarrollo del prototipo.

De igual manera, para finales de 2017, se terminará el desarrollo de un chasis de la marca BAJAJ que permitirá crear automóviles eléctricos destinados a las actividades de los supervisores de Grupo Bimbo.

CONTROL DE FLOTILLAS

G4-EN30
G4-DMA Transporte
G4-DMA Emisiones

En Grupo Bimbo sabemos lo importante que es llevar un control de nuestra flota para incrementar el impacto positivo al medio ambiente y disminuir las emisiones de CO₂e. Por ello, utilizamos un sistema para la recolección de información, donde se consideran la cantidad de vehículos eléctricos, de diésel y gasolina que operan en cada Centro de Ventas (CEVE), así como el número de vehículos a gas natural en la flota secundaria y su respectivo rendimiento de combustible. También se registra la descripción de los equipos que se tienen para lograr una reducción y mejor aprovechamiento del agua.

Con la información recabada, obtenemos los cálculos de porcentajes del rendimiento y de la reducción de emisiones, buscando acciones que mejoren dichos porcentajes. El resultado de esta mejora en el último año fue un incremento del 5% en el rendimiento de toda la flota de Grupo Bimbo.

Rendimiento [km/l]		
Tipo de combustible	2015	2016
Diésel	4.694059945	4.96106979
Gas LP	3.984049928	3.75436801
Gasolina	5.074315168	5.24946695
Total general	4.826031176	5.06224233



Aunado a esta iniciativa, se ha trabajado en establecer una metodología para calcular el consumo de combustible por ruta de distribución, teniendo un mejor control y por ende una mejora en rendimientos.

G4-EN27

La posibilidad de que fabriquemos nuestros propios vehículos eléctricos, permitió la creación de Centros de Venta Ecológicos, es decir, espacios de gestión comercial, que integran características como: captación de aguas pluviales, lavado de vehículos con agua tratada, incorporación de vehículos eléctricos, electricidad proveniente del parque eólico, muros verdes, iluminación natural, entre otras. Actualmente contamos con 4 centros de venta ecológicos que abarcan 13,797.75 m³ y, en conjunto, alcanzan una disminución de 1,177.79 toneladas de CO₂e anuales.

G4-EN4, G4-EN27

Continuamos fortaleciendo las alianzas con compañías de automotores para encontrar tecnologías de uso eficiente como es el caso del gas natural, diésel y gasolina. En este sentido, hemos podido medir nuestras emisiones y también la de los vehículos de terceros, obteniendo los siguientes resultados:



Propios			
Tipo de combustible	Suma de GJ	Suma de MT CO ₂ e	Suma de Kilómetros
Gas Natural	62,111.72	3,466.49	7,147,358.57
Diésel	4,423,089.98	319,152.91	576,523,751.57
Gas LP	35,077.38	2,221.86	5,303,005.82
Gasolina	2,524,158.28	168,442.55	383,689,219.25

Terceros		
Tipo de combustible	Suma de GJ	Suma de MT CO ₂
Gas Natural	105,832	5,948.90
Diésel	3,465,172	250,161.67
Gas LP	222	14.37
Gasolina	12	0.79
Total general	3,571,238	256,125.73



Entre otros proyectos, en México, hemos llevado a cabo la instalación de filtros de partículas en los vehículos, lo cual reduce significativamente las emisiones al ambiente, con una mayor eficiencia en el rendimiento de los combustibles. Otra de las acciones fue la incorporación de 40 tractocamiones habilitados con tecnologías Euro 3, Euro 4 y Euro 5 Sistemas de post-tratamiento de los gases de escape con Urea transformando el óxido de nitrógeno (NOx) en nitrógeno y vapor de agua, reduciendo significativamente los niveles de emisiones contaminantes.

En 2016, en las operaciones de México, se completó un rediseño de procesos de gestión de la cadena de suministro para incorporar una visión sustentable. El objetivo es lograr una mayor eficiencia y orientarla hacia un incremento de valor en la operación, que reduzca, tanto el número de transportes, como los kilómetros que recorren. Con ello, pretendemos incrementar la vida útil de nuestros vehículos y reducir la huella de carbono que generan.

Gracias a estas innovaciones y contribuciones a través de la flota vehicular, nos hemos hecho acreedores por 5º año consecutivo, al reconocimiento del programa Transporte Limpio en México. Este programa es voluntario y busca que, tanto el transporte de carga como el de pasaje, sean más eficientes, seguros, competitivos y amigables con el medio ambiente y nos ha permitido identificar buenas prácticas para buscar la réplica a nivel Grupo Bimbo.

En nuestra flota de Estados Unidos, hemos adquirido y convertido tracto camiones a gas natural y gas L.P. tanto en distribución primaria y secundaria.

ENERGÍA

G4-DMA Energía
G4-EN6

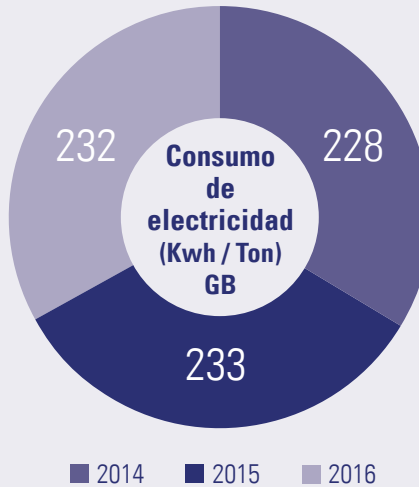
Debido a la naturaleza de nuestras operaciones y el sector de la industria al que pertenecemos, la reducción en el consumo de energía es otro de los temas prioritarios en materia de sustentabilidad.

Alcanzar estos resultados, implicó una trayectoria de más de 10 años. Los primeros proyectos comenzaron en nuestras plantas, con la incorporación de tecnologías que debieron demostrar su efectividad antes de replicarse como parte del modelo ambientalmente sustentable.

Para reducir la huella de carbono, nuestro modelo se concentró en la reducción de energía eléctrica y térmica.

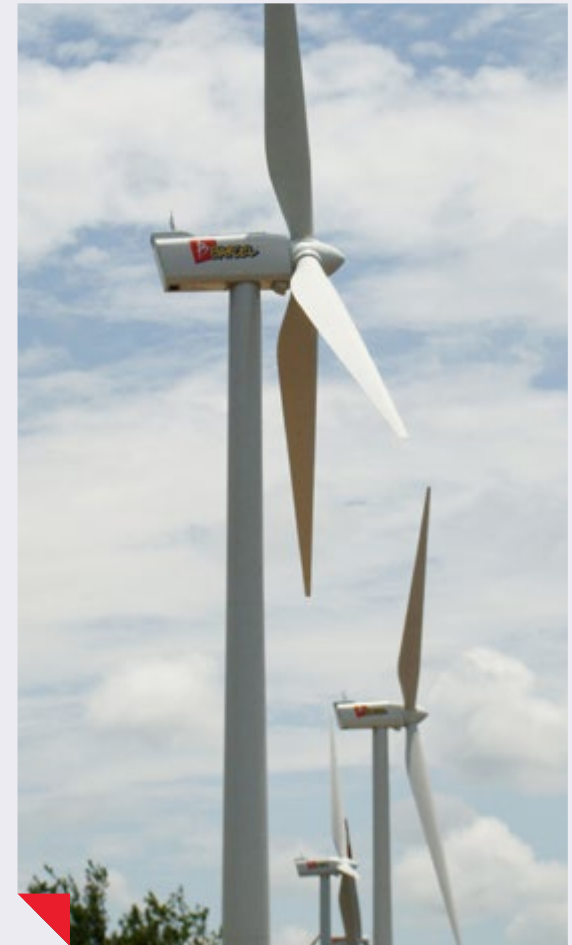
En concordancia con nuestro modelo, nuestras operaciones están trabajando en las siguientes iniciativas e innovaciones:

- Reducción de equipo inactivo y uso de controladores lógicos programables (PLCs)
- Utilización de capacitadores eléctricos para mejorar el factor de potencia
- Sustitución de motores por aquellos de alta eficiencia
- Uso de variadores de frecuencia en motores
- Sustitución de iluminación tradicional a tecnología LED
- Colocación de inversores en bandas transportadoras
- Sustitución de aplicaciones de aire comprimido por aire de sopladores de alta eficiencia
- Empleo de iluminación natural



Nuestras operaciones en Brasil lograron una reducción en su consumo energético de más de 14% respecto al año anterior, en acciones como las mencionadas.

En las operaciones de México y Estados Unidos hemos mantenido nuestro desempeño al mismo nivel pese al crecimiento en ambos países.



Consumo indirecto de electricidad

Grupo Bimbo en GJ	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Consumo total indirecto de electricidad de proveedores	2,260,513.13	2,271,171.27	3,072,959.12	2,473,933.00	1,932,634	3,099,895	2,958,957
Energía Eólica	0	0	136,185.58	758,391.86	678,441	799,490	825,732
Total	2,260,513.13	2,271,171.27	3,209,144.70	3,232,324.86	2,611,075	3,899,385	3,784,689

ENERGY STAR

En Estados Unidos, hemos continuado nuestra participación en el programa Energy Star, el cual es voluntario y avalado por la Agencia de Protección Ambiental de ese país (EPA). Nuestra empresa, fue de las primeras en obtener esta certificación en la industria de alimentos en la categoría de pan y bollería comercial. Con esta iniciativa, alcanzamos un ahorro de 14,365 toneladas CO₂e.

Asimismo, 9 plantas se mantienen vigentes en los programas *The Challenge for Industry* (El Reto para la Industria) y el *Energy Performance Indicator for*

the Baking Industry (Indicador de Desempeño Energético para la Industria de Panificación).

G4-EN6

Adicional a ese programa, varias plantas de ese país, alcanzaron una reducción energética con la instalación de focos LED, con lo cual logramos un ahorro de 3,015,831 kWh durante el año.

Concluimos un proyecto de instalación de celdas solares sobre áreas de estacionamiento y en la azotea de la planta de Escondido, California. Con este

sistema, se produce el equivalente al 32.2% de la energía eléctrica que utiliza la planta, lo cual genera importantes ahorros en emisiones al ambiente.

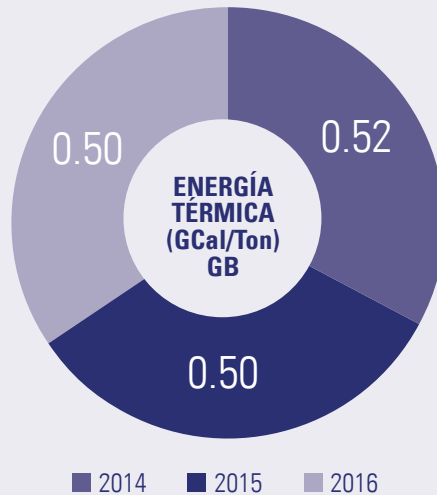
En nuestra planta de Mexicali en México se aprovechó el acceso peatonal y las pasarelas de la planta para instalar una estructura con celdas fotovoltaicas, generando energía eléctrica aprovechando la energía solar de 10 horas diarias promedio en verano.



G4-EN16, G4-EN17, G4-EN27

Consumo de Energía							
Grupo Bimbo en GJ	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Gas natural en plantas	6,308,151.37	6,095,813.33	8,038,092.18	8,124,528.58	6,216,706	8,217,035	8,502,842
Gas LP en plantas	424,985.32	465,626.59	453,960.32	464,720.13	419,313	590,921	611,796
Diésel en plantas	62,086.06	66,603.61	24,866.67	13,827.22	52,185	60,851	48,587
Otros combustibles en plantas (gasolina)	97,950.19	74,638.08	92,566.54	120,108.49	110,792	118,370	139,339
Subtotal en plantas (GJ)	6,893,172.94	6,702,681.61	8,609,485.71	8,723,184.42	6,798,996	8,987,177	9,302,564
Gas natural en vehículos	-	-	-	122.58	2,805	21,204	62,112
Gas LP en vehículos	89,991.08	66,080.26	44,759.30	25,692.52	23,022	28,445	35,077
Diésel en vehículos	6,145,778.60	6,315,369.12	9,650,926.42	6,461,792.57	4,548,479	4,680,394	4,423,090
Gasolina en vehículos	1,933,510.29	1,984,229.19	2,108,443.12	2,135,382.42	2,057,527	2,419,516	2,524,158
Otros combustibles en vehículos (etanol)	0	0	0	0	236	51	0
Subtotal en vehículos (GJ)	8,169,279.97	8,365,678.57	11,804,128.84	8,622,990.09	6,632,069	7,149,609	7,044,437
Gas natural en vehículos tercerizados						111,140	105,832
Diésel en vehículos tercerizados	0	0	0	0	860,009	3,506,800	3,465,172
Gas LP en vehículos tercerizados							222
Gasolina en vehículos tercerizados							12
Subtotal en vehículos tercerizados (GJ)	-	-	-	-	860,009	3,617,940	3,571,238
Consumo directo de energía de fuentes primarias no renovables (adquiridas)	15,062,452.91	15,068,360.18	20,413,614.55	17,346,174.51	14,291,074	19,754,726	19,918,239

G4-EN3, G4-EN4



En el consumo de energía térmica logramos un ahorro del 4% en la operación de Barcel y un poco más de 9% en Brasil.

Para la reducción de consumo de gas, en nuestras operaciones contamos con guías para la implementación de iniciativas y replica de buenas prácticas. Las innovaciones más relevantes este año y que posteriormente serán replicadas en otros centros de trabajo son:

- Instalación de dos sistemas de recuperación de calor de hornos en Hamilton, Canadá. Uno de ellos se instaló en la línea de producción de pan de caja y el otro en la línea de bollería, con lo que se evitó la instalación de un calentador en la

planta, reduciendo así el consumo de gas. Esto permitió la obtención de una certificación LEED.

- En México, se realizó un programa piloto en el aprovechamiento de agua caliente, generada por el recuperador de gases y vapores de los freidores para el pre calentamiento de agua.
- En las operaciones de México se inició el proyecto de planta libre de calderas mejorando los usos de vapor dentro de las plantas.
- En una de nuestras plantas en Islas Canarias, se sustituyó el Propano por Gas Natural licuado, lo cual generó ahorros de hasta el 11.5% de energía utilizada.



MANEJO INTEGRAL DE RESIDUOS

G4-DMA Efluentes y residuos
G4-DMA Productos y servicios
G4-DMA Materiales
G4-EN27

Una de las grandes afectaciones que actualmente sufre nuestro planeta, se deriva de la generación de residuos. En las últimas décadas, la tecnología para el reciclaje y la reutilización de materiales, ha permitido generar un cambio de mentalidad respecto a lo que popularmente se conoce como basura. En Grupo Bimbo entendemos el impacto que tienen los rellenos sanitarios y por eso, nos hemos comprometido a buscar alternativas con las que aprovechemos mejor los recursos y, por otro lado, mejoremos nuestros procesos de reciclaje de los materiales que utilizamos.

El aprovechamiento adecuado de recursos comienza con una optimización que permita utilizar menos insumos en nuestros procesos. En este sentido, hemos implementado diversas acciones que fomentan un cambio tanto en nuestra forma de pensar, como en la actuación diaria.



ESTRATEGIA DE RESIDUOS GRUPO BIMBO



MANEJO DE EMPAQUES POST-CONSUMO

Adicional a la reducción de calibres, en 2016, en México, se inició una colaboración en conjunto con ECOCE una empresa de recolección y reciclaje, aprovechando la experiencia que tienen para el manejo de residuos, nos sumamos a su proceso para asegurar que en 2020 ninguno de nuestros empaques termine en rellenos sanitarios y que estos serán utilizados como materias primas en la elaboración de otros productos.

El proceso de ECOCE tiene beneficios integrales que incluyen:

- » Campañas de Comunicación para promover la separación y recolección de empaques.
- » Programas de educación ambiental para fomentar un manejo y disposición adecuada de los residuos.

- » Eco-Etiquetado. Promoción de un marco legal responsable que fomenta el reciclaje y la protección del medio ambiente.

Este tipo de ejercicios ayuda a la promoción de la industria del reciclaje con la finalidad de que los consumidores se sumen a las brigadas de acopio.

.....
G4-EN2

MANEJO DE MATERIALES ANTES DE SALIR AL CONSUMIDOR

La utilización de empaques es fundamental para mantener la seguridad e inocuidad de los productos que ofrecemos a los consumidores. A través de un trabajo de investigación continua, hemos incorporado nuevas tecnologías que nos permiten reducir el calibre de las envolturas, al mismo tiempo que mantenemos los más altos estándares de seguridad en alimentos. Con ello, tan solo en 2016, se alcanzó una reducción de 55,068 toneladas de plástico a nivel Grupo Bimbo y

desde 2010, hemos evitado la utilización de más de 2 millones de kilogramos de plástico destinado a empaques.

Otro beneficio derivado de la investigación, ha sido la estandarización de calibres y el uso de materiales de los que se componen los empaques. Puesto que los ingredientes con los que se formulan los productos son diferentes y determinan las características que debe de tener el empaque para su correcta conservación, utilizábamos distintos materiales y calibres. Ahora, esta estandarización, permite un ahorro sustancial tanto el uso del plástico, como en la huella de carbono para producirlos.

La tecnología implementada actualmente en los empaques nos permite ajustar el tamaño requerido para proteger al producto. Con esta mejora, redujimos el área del empaque sin afectar la integridad física del consumible.

G4-EN1, G4-EN23, G4-EN28

Durante el período comprendido entre noviembre de 2015 y octubre de 2016 realizamos un total de compras de 209,230 toneladas de materiales; 134,289 de ellas son consideradas como parte del material renovable dirigido a empaque. Este número representa una proporción de materiales renovables de 64.18% del total.

Una de las innovaciones que se han puesto a prueba y que esperamos utilizar uniformadamente en nuestras operaciones durante 2017 en México, es el uso del arnés logístico. Este arnés es una especie de cinturón, reutilizable, que permite eliminar el uso de la película plástica de polietileno para embalaje y traslado de nuestro producto terminado.



INSUMOS

G4-EN2

En Grupo Bimbo estamos comprometidos con el uso de empaques y envolturas amigables con el medio ambiente, así como el debido cumplimiento con los estándares de calidad e imagen establecidos. Por ello, en El Globo, actualmente utilizamos cuatro diferentes tamaños de charolas elaboradas con fécula de maíz, para el embalaje del pan, que en su momento sustituyeron a las charolas de plástico.



En el período noviembre 2015-octubre 2016, los empaques reciclados suman **92,065 toneladas**, es decir, el 44% del total de nuestros empaques.

Continuamos nuestro proceso de transformación para incrementar el porcentaje de materiales reciclados, para así fortalecer nuestra estrategia sustentable y reducir nuestra huella derivada de este factor.

ESTRATEGIA DE RESIDUOS

ECORA, ELEMENTOS DE DISEÑO

G4-EN2

A finales de 2014, a través de nuestra subsidiaria Moldex, iniciamos la producción de un material alternativo, con características ecológicas, que sirviera como un sustituto al uso de madera.

En 2015, lanzamos un material elaborado a partir de residuos de plástico provenientes de nuestras plantas en México y con el cual desarrollamos la marca-ECORA-. Su fabricación se basa en la producción de placas de plástico reciclado que pueden usarse en construcción, interiores y diseño industrial como revestimiento de pisos, muros y muebles, materiales que utilizamos durante la remodelación de nuestras oficinas corporativas en la Ciudad de México.

El sustituto ecológico de la madera que utilizamos está catalogado como “no tóxico”, resistente al fuego y a la descomposición; es duradero, resistente a impactos, de bajo mantenimiento y baja absorción de agua.

Nos concentramos también en la mejora de la formulación del material ECORA, probando con opciones de plásticos diferentes como PVC virgen y PVC reciclado. El PVC reciclado utiliza la merma de nuestro proceso Moldex de extruidos. Como resultado obtuvimos un mejor producto para uso a

la intemperie, que puede ser utilizado para pisos en terrazas y para forro de muros.

Con la finalidad de promover estas innovaciones, participamos en diversos eventos, como Expo CIHAC la cual tuvo lugar en Guadalajara en el mes de marzo. Además, probamos la resistencia al exterior, al participar en una iniciativa de señalética para bosques denominado “Proyecto Desierto de los Leones”, cuya producción se llevará a cabo en 2017.

Cero residuos a Relleno Sanitario

A lo largo de nuestras operaciones a nivel global, hemos alcanzado un 56% de reciclaje sobre el total de residuos que generamos. En algunas regiones, hemos alcanzado superar el promedio y logrado resultados mayores al 90%, como es el caso de Estados Unidos, México, Sudamérica e Iberia; dentro de estas operaciones tenemos algunos casos de éxito con cero residuos a relleno sanitario:

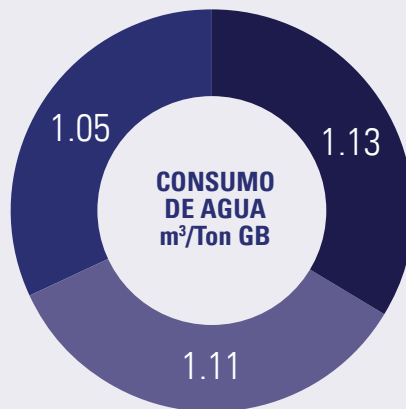
- En 2015, Reino Unido fue acreedor a los reconocimientos *Zero Waste Award* y *Let's Recycle Platinum*
- En México, 3 planta son cero residuos a relleno sanitario.
- En Estados Unidos, 15 plantas utilizan Waste to Energy, logrando con este proceso la mitigación de 999 toneladas de gases de efecto invernadero y generando 549,450 kWh.

REDUCCIÓN DE HUELLA HÍDRICA

G4-DMA Agua
G4-EN8

En Grupo Bimbo entendemos la importancia que tiene el agua para la vida y lo tomamos muy en serio. Por ello, trabajamos por reducir el consumo del vital líquido y buscamos complementar el uso responsable con alternativas de reuso y tratamiento que nos permitan regresarlo a la naturaleza en las mejores condiciones para la vida de la flora y la fauna del planeta.

Nos sentimos orgullosos de que las acciones que hemos tomado han rendido frutos adecuadamente. En los últimos 5 años, hemos mostrado un crecimiento exponencial, y, sin embargo, nuestra huella hídrica se ha mantenido estable e incluso disminuido.



■ 2014 ■ 2015 ■ 2016

Derivado de las buenas prácticas para ahorro de agua logramos resultados considerables en su consumo:

- China ahorró 40% respecto a 2015
- Brasil tuvo un ahorro de 10% respecto a 2015

A nivel Grupo Bimbo se logró la reducción de casi el 6% respecto el año anterior, siendo que nuestras

operaciones más grandes lograron mantener su desempeño absorbiendo los crecimientos.

El agua que utilizamos proviene de diversas fuentes. Tratamos siempre de generar el aprovechamiento de alternativas renovables.



Algunas de las acciones que hemos implementado para lograr los resultados óptimos en materia de reducción del consumo de agua son las siguientes:

- Cambio a sistemas de refrigeración más eficientes.
- Instalación de lavadoras de equipos de producción con mejor tecnología.

- Sustitución de torres de enfriamiento por versiones más modernas.
- En diferentes agencias de Colombia y México utilizan arcos de lavado que recirculan el agua y cuentan con sistemas de recolección de agua de lluvia.



AG-03
Tanque
para Cal

AGUA CLARIFICADA

AGUA CLARIFICADA

CAPITAL NATURAL (CADENA DE SUMINISTRO)

PROVEEDORES

G4-DMA Prácticas de adquisición/aprovisionamiento, Evaluación ambiental de los proveedores

Estamos conscientes de que, no sólo nuestras acciones son relevantes para el cuidado del medio ambiente, sino también la labor realizada por nuestros proveedores. Por ello, hemos establecido una metodología para acompañarlos en el camino hacia la sustentabilidad. En un primer ejercicio en México, se diseñó un proceso sistemático para conocer la situación de cada uno de ellos y compararlo con el desempeño sustentable al que se espera que lleguen, una vez cursado su proceso de desarrollo. El objetivo de este acompañamiento es el aseguramiento de productos y servicios con cadenas de valor sustentables, así como el compromiso con las generaciones futuras, de cuidar los recursos en el manejo responsable de procesos productivos.

G4-EN32

El acompañamiento se apoya en una metodología que consta de tres etapas:

- a. Cuestionario de compras sustentables. A través de él, se conocen las condiciones iniciales de cada uno de los proveedores en los aspectos básicos de la sustentabilidad: económicos, sociales y ambientales. El cuestionario tiene un formato electrónico y permite conocer el nivel de cumplimiento del estándar requerido, así como las acciones e indicadores que utilizan las empresas proveedoras para ser sustentables. La herramienta permite identificar áreas de oportunidad y perspectivas de mejora en el corto, mediano y largo plazo.
- b. Desarrollo de proveedores sustentables. En conjunto con el proveedor, se establecen planes de acción para la implementación de estrategias que extiendan la cultura sustentable a lo largo de la cadena de suministro y así se logren beneficios tangibles para todos.

- c. Generación de proyectos conjuntos con Grupo Bimbo. A través de la generación de proyectos conjuntos, trabajamos en la prevención y disminución de impactos ambientales, asegurando la calidad del servicio que se ofrece y acercando, a nuevos jugadores, a los procesos sustentables.

G4-LA14

Bajo la metodología explicada, Grupo Bimbo en México hará un piloto donde configurará una cadena de suministro global y transparente, alentando a todos los proveedores a comprometerse con una producción y un abastecimiento basado en las mejores prácticas y que sea aplicado en todas sus operaciones.

En años previos iniciamos con acciones como la firma del código de conducta por parte de nuestros proveedores, con el afán de asegurar condiciones de trabajo justo, abolición del trabajo infantil y el cuidado del medio ambiente en toda acción conjunta con quienes cuidan el suministro de nuestros insumos. Asimismo, continuamos con las acciones de capacitación y las auditorías que confirman las acciones reportadas por nuestros proveedores. Este año, se enviaron cuestionarios de compras sustentables a varios proveedores, con la finalidad de conocer sus prácticas y cumplimiento en sustentabilidad. Los resultados son los siguientes:

G4-EN32

Proveedores	Cuestionarios enviados	Cuestionarios con respuesta	% Avance
Azúcar	4	1	25.0
Rellenos frutales	6	4	66.7
Ingredientes	29	14	48.3
Total	39	19	48.7



Contamos con un total de

11,470 proveedores,
de los cuales **1,963**

confirmaron que conocen nuestro
Código de Ética.

Para los siguientes años, estaremos trabajando en acciones como las que se presentan a continuación, para seguir fortaleciendo una cadena de suministro transparente y sustentable.

En México, al cierre de 2016, 218 proveedores de materias primas demostraron su cumplimiento con al menos una certificación o auditoría satisfactoria.

Por el lado de la capacitación, se alcanzó una participación de 204 pequeñas empresas en ciudades como Mérida, Guadalajara, Aguascalientes e Irapuato, en programas de Desarrollo de Proveedores y Capacitación. Adicional a ello, 6 grandes empresas se capacitaron en metodología de compras.

1. Insumos para Grupo Bimbo:

- a. Apego al código de conducta actualizado en 2016 y que aborda temas relevantes externados por nuestras partes interesadas, tanto internas como externas.
- b. Disponemos de la Guía de Adquisiciones de uso interno para establecer la función de adquisición dentro de Grupo Bimbo. El documento promueve, a través de Grupo Bimbo, las políticas, reglamentos y procesos relacionados con la función de adquisiciones para atender a los clientes finales de la manera más efectiva para sus necesidades de aprovisionamiento, preservando la responsabilidad organizativa, financiera y legal. Cada unidad de negocio tiene puntaje basado en la madurez para controlar su función y establecer un objetivo interno para alcanzar los requerimientos de Grupo Bimbo.

2. Políticas:

a. Política Global sobre Aceite de Palma.

Desde el lanzamiento del plan de acción, en abril de 2016, Grupo Bimbo ha trabajado en alianza con *The Forest Trust* (TFT) para aplicar las acciones comprometidas y acordadas con nuestros proveedores en concordancia con la Política Global de Aceite de Palma.

b. Política de Bienestar animal en la producción de huevo

Como parte de los compromisos adquiridos, Grupo Bimbo ha trabajado en 3 niveles que le permitan contribuir con el bienestar de gallinas de postura, al tiempo que se aseguran los estándares de seguridad en alimentos, la calidad del insumo, el cumplimiento legal de las regiones en las que operamos y la oferta del insumo en cada país. Estos 3 niveles se detallan a continuación:

Nivel 1. Transformación interna del negocio de panificación

Nivel 2. Trabajo conjunto con la cadena de suministro

Nivel 3. Capacitación y Certificación





PROGRAMA DESEO

G4-DMA Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores, Evaluación ambiental de los proveedores, Evaluación de los proveedores en materia de Derechos Humanos, Evaluación de la repercusión social de los proveedores

El programa Deseo en México es parte de nuestra estrategia para fortalecer la cadena de suministro. A través del él, apoyamos a pequeñas y medianas empresas para que puedan sentar las bases de un desarrollo firme y permanezcan en el mercado con mayor solidez. Por medio de la capacitación y orientación en temas de cumplimiento legal y normativo, se trabaja en conjunto en aspectos como la mejora continua de sus operaciones y la metodología para verificar el cumplimiento de normatividad en seguridad alimentaria, laboral, ocupacional, cuidado del medio ambiente, ético y financiero que deben de conocer y aplicar.

En 2016, 418 proveedores se mantuvieron dentro del programa en las categorías de alimentos, servicios de mantenimiento y refacciones, conservación de edificios, visibilidad, vehículos, maquila y fletes.

G4-EN32, G4-EN33, G4-LA14, G4-LA15, G4-HR10, G4-HR11, G4-S09, G4-S010

De los proveedores participantes, el 20% presenta un status satisfactorio (duplicando la cifra del año 2015), 66% en status de suficiencia y el 14% restante en estatus insuficiente. Las principales acciones que se implementaron fueron: controles de seguridad alimentaria y ocupacional, estrategias de cuidado ambiental, bases de un sistema ético empresarial.

856 PyMEs

418
En programa DESEO

48.8%
de avance

BIODIVERSIDAD

G4-DMA Biodiversidad
G4-EN11

En 2012 realizamos un mapeo para detectar los posibles impactos en biodiversidad de 158 plantas de producción. El hallazgo más relevante de este proceso fue determinar que todas las plantas de producción del Grupo se encuentran localizadas en espacios urbanos o semiurbanos y que, por lo tanto, nuestras operaciones tienen impactos poco significativos en el agregado de las áreas.

G4-EN11, G4-EN12

Adicionalmente, el reporte de Evaluación de Impactos Ambientales del Consumo y Producción; Materiales y Productos Prioritarios, publicado en 2010 por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP por sus siglas en inglés) señala que los impactos ambientales más significativos de la industria alimenticia se producen en sus cadenas de suministro ligadas a la agricultura, donde los mayores efectos se generan a través de la emisión de gases de efecto invernadero, la emisión de sustancias eutrofizantes y tóxicas, la extracción de agua y el uso la tierra.

ALIANZA MEXICANA DE BIODIVERSIDAD Y NEGOCIOS (AMEBIN)

En 2016 colaboramos junto con un grupo de empresas, instituciones financieras, asociaciones civiles ambientales, organismos empresariales y agencias de desarrollo internacional, en la creación de la

Alianza Mexicana de Biodiversidad y Negocios (AMEBIN). Esta surge como un espacio de diálogo y acción entre el sector privado y organizaciones de la sociedad civil para contribuir a la conservación, uso sustentable y restauración de la biodiversidad en México. Su objetivo principal es catalizar la acción colectiva de sus miembros y otros grupos de interés -como el gobierno- hacia la conservación de la biodiversidad a través de un mecanismo para el intercambio de experiencias, diálogo multisectorial y desarrollo de capacidades.

Para Grupo Bimbo, ser miembro fundador de esta Alianza y participar activamente en la misma, significa una oportunidad para materializar su interés en la biodiversidad y el capital natural, así como compartir con otras empresas y organizaciones el reto que significa la conservación, uso sustentable y restauración, al igual que su integración en la estrategia empresarial.

ALIANZA x LA SOSTENIBILIDAD (A x S)

G4-EN14

La Alianza por la Sostenibilidad es una iniciativa impulsada por la Secretaría de Relaciones Exteriores, a través de la Agencia Mexicana de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AMEXCID). Su objetivo es impulsar proyectos de sustentabilidad con un componente de cooperación internacional, que atiendan junto con la participación del sector

privado, organizaciones de la sociedad civil, socios de conocimiento y gobierno, la implementación de la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En Grupo Bimbo colaboramos en la creación de la Alianza por la Sostenibilidad y participamos en el Comité de Producción y Consumo Responsable, en el cual se atienden temas de agricultura sustentable y cero deforestaciones, temas materiales dentro de la estrategia de sustentabilidad de nuestra empresa.

FORO DE BIODIVERSIDAD Y NEGOCIOS EN LA COP13

Participamos en el Foro de Negocios y Biodiversidad de la 13ª Conferencia de la Parte (COP13) del Convenio sobre Diversidad Biológica (CDB), celebrada en diciembre de 2016 en Cancún, México. El Foro se enfocó particularmente en la integración de la biodiversidad para el bienestar, específicamente en los sectores productivos relacionados con la pesca, turismo, agricultura y bosques.

Asistimos a las conferencias magistrales sobre biodiversidad y negocios, y a los eventos paralelos relacionados con temas de agricultura para conocer las tendencias y retos internacionales de la incorporación de la biodiversidad en este sector productivo. De igual manera, participamos en la ceremonia de

clausura del Foro, en la cual a nombre del sector privado, nuestro Director Global de Operaciones entregó al Secretario de Medio Ambiente y Recursos Naturales del Gobierno Federal Mexicano y al Secretario Ejecutivo del Convenio sobre Diversidad Biológica, el pronunciamiento empresarial, el cual expresa la aspiración y compromiso voluntario de este sector para la incorporación, la conservación y uso sustentable de la biodiversidad en los sectores agrícola, forestal, pesquero y turismo.

REFORESTAMOS MÉXICO

G4-EN13

En 2016, Reforestamos México, A.C. apoyada por Grupo Bimbo, sumó esfuerzos con 74 empresas que invirtieron recursos y más de 17,100 voluntarios para reforestar 251 hectáreas de bosques y apoyar en la conservación de 976 hectáreas en ecosistemas forestales de México.

De acuerdo con información de Reforestamos México A.C., las reforestaciones realizadas en el Bosque de la Primavera -en Jalisco-, el Parque Nacional Cumbres de Monterrey -en Nuevo León- y el Nevado de Toluca -en el Estado de México-, presentan un índice de sobrevivencia, estimado al año 2015, del orden del 73.87%. Sin embargo, con la finalidad de contar con información al cierre del 2016, se están realizando evaluaciones de campo en cada área plantada a través de un agente externo.

Todas las reforestaciones efectuadas reciben el apoyo durante los tres primeros años con diversas

actividades de mantenimiento, lo que beneficia de manera importante su sobrevivencia y genera beneficios sociales asociados a las plantaciones a través de la generación de empleos temporales para las personas de las comunidades apoyadas.

La siguiente información numérica representa la cantidad de áreas protegidas y el apoyo de voluntariado recibido para las acciones correspondientes.

 **17,177**
voluntarios participantes
en reforestaciones, en las
cuales se restauraron

 **250.9** ha
y se trabajó en la
conservación de

 **976** ha





Tipo de Área Natural Protegida	Nombre	Estado	Hectáreas restauradas	Hectáreas conservadas
Área de Protección de Flora y Fauna	Nevado de Toluca	Estado de México	151.2	596.74
Área de Protección de Flora y Fauna	La Primavera	Jalisco	64.75	378.97
Área de Restauración Ecológica	Cuenca de la Soledad y Temascalio	Guanajuato	4.5	
Parque Nacional	Vitroparque, Ciénega de González	Nuevo León	8.75	
Parque Recreativo	Cholula	Puebla	2	
Parque Estatal	Sierra de Tepotzotlán	Estado de México	6.2	
Reserva Ecológica Comunitaria	San Miguel Topilejo	Ciudad de México	3	
Parque Recreativo	Joya la Barreta	Querétaro	5	
Parque Recreativo	Kai Lu'um	Yucatán	3.5	
Parque Municipal	Irolo Tepeapulco	Hidalgo	2	
Total			250.9	975.71

AGRONEGOCIOS

G4-DMA PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN/APROVISIONAMIENTO, SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES

Desde hace algunos años se ha intensificado el trabajo que realizamos con el campo. En 2015 iniciamos la etapa piloto con el estudio de viabilidad de las iniciativas y midiendo los resultados en México para, posteriormente, replicarlas en otros lugares del mundo.

El trabajo continúa su curso y ha mostrado un crecimiento en insumos como papa, maíz blanco, trigo y leche de cabra.

SUSTENTABILIDAD PARA CULTIVO DE PAPA

Hemos trabajado en las regiones de Sonora, Sinaloa, Chihuahua, Nuevo León y Coahuila brindando el apoyo para la implementación de buenas prácticas agrícolas de papa en el campo de acuerdo a los estándares de la GLOBAL G.A.P. Como parte de los resultados obtenidos en el año, se logró un 70% de avance en el apego a este estándar internacional en los cultivos en los que trabajamos directamente con los agricultores.

Desde 2015, llevamos a cabo la capacitación de nuestros principales proveedores de papa en México, así como la etapa de auditorías. El programa cubrió la revisión de buenas prácticas de campo bajo la metodología GLOBAL G.A.P., abarcando temas diversos como inocuidad en alimentos y sustentabilidad en el campo, por mencionar algunos, con la finalidad de fortalecer su cadena de valor y mejorar las condiciones de la entrega de producto generado en el campo mexicano.

En 2016 realizamos la segunda etapa de auditoría para revisar avances y mejoras a través de la firma de una Carta Compromiso con cada productor.

Avance de implementación
GLOBALG.A.P.

70%

Insumo
Papa

Regiones
**Sinaloa, Sonora,
Chihuahua;
pendiente Coahuila y
Nuevo León.**

SILVOPASTORIL EN CABRAS

G4-DMA Bienestar animal

En paralelo a los otros insumos, para la leche de cabra continuamos con la implementación del proyecto silvopastoril para la producción de leche de cabra, en el estado de Guanajuato, México, con la finalidad de mejorar su alimentación. De igual manera, seguimos labrando el ordenamiento territorial con el cual se establecerá una superficie de 25 hectáreas de agostadero e implementando proyectos para producción de forraje.

Estos son los resultados logrados en cuanto al proyecto general de sustentabilidad para silvopastoril en cabras.



Rendimiento de cantidad de leche

100 cabras (piloto)

Rendimiento
actual

1.5 L/cabra

Aumento en la cantidad de leche

2.3

Meta ★

2.3 L/cabra



COMUNIDAD

**UNA EMPRESA SUSTENTABLE:
POR NUESTRAS COMUNIDADES**



G4-DMA-B Comunidades locales

Como bien lo expresan y definen los Objetivos de Desarrollo Sostenible, es momento de redoblar los esfuerzos y unirnos para hacer frente a los retos que tiene de frente la humanidad. En este sentido, nuestro pilar Comunidad, cobra mayor relevancia y contribuye con acciones que mejoran la calidad de vida de las personas.

En Grupo Bimbo, estamos conscientes de que, para ayudar, lo primero que debemos hacer es escuchar. Por ello, una primera acción es dialogar con nuestros grupos de interés para que, de manera conjunta, identifiquemos las necesidades que se presentan en nuestro entorno y así podamos desarrollar proyectos sustentables que mejoren aspectos de su calidad de vida.

EC1

G4-DMA Desempeño económico

Siguiendo nuestra estrategia de negocio, y nuestros objetivos estratégicos, y a través del Pilar Comunidad, aportamos nuestro granito de harina en la reducción de la pobreza, y la mitigación del hambre en el mundo. La agenda 2030 valida, respalda e impulsa las acciones de largo plazo que emprendimos hace varios años, para apoyar a las comunidades donde operamos en temas de educación, promoción de actividad física, medio ambiente, así como salud y nutrición.

G4-DMA Consecuencias económicas indirectas

Para que nuestros esfuerzos tengan resultados, es necesario que se realicen de forma conjunta con distintos grupos de interés como, por ejemplo, organismos no-gubernamentales, sociedad civil,

iniciativa privada y gobierno. Solo así, lograremos impulsar comunidades sustentables en todas las latitudes en las que estamos presentes.

Con la participación de la alta dirección y miembros del Consejo de Administración trabajamos desde el Comité de Donativos y el Comité Central de Sustentabilidad, en donde revisamos el entorno y la agenda de nuestra estrategia de negocio para desarrollar proyectos que respondan a las necesidades de la empresa y de la comunidad.

La gestión de todos nuestros comités se rige por el marco normativo establecido en políticas como la de Donativos, Desastres naturales, Sustentabilidad, Seguridad y bienestar y Diversidad e inclusión así como con nuestro Código de Ética.

G4-EC7, G4-EC8

La determinación y generosidad de nuestros colaboradores, ha sido fundamental para lograr que cada centro de trabajo marque una diferencia. Trabajamos por ser un agente que comparte un poco de alegría y emoción por vivir, porque sabemos que en la medida que logremos inspirar, sumaremos a más personas a querer alcanzar un cambio que fortalezca el desarrollo sostenible.



PROGRAMA DE DONATIVOS



G4-16, G4-S01

Son muchas las acciones que se requieren para calentar motores y alcanzar el nivel social y económico, así como el cuidado ambiental, que necesita nuestro planeta para ser sustentable. A pesar de los retos, hemos comprobado, a través de todos estos años, que cada día somos más quienes estamos dispuestos a trabajar en diversos ámbitos de acción y esto ha motivado a que la sociedad trabaje por reconfigurarse y así generar un tejido social sólido, determinado y cada día más inspirador.

Este es el caso de las asociaciones civiles que residen y laboran en los países donde tenemos presencia. En ellos, hemos encontrado aliados estratégicos para poder contribuir y apoyar las causas en las que creemos. Su trabajo y su experiencia cambian realidades, pues su configuración les permite analizar el entorno, tener acercamientos efectivos con las comunidades y equilibrar la balanza entre los sectores sociales, con precisión y convicción.

La experiencia de las instituciones sociales permite hacer realidad los proyectos bajo esquemas que les dan viabilidad y los hacen sustentables. Nuestro programa de Donativos apoya el trabajo que llevan a cabo y es a través de ellas, como realizamos inversiones en las comunidades.



Trabajamos en equipo con Asociaciones Civiles, gobiernos, comunidades e instituciones de prestigio que guían y administran los recursos económicos que aportamos, para marcar la diferencia en los temas que más afectan de manera local.

Este año, nos sumamos a las acciones de más de 1,200 asociaciones civiles. El monto de estos apoyos equivale al 2.2% de la utilidad neta de Grupo Bimbo en 2015 (\$5,171 millones de dólares americanos).

Organización	Número de Asociaciones	Montos en dólares
México	163	\$4.4 millones de dólares
Estados Unidos y Canadá	873	\$1.1 millones de dólares
Latinoamérica	297	\$57,720

Más de **18,425,083** personas beneficiadas en México

G4-EC1

174,812

Niños y jóvenes beneficiados

46,186

Adultos beneficiados

14,593,622

Beneficiados indirectos

1038

Familias beneficiadas

147,842

Emprendedores beneficiados

3,408,178

Beneficiados en salud

2747

Indígenas beneficiados

55,741

Personas apoyadas en capacitación

Ver casos de éxito y tabla de asociaciones apoyadas en milenio3.com.mx/sustentabilidad-2016.

“BUEN VECINO”

G4--EC7, G4-EC8
DMA Consecuencias económicas indirectas

Cuando cada uno de nosotros decidimos aportar una pequeña acción para la mejora del entorno, en realidad estamos sumando una pieza de un gran rompecabezas. Si estas acciones positivas se replican con los miembros de nuestra familia, se multiplica el número de espacios diferenciados y mejorados gracias al empeño de todos. Así funciona nuestro programa de Sustentabilidad “Buen Vecino”.

En cada una de nuestras plantas, en respuesta a alguna necesidad que se detecta en la comunidad, desarrollamos proyectos cerca de nuestras instalaciones, con los que podamos generar beneficios para los vecinos. Desde 2012, fecha en que inició el programa, hemos contribuido con 447 proyectos alrededor del mundo. De esta manera tejemos una red de nodos sustentables de desarrollo, que van aportando cambios y mejoras alrededor de nuestros centros de trabajo.



Los proyectos de Buen Vecino abarcan diferentes acciones para ayudar a la comunidad, como son:

- Proyectos de mejora de infraestructura. Restauramos y modernizamos espacios de convivencia y deportivos.
- Proyectos de reparación. Remodelación de paradas de autobús o iluminación de pasos para transeúntes, que ofrezcan un servicio digno y funcional a los vecinos.

Por todo esto, en Grupo Bimbo consideramos que este programa transforma nuestros centros de trabajo, en núcleos sustentables de desarrollo.

A partir de 2016, Buen Vecino se conjugó con el programa de Voluntariado no sólo con los colaboradores de nuestra empresa, sino también, en algunos casos, con la participación de la comunidad beneficiada.

Resultados 2016

137

plantas y centros de distribución participaron en el programa Buen Vecino

129

proyectos concluidos durante el año

20

países aportaron acciones desde sus plantas

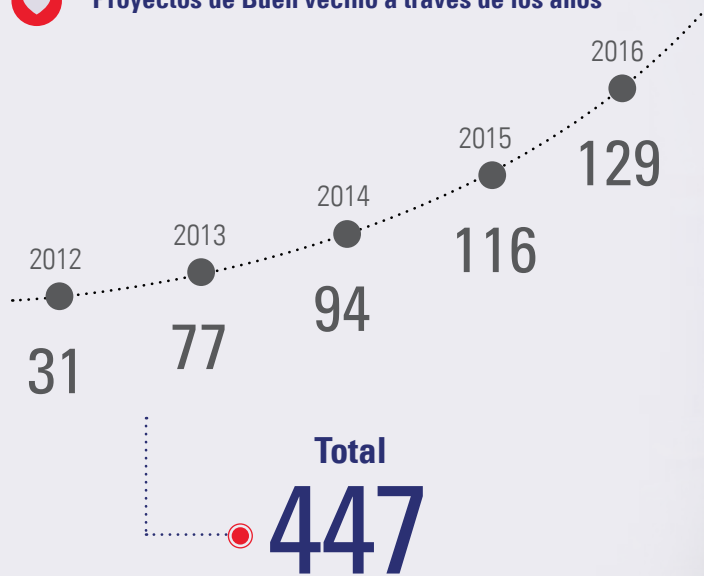
447

proyectos a nivel global desde el inicio del programa

Organización	Número total de iniciativas que forman el proyecto y status	Proyectos finalizados	Proyectos en proceso
Estados Unidos y Canadá	63	62	1
México	41	40	1
Latinoamérica	35	24	11
Asia y Europa	4	3	1
Total	143	129	14



Proyectos de Buen vecino a través de los años



Dentro de los proyectos 2016, destacaron los siguientes 10, que serán reconocidos en 2017, por su beneficio a las comunidades vecinas.

RECONOCIMIENTO BUEN VECINO 2016		
ORGANIZACIÓN	PLANTA /CEDIS	ACTIVIDAD
Bimbo México	Bimbo Azcapotzalco, Marinela México, Bimbo Santa María	Rehabilitación de la Unidad Habitacional San Pedro Xalpa
Bimbo México	Abastex	Rehabilitación de área deportiva
Barcel	Matehuala	Instalación de áreas de juegos de Centro de Rehabilitación de Matehuala
Bimbo China	China	Remodelación de cancha de básquetbol
Bimbo Brasil	Brasilia	Rehabilitación del parque local
Bimbo Frozen	Oxnard	Rehabilitación de espacio comunitario
Bimbo Iberia	Solares	Rehabilitación de espacio deportivo en escuela de Solares
Latin Sur	Argentina	Reparación de calle
Estados Unidos	South San Francisco	Reparación de cancha de básquetbol
Latin Centro	Guatemala	Se provee agua pluvial para la instalación de huerto. Remodelación de escuela / Habilidad de cancha deportiva

CASO DE ÉXITO

TÍTULO DE LA INICIATIVA: PAN PARA HOY AGUA PARA MAÑANA

PAÍS: GUATEMALA

DESARROLLO:

Construcción de un huerto para siembra y cultivo de alimentos que son escasos en la región. El proyecto se llevó a cabo en una escuela de escasos recursos y tiene una función educativa para los alumnos. Derivado de la escasez de agua en la zona, Grupo Bimbo provee agua para los cultivos. El agua se obtiene a través de un sistema que se desarrolló por nuestros colaboradores, y se instaló en los vehículos de Grupo Bimbo para captar aguas pluviales y poder llevarla hasta la zona del huerto, el cual funciona mediante un sistema de riego por goteo.



Rehabilitación para la parada de autobús para usuarios

Durante 2016, se reconoció a los proyectos que destacaron en 2015.

RECONOCIMIENTO BUEN VECINO 2015

	Planta /CEDIS	Actividad
Bimbo Bakeries USA	Planta Northumberland, PA	Renovación de parque
Bimbo Bakeries USA	Planta Riviera Beach, FL	Promoción de bienestar
Bimbo	CEDIS Monterrey Norte	Renovación de parque
Bimbo	Planta Bimbo Hermosillo	Renovación de parque
Barcel	Planta Ricolino San Luis	Renovación de parque
Bimbo Guatemala	CEDIS "El Tejar"	Renovación de escuela
Bimbo Venezuela	Planta Guarenas	Renovación de parque
Bimbo Frozen	Planta Roanoke, VA	Pasillo seguro para caminar
Bimbo Uruguay	Planta Plucky	Renovación de escuela
Bimbo Do Brasil	Planta Raposo Tavares	Renovación de parque

VOLUNTARIADO

Los proyectos de impacto en la sociedad, alcanzan resultados cuando se trabajan en equipo. Una verdadera colaboración se logra cuando estamos sensibilizados como personas y por lo tanto somos receptivos a la postura, opinión y perspectiva de los demás.

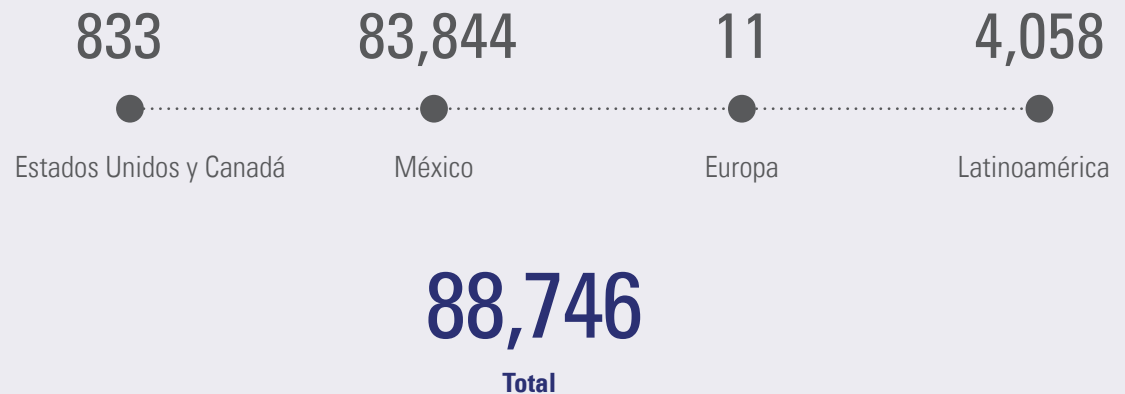
En Grupo Bimbo, el voluntariado es una actividad que aporta una formación integral a nuestros colaboradores. A través de éste, mejoramos el trabajo en equipo, al tiempo que se apoya a las causas de los demás, permitiendo que las personas se conozcan fuera de la rutina laboral, y creen un vínculo de unión a través de una causa relevante. Estos factores dan un nuevo sentido a la participación de las personas, así como la satisfacción de haber contribuido a la resolución de grandes retos que agobian a nuestra sociedad y al mundo.



En 2016, más de 99,686 de nuestros colaboradores, familias y amigos, se transformaron en voluntarios para atender alrededor de 205 actividades. Las temáticas que abordamos este año estuvieron enfocadas en salud y nutrición, cuidado del medio ambiente, seguridad y educación.



Organización y número de voluntarios



Las buenas acciones se contagian e inyectan el entusiasmo y el espíritu de ayuda que los invita a sumarse activamente. Nuestras marcas comerciales son ejemplo de ello. Desde hace ya 4 años, a través de Silueta, nuestra marca de pan de caja, nos unimos al esfuerzo de marketing con causa, apoyando a mujeres con cáncer de mama y a instituciones que trabajan por combatirlo. Con el programa, vestimos con un moño rosa al empaque del producto, recordando la importancia de detectar oportunamente la enfermedad, además de que el área de marketing elabora dos campañas, una mediática y otra interna. Ambas campañas integran información sobre la importancia de la autoexploración, datos importantes a conocer sobre la enfermedad y descuentos en laboratorios para consumidoras y colaboradoras de Grupo Bimbo, con la finalidad de fomentar la conciencia sobre el tema. Parte de los ingresos de la venta del producto, se destinan a apoyar a la Asociación Mexicana de Lucha contra el Cáncer, A.C.

En 2015, a través de Paleta Payaso llevamos a cabo un programa de marketing con causa, buscando que la gente tuviera más momentos de alegría y una sonrisa duradera. De ahí surgió la campaña

“Sonrisas que ayudan”, con la cual se destinaron \$500 mil pesos para donar a Risaterapia A.C., una organización civil que busca llevar sonrisas y alegría a personas que enfrentan alguna enfermedad o cruzan por alguna situación difícil. Después de trabajar en once ciudades de la República Mexicana, beneficiar a más de 2,700 personas e incrementar en 15% el número de voluntarios de la risa, la campaña evolucionó a “Contagia Sonrisas”, por medio de la cual seguimos apoyando a Risaterapia con un donativo, pero ahora, buscamos generar una actitud de colaboración y alegría entre las personas.

Durante 2016, con Paleta Payaso organizamos la semana oficial denominada “Contagia sonrisas” en donde logramos fomentar momentos alegres hasta en los lugares menos esperados, desde parques de diversiones, centros comerciales y universidades, hasta cruces viales y en el transporte público. El donativo que otorgó Paleta Payaso este año, gracias a sus fans, fue de \$550 mil pesos. En Ricolino y en Grupo Bimbo, nos sentimos muy orgullosos de contagiar sonrisas, porque sabemos que así, las personas nos sentimos más unidas y con más energía para cambiar al mundo.

Por su parte, Risaterapia, A.C., benefició a más de 74,000 personas, un 200% más que en 2015. Se incrementó en 21% el número de médicos de la risa inscritos y se logró ampliar la presencia de la organización en dos ciudades más: Tlaxcala y Zamora. Así, al día de hoy, se comparte alegría en 30 ciudades de México, incrementando la presencia de la Asociación y sumando momentos felices a la vida de las personas.

A través de Tía Rosa se desarrolló la campaña Abrazos de Hogar, invitando a la sociedad, en general, a donar una bufanda para niños de casas hogar que nos envíen su fotografía con un producto de esta línea. Con esta campaña se donaron más de 4,000 bufandas que protegieron del frío, en Navidad, a niños indígenas Otomís y Mazahuas del Estado de México, así como Mixtecos de Oaxaca.

Estamos seguros de que estos resultados sumarán cada vez a más marcas del Grupo en las acciones que fomentan el bienestar y las oportunidades de crecimiento para la sociedad.



LIMPIEMOS NUESTRO MÉXICO

El voluntariado comienza por hacer conciencia, y uno de los programas que han sido un fuerte insumo en este tema es el programa de “Limpiemos Nuestro México”. En 2009, Fundación Azteca generó y promovió su organización, invitando a Grupo Bimbo a formar parte del mismo. Con gran entusiasmo y compromiso, participamos desde su planeación.

La iniciativa comenzó con su versión “Limpiemos Nuestro México” cuyo propósito es sensibilizar a las personas para mantener limpias las zonas públicas y asegurar que la basura no invada los espacios de convivencia. El éxito de la iniciativa, con base en el entusiasmo de la gente, extendió su alcance a otros países como **Colombia, El Salvador y Guatemala**, quienes mantienen el proyecto vigente desde hace dos años con resultados positivos.

En el año, participaron 68,741 voluntarios en la limpieza de calles, parques, barrancas y espacio públicos. El equipo organizador se llevó la agradable sorpresa de que fue más complicado que otros años, encontrar espacios sucios, pues hoy parece haber mayor conocimiento sobre el manejo responsable de la basura, que cuando inició el programa.

G4-EC7, G4-EC8



PROGRAMA DE RESTAURACIÓN DEL DESIERTO DE LOS LEONES CIUDAD DE MÉXICO, MÉXICO

A través del programa Desierto de los Leones Orgullosamente Limpio, con la finalidad de dar continuidad al esfuerzo de Limpiemos Nuestro México, en sinergia con Fundación Azteca, las autoridades del parque y la sociedad Civil encabezada por Reforestamos México, en Grupo Bimbo centramos nuestros esfuerzos y acciones a favor del medio ambiente en el Parque Nacional Desierto de los Leones. A través del programa, buscamos el rescate y preservación de este majestuoso bosque, su flora y fauna que, en conjunto, constituyen un área natural protegida y funge como uno de los principales pulmones de la capital mexicana.

El Programa “Desierto de los Leones Orgullosamente Limpio” consiste en acciones y jornadas educativas así como de limpieza permanentes que se encuentra soportado operativamente por dos líderes ambientales, quienes coordinan esfuerzos en la conservación de espacios públicos más limpios y en fomentar una mayor conciencia sobre la correcta separación de residuos entre los visitantes y comerciantes del Parque.

En esta etapa logramos la colocación de contenedores, diseñados específicamente con separadores de residuos utilizados en el Parque y ubicados en puntos estratégicos para su mayor aprovechamiento y correcta recolección.

De manera complementaria, para 2017, estaremos renovando la imagen de 115 señalizaciones informativas y direccionales.

Adicionalmente, estamos creando 3 senderos didácticos, que informan y documentan sobre el tipo de flora y fauna que habitan en ese territorio y la importancia que tienen los bosques en los ecosistemas. Rehabilitamos un puente que interconecta dos colinas en el bosque, mismo que facilita el tránsito libre y seguro de una colina a otra en las actividades diarias, en beneficio de la comunidad.

En el ámbito social, integramos activamente a la comunidad y visitantes con su participación en brigadas educativas y de limpieza en el bosque; estas acciones nos ayudan a sensibilizar a la población en una correcta disposición de residuos, lo cual es contundente en la reducción de basura y la disminución del impacto ambiental que generan los rellenos sanitarios.

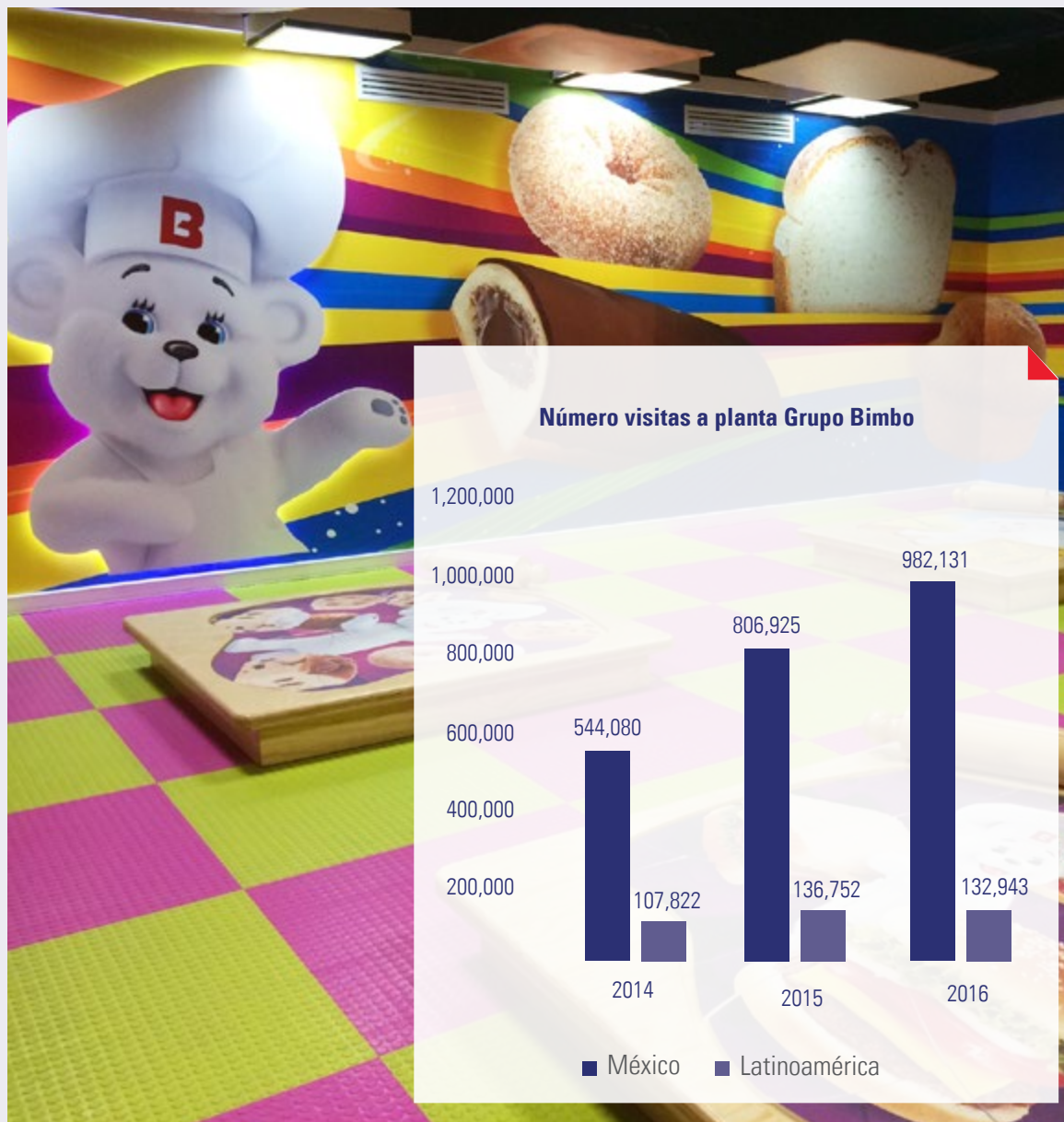
VISITAS A PLANTAS DE GRUPO BIMBO

En la continua búsqueda de construir una empresa sustentable, altamente productiva y plenamente humana fortalecemos los vínculos con nuestra sociedad, consolidando una relación duradera de nuestras marcas con los clientes y consumidores.

El programa de visitas a planta permite acercarnos, escuchar y compartir una experiencia divertida de aprendizaje para diversos públicos que nos acompañan en nuestras fábricas.

A través del recorrido, conocen las diferentes etapas del proceso de elaboración de nuestros productos de panificación, confitería y botanas. La plática del anfitrión incluye información sobre la tecnología de punta que se utiliza en nuestros procesos y los estrictos controles que garantizan la calidad de nuestros productos. Además, nuestros visitantes aprenden sobre la importancia de tener un estilo de vida saludable a través de consejos de nutrición y activación física. Les compartimos información sobre aspectos de cuidado ambiental y los beneficios de la diversidad e inclusión, que contribuyen a generar una empresa sustentable.

Este año recibimos a más de un millón de visitantes: niños y jóvenes de todas las edades, desde kínder hasta universitarios, instituciones educativas nacionales y extranjeras, personas con capacidades diferentes, personas de la tercera edad, invitados especiales y a muchos de nuestros clientes y proveedores. Nuestro programa actualmente se extiende a 44 plantas entre México y Latinoamérica.





2016

Región **México** **28** plantas participantes

Región **Latinoamérica** **16** plantas participantes

Región **Visitantes globales en el año**

México ● **979,720**

Latinoamérica ● **132,913**

Total **Visitantes** **1,115,074**

2015

Región **México** **28** plantas participantes

Región **Latinoamérica** **16** plantas participantes

Región **Visitantes globales en el año**

México ● **806,925**

Latinoamérica ● **136,752**

Total **Visitantes** **943,677**

2014

Región **México** **26** plantas participantes

Región **Latinoamérica** **11** plantas participantes

Región **Visitantes globales en el año**

México ● **544,080**

Latinoamérica ● **107,822**

Total **Visitantes** **651,902**

ALGUNAS ACTIVIDADES ADICIONALES

Por tercer año consecutivo, participamos en la campaña "Leer Más" promovida por el Consejo de la Comunicación, que tiene como objetivo fomentar la lectura entre la población.

HORAS DE LECTURA REPORTADAS EN MÉXICO POR AÑO

2016

1,828,623 hrs.

2014

1,054,999 hrs.

2015

1,625,658 hrs.

2013

667,677 hrs.

En Grupo Bimbo estamos convencidos de que la suma de esfuerzos y el trabajo en equipo son factores esenciales para acelerar los procesos de desarrollo y bienestar de las personas. Cada año impulsamos todas las acciones aquí expuestas y generamos nuevos acercamientos con instituciones y organismos expertos. Nuestra filosofía, experiencia y trayectoria nos han mostrado que si queremos que el camino sea sostenible, requerimos de la participación de todos y de la convicción de asumirnos como un activo agente de cambio, que hace la diferencia en cada localidad.



LÍNEA COMENTA

DMA- Mecanismos de reclamación en materia de Derechos Humanos
G4-HR12, G4-LA16, G4-S011

En Grupo Bimbo, las creencias constituyen una parte esencial e imprescindible de nuestra filosofía, buscando siempre, crear y brindar las mejores condiciones de trabajo equitativo, con una cultura de seguridad, diversidad e inclusión en donde se aplique nuestra regla de oro Respeto, Justicia, Confianza y Afecto.

Fortalecemos y promovemos el Código de Ética para nuestros colaboradores y consejeros y el Código de Conducta para proveedores. Para dar seguimiento a su cumplimiento tenemos un programa de Comunicación Directa "Línea Comenta" que ofrece un canal de comunicación oportuno y confiable para atender cualquier comentario sobre faltas a los mismos y nos permite dar seguimiento y resolución a las desviaciones que se reporten. El programa está disponible para colaboradores y proveedores de las diferentes operaciones del Grupo. Estamos seguros de que esta herramienta nos permitirá trabajar en las áreas de oportunidad que se encuentren con las mejoras necesarias en los diferentes procesos.

G4-PR2

Durante 2016 recibimos a nivel global 801 reportes que fueron atendidos por los comités de "Línea Comenta" de cada organización, siendo los temas los siguientes:

Tipo de Incidente	
Relaciones Laborales	623
Faltas al Código de Ética	150
Diversidad e Inclusión	27
Otros comentarios	1
Total	801



COLABORADORES

CONSTRUYENDO POR NUESTROS
COLABORADORES

En Grupo Bimbo somos una empresa global en la que hablamos 5 idiomas, llevamos a cabo transacciones en 22 países y 3 continentes y más de 130,000 personas conviven y entregan lo mejor de sí mismos, para poner alimentos deliciosos y nutritivos en las manos de todos.

El reto es sin duda grande y nuestro compromiso es aún mayor. En un mundo donde las realidades son retadoras, trabajamos para conciliar los opuestos y generar una empresa para todos. Nuestros fundadores establecieron las bases y crearon la filosofía, la cual ahora, nos toca a nosotros resguardar y hacer valer para así construir una empresa sustentable, altamente productiva y plenamente humana.

Debemos ser proactivos y modernizarla sin afectar su esencia y extenderla a lo largo y ancho de nuestra operación, para garantizar que cada persona y cada colaborador, la viva plenamente por convicción. Solamente con esta meta, podremos crear líderes que crean en el valor de la persona, protejan la dignidad y trabajen diariamente bajo la premisa de nuestra regla de oro: RESPETO, JUSTICIA, CONFIANZA Y AFECTO, la cual hace tangible y alcanzable nuestra principal creencia: la persona.

Desde el pilar Colaboradores, nuestros expertos en la gestión de Personal, trabajan por hacer de Grupo Bimbo una empresa competitiva laboralmente hablando. Su creatividad, pasión y compromiso por y con la gente, han iniciado una transformación que desde ahora y hasta el 2020, permitirán modernizar a nuestra empresa, permitiéndole ubicarse entre los lugares preferidos para trabajar, en nuestra industria.

2016 fue un año para sentar bases sólidas. Con miras al 2020, trabajamos en la estructura organizacional, la sistematización de los procesos y en la definición de las actividades que nos ayudarán a alcanzar nuestra visión desde el área de Personal, alineándolas a los objetivos transformacionales.

Nuestro compromiso, además de ser con los colaboradores se extiende hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible del Pacto Mundial de Naciones Unidas. Varias de nuestras actividades convergen directa o indirectamente con esta iniciativa de la ONU, por lo que es parte de los indicadores que estaremos midiendo y compartiendo a lo largo de 2017.

GRUPO BIMBO: FUENTE DE TRABAJO Y BIENESTAR

G4-DMA Empleo

La familia Grupo Bimbo sigue creciendo y nos sentimos orgullosos de que así sea. Con 130,913 colaboradores, contribuimos a fortalecer la economía mundial, al generar trabajo e ingresos para miles de familias en 22 países. En comparación con el ejercicio anterior, tuvimos un crecimiento del 2.87% en nuestra plantilla laboral.



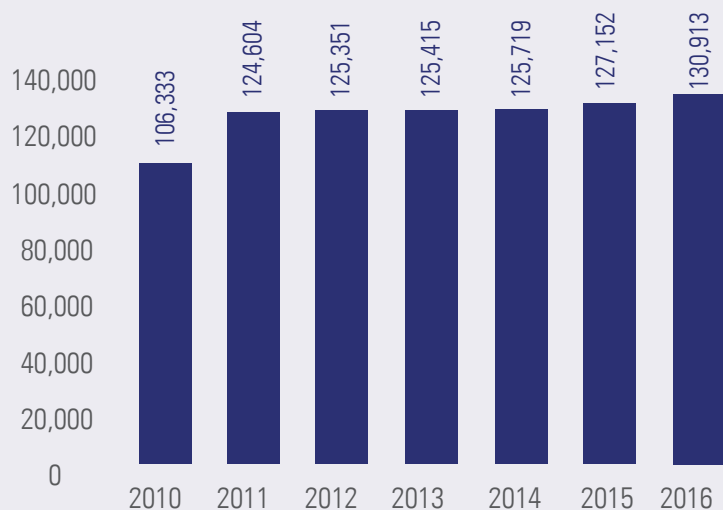
G4-9, G4-10, G4-LA1

Número total de
colaboradores en GB

130,913

	Total colaboradores dentro de nómina	Total trabajadores contratados	Total
México	72,534	696	73,230
Estados Unidos y Canadá	26,371	574	26,945
Latinoamérica	22,239	2,071	24,310
Asia	1,457	84	1,541
Europa	4,536	351	4,887
Total de colaboradores dentro de Nómina Grupo Bimbo	127,137	3,776	130,913

Crecimiento en fuente de empleo de Grupo Bimbo a través de los años:



Uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible que nos ocupan es el de Educación. La experiencia que Grupo Bimbo ha tenido a lo largo de su existencia, es que los verdaderos cambios se generan cuando las personas tienen conocimiento, cuando lo saben aplicar y cuando éste se lleva a cabo en una continua evolución.



CAPACITACIÓN Y DESARROLLO

G4-DMA Capacitación y educación
G4-LA9

La transformación es uno de los objetivos que tenemos para ser sustentables y por ello, invertimos fuertemente en capacitación. En 2016, alcanzamos 1'282,448 horas de capacitación, lo que en promedio significan 10.09 horas por colaborador, además de que trabajamos en varios frentes para generar un cambio en la manera de gestionarla.

Nos sentimos orgullosos de que nuestro personal está conformado por personas inquietas que aprenden y se superan día a día por convicción propia. Prueba de ello es que más del 90% de la capacitación es impartida por personal interno de Grupo Bimbo. Esto quiere decir que nuestra gente aprende, asimila el conocimiento y posteriormente lo comparte con sus compañeros. Este hecho nos ha permitido reflexionar sobre la actuación que debe de tener la gerencia de capacitación y cómo podemos facilitar los medios y los espacios de conocimiento dentro del Grupo.

Una primera acción fue definir un órgano de gobierno que facilite la visibilidad de las necesidades en cada organización del Grupo y por otro lado que genere la estructura necesaria para definir las acciones y medir los resultados. Desde principios de año integramos al equipo con representantes de cada organización y áreas funcionales. Logramos concretar 8 reuniones con los líderes de cada región con muy buenos resultados.

Este esfuerzo consolidó una estructura para la Universidad GB, la cual se dividió en Academias y éstas a su vez, en Escuelas. Las siete Academias actuales, clasifican y resguardan el conocimiento de los temas más generales de la Universidad. En una Universidad tradicional, sería lo equivalente a las facultades. Cada una de las Academias se compone por Escuelas, que son las materias que componen el tema. Estas Escuelas son gestionadas por las áreas especializadas, que son quienes dictan el temario y aportan los contenidos de las 40 con las que contamos en esta etapa.

La Universidad GB cuenta con una Academia principal denominada “Academia Grupo Bimbo”. A través de ella, compartimos conocimientos generales de nuestro Grupo como, por ejemplo, la Filosofía de nuestros Fundadores, que sin duda es lo que aporta el alma y corazón de nuestra empresa.

El alcance de la Universidad GB también se amplió. Por un lado, incorporamos una nueva plataforma de e-learning que permite la captura de datos y por lo tanto la homologación y medición de los indicadores respectivos. El sistema también nos permite coordinar las acciones en todo el Grupo y atender requerimientos específicos, así como detectar desviaciones a los estándares definidos. Lo más importante, es que ahora podemos conocer la trayectoria en formación de nuestros compañeros, lo cual es relevante para entender las preferencias de cada uno y las necesidades en formación de capacidades clave de acuerdo a funciones y perfil profesional. En un futuro cercano, podremos conocer con precisión los montos que se invierten en los diversos programas y así caminar hacia información integrada, es decir, datos financieros y no financieros en un mismo reporte.

La estrategia que definimos rumbo al 2020, permitió la integración de una nueva tendencia en la forma de impartir el aprendizaje, el gamification, que a través de espacios breves de interacción lúdica, acerca a las personas al conocimiento de una manera divertida y con mayor retención.

Para 2017, seguiremos explorando los medios y la facilidad para acceder al conocimiento desde dispositivos personales y con contenidos relevantes e interesantes para los usuarios. Además, buscaremos consensuar el compromiso tanto de los colaboradores, sus áreas de trabajo y de la empresa misma, para que todo conocimiento adquirido, sea aplicado, de tal forma que se traduzca en resultados favorables para todos y en nuevas competencias para la transformación y la mejora.



Se vale aprender siempre



[GB University - Contáctanos](#)



GESTIÓN DE TALENTO

EVALUACIÓN

G4-LA10, G4-LA11

En Grupo Bimbo valoramos a la Persona y su desarrollo profesional es una prioridad. Durante el estudio de materialidad para nuestra empresa, elaborado en 2015 y con vigencia hasta 2017, los grupos de interés definieron los temas de atracción y retención de talento como no prioritarios, pero sí suficientemente importantes para mantenerlos dentro de las estrategias de gestión que permitan dar competitividad a Grupo Bimbo y hacerla sustentable. Los grupos de interés transmitieron una percepción desfavorable y una baja capacidad de Grupo Bimbo para retener el talento y por ello, consideran indispensable la implementación de una gestión más estratégica y competitiva en este rubro.

En respuesta a estos requerimientos, a través de la Gerencia de Gestión de Talento hemos diseñado un modelo robusto de evaluación e identificación de aptitudes destacadas para los colaboradores en Grupo Bimbo. Este proceso tiene un enfoque global que ha sido estandarizado con evaluaciones mejor definidas y comunicadas a lo largo de nuestra empresa.

Evaluar el Talento, significa medir el desempeño y el potencial del colaborador.

Dentro del desempeño, los componentes clave que se toman en cuenta son los resultados de metas, sus comportamientos, alineados a las creencias de Grupo Bimbo y el dominio de su puesto, que puede observarse en las competencias técnicas.

El potencial se compone por cinco factores predictores del potencial y el perfil del puesto. Todo esto permite identificar un factor, el cual determina el nivel de talento que corresponde a la madurez profesional del colaborador.

Cada colaborador es evaluado de acuerdo a su nivel según el grado de responsabilidad, experiencia y funciones.

Nuestro proceso inicia con las sesiones donde se calibran las calificaciones de desempeño y potencial (mayo) y concluye al término de un año (abril), con el seguimiento a las acciones de los planes de desarrollo generados a partir de la retroalimentación jefe-colaborador.

Evaluación de metas y comportamientos
Cierre de plan individual de desarrollo

Registro de metas



Hemos compartido el modelo con las organizaciones que componen Grupo Bimbo, a través de nuestra plataforma denominada *GB-Talent*.

Los criterios y reglas del juego se encuentran definidas en nuestras políticas de Identificación y Desarrollo de Talento (7.5.1), Evaluación del Desempeño (8.3.3) y Promoción Interna.

A través de este modelo, en Grupo Bimbo reforzamos el respeto y dignidad de nuestros colaboradores. Iniciativas como esta, crean metodologías más claras para todos y una mayor transparencia que permita a los colaboradores identificar el camino que deben seguir, para alcanzar el siguiente escalón en su desarrollo profesional, siempre respetando sus planes, elecciones y contribución.

G4-LA11

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN PERIÓDICA DE DESEMPEÑO

La siguiente tabla muestra el porcentaje de colaboradores que realizó su evaluación de desempeño de manera integral durante el proceso 2016.

Evaluación periódica de desempeño		
	% Mujeres	% Hombres
Personal Administrativo y Operativo	58.3%	64.0%
Supervisores	85.6%	86.5%
Ejecutivos y Directores	85.4%	88.3%
Total Mundial por nivel de Trabajo	62%	66.9%



DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

G4- DMA Diversidad e Igualdad de oportunidades
G4-LA12

Desde el 2014 iniciamos el viaje a la inclusión, donde conscientemente buscamos que todas las personas tengan las mismas oportunidades de participar y desarrollarse dentro de la empresa. El objetivo general del programa, alineado a nuestra Visión 2020 es "Generar una cultura de inclusión en donde personas de distinta procedencia, estilos y experiencias, tengan la oportunidad de desarrollarse y contribuir en la transformación de la industria".

Elaboramos un caso de negocio y definimos un sistema de gobierno articulado por un Comité Central que reporta a la Dirección General. A su vez, cada unidad de negocio opera planes de acción locales que reportan avances a dicho comité, de manera que es posible dar seguimiento global al programa. Al cierre de 2016, el programa contaba con presencia en 20 de los 22 países en donde operamos.

Aunque hay muchas dimensiones de diversidad en las que debemos trabajar, a nivel Grupo Bimbo existen coincidencias; por eso estamos poniendo foco especial en tres temas: género, discapacidad y multiculturalidad. No obstante, algunas regiones atienden temas muy particulares como etnia, edad u otras.


DMA-Inversión
G4-HR1, G4-HR2

Un aspecto fundamental de la estrategia es la sensibilización de líderes y colaboradores en el tema. En alianza con Korn Ferry, hemos diseñado una metodología instruccional teórico-práctica adecuada y eficaz para capacitar a través de instructores de Diversidad e Inclusión. Nuestros instructores se certifican en el seminario "Liderando en una Cultura de Diversidad e Inclusión" a través de un entrenamiento intensivo que pone especial énfasis en que los facilitadores tengan un profundo entendimiento de la filosofía de Grupo Bimbo y el liderazgo inclusivo para que puedan transmitir el mensaje adecuadamente. En 2016 se certificaron 61 facilitadores.

Así, mediante la suma de nuevos integrantes en distintas regiones, hemos capacitado a todos los comités directivos de nuestras unidades de negocio y a líderes y colaboradores con los siguientes avances por región

Número de colaboradores capacitados en Diversidad e Inclusión



 **61** colaboradores certificados como Instructores de Diversidad e Inclusión.

Resultados en Diversidad e Inclusión durante 2016:

- Actualizamos la Política Global de Diversidad e Inclusión para que se apegue a la Visión 2020.
- En la Asamblea de Accionistas se votó y aprobó la integración de una nueva Consejera en el Consejo de Administración; segunda mujer y primera con nacionalidad diferente a la mexicana.
- Brasil obtuvo el Sello Paulista de Diversidad e Inclusión posicionándose como la primera empresa panificadora en conseguirlo.
- Bimbo, Barcel y el Corporativo en México, emitieron criterios de reclutamiento incluyentes.
- Estados Unidos implementó reclutamiento con ternas diversas. La empresa en Canadá, de reciente adquisición, se integra al programa con la certificación de sus primeros 14 facilitadores.
- Desde que inició el programa, hemos capacitado a más de 13,840 colaboradores a nivel global.



TALENTO LOCAL

G4-EC6

Derivado del crecimiento de la empresa, y en aras de reflejar las comunidades en las que operamos, en Grupo Bimbo hemos desarrollado desde hace varios años a colaboradores locales que puedan atender la operación de sus países o regiones. De esta manera, el porcentaje de altos directivos que proceden de la comunidad local quedan de acuerdo a la siguiente contabilidad:

50.0%

de altos directivos
proceden de
la comunidad local en

Asia

42.9%

de altos directivos
proceden de
la comunidad local en

Europa

29.2%

de altos directivos
proceden de
la comunidad local en

Latinoamérica

91.6%

de altos directivos
proceden de
la comunidad local en

México

87.9%

de altos directivos
proceden de
la comunidad local en

**Estados Unidos
y Canadá**

Total GB

de altos directivos
proceden de
la comunidad local

79.7%

SEGURIDAD Y BIENESTAR PARA NUESTROS COLABORADORES

G4-DMA Salud y seguridad en el trabajo

Desde nuestra fundación, en Grupo Bimbo valoramos a la Persona, por lo que la seguridad y el Bienestar de nuestros colaboradores debe ser siempre lo más importante para nuestra empresa y está por delante de cualquier decisión financiera y productiva.

Durante 2016, evolucionamos y transformamos nuestro ADN, conservando nuestra visión prioritaria en la seguridad de nuestros colaboradores, con un enfoque integral que abarca también el Bienestar de nuestra gente. De esta forma, ahora construimos un círculo virtuoso y unitario: "Modelo Global de Seguridad y Bienestar":



Paralelamente, actualizamos "Nuestros Fundamentos de Seguridad y Bienestar", los cuales son las guías de actuación para crear y fortalecer dichos fundamentos:



NUESTROS FUNDAMENTOS DE SEGURIDAD Y BIENESTAR

Nos comprometemos a **proporcionar un ambiente de trabajo seguro, sano, y mantener una cultura** de seguridad y bienestar entre nuestro personal, sus familias y las comunidades donde laboramos.

En Grupo Bimbo estamos convencidos que:



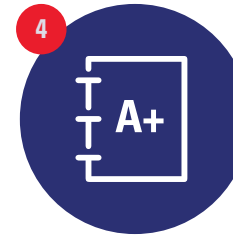
Toda lesión puede ser evitada



Tenemos la obligación de trabajar con seguridad



Somos responsables de la Seguridad y Bienestar de cada uno



Para ser una empresa de clase mundial, debemos tener un desempeño ejemplar en seguridad y una mejora permanente en nuestro bienestar



Somos capaces de construir una vida balanceada

Trabajar con seguridad y cuidar nuestro bienestar, contribuye a "Construir una empresa sustentable, altamente productiva y plenamente humana".



G4-LA5

Nuestro Modelo de Seguridad y Bienestar se hace vivo a través del alto compromiso y liderazgo en seguridad por parte de nuestras jefaturas, en la participación dinámica de nuestro personal y en una estructura de comités y sub-comités, que representan, al 100% de los colaboradores en todos nuestros centros de trabajo; lo que nos ha permitido:

- Impulsar una cultura de Seguridad y Bienestar entre nuestros colaboradores y sus familias.
- Proporcionar un ambiente de trabajo seguro y libre de riesgos.
- Fomentar un balance de vida que incida en la salud.
- Disminuir la tasa de accidentes de trabajo.

Entre otras iniciativas de Seguridad destacadas, en 2016 realizamos:

- Normativas de gestión y análisis de riesgos.
- Estándares de protección en maquinaria, equipo y vehículos.
- Reforzamiento de la capacitación en seguridad a través de nuevas tecnologías.
- Redefinición del Modelo de Seguridad para las áreas comerciales de Grupo Bimbo.

G4-LA6

Tipos de Lesión, Índice de accidentes con lesiones, tasa de enfermedades profesionales, tasa de días perdidos, tasa de absentismo y víctimas mortales.

Región	Tasa de Accidentes (IR)	Tasa de Días Perdidos (IDR)	Tasa de Absentismo (AR)	Víctimas Mortales	Tasa de enfermedades profesionales.
México	2.1	62.1	415.2	1	10
Estados Unidos y Canadá	1.8	103.8	561.2	0	0
Europa	2.7	63.1	339.1	0	1
Latinoamérica	1.7	36.6	246.5	1	0
Asia	0.8	13.1	81.6	0	0
Total Grupo Bimbo	2.0	64.1	408.8	2	11



En 2016 se redujo la tasa de accidentes (IR)

2.0
vs **2.1** en 2015



BIENESTAR

El concepto de Bienestar se ha vuelto relevante en todos los ámbitos; en Grupo Bimbo no somos ajenos a ello, sobre todo cuando vemos el crecimiento de la incidencia de enfermedades no transmisibles y de la adopción de hábitos poco saludables que derivan en un desbalance de vida.

En Grupo Bimbo, entendemos al Bienestar bajo un enfoque integral, fundamentados en nuestra creencia de “valoramos a la persona” en todas sus dimensiones mental, física y emocional.

Nuestra meta es contar con una estrategia de Bienestar Global que nos permita alinear acciones con el fin de que nuestros colaboradores auto gestionen estilos de vida saludables, conviviendo en un ambiente de trabajo comprometido con la salud y el bienestar.

Todas nuestras iniciativas de bienestar buscan la participación por convicción, el respeto a la confidencialidad de datos y el cumplimiento a la normatividad de cada país donde operamos.

Destacamos las siguientes iniciativas de Bienestar implementadas:

- Campañas de prevención de enfermedades graves y estacionales.
- Difusión de conferencias y pláticas especializadas.
- Certificación de comedores balanceados.
- Construcción de espacios destinados a la activación física y deportes dentro de nuestras instalaciones.

Vivo Sano #EsPorMí

Como un ejemplo de este enfoque, en México impulsamos el programa Vivo Sano #Es por mí, el cual motiva a los colaboradores a adoptar estilos de vida saludables a través de un programa de mediciones, el conocimiento de sus indicadores de salud y el reto de adoptar pequeños hábitos balanceados. Este programa llegó a más de 19,000 colaboradores en el 2016.

Adicionalmente, apoyamos a nuestros colaboradores con servicios de cuidado de la salud y prevención de enfermedades, como exámenes médicos a colaboradores mayores a 40 años, mediciones antropométricas y pruebas e condición física.

En Grupo Bimbo, estamos convencidos de que, mientras la Seguridad y el Bienestar sean la base de nuestras acciones diarias, seguiremos caminando hacia nuestro propósito de “construir una empresa sustentable, altamente productiva y plenamente humana”.



COMPENSACIÓN EN GRUPO BIMBO

G4-DMA Igualdad de retribución de hombres y mujeres. G4-DMA Presencia en el mercado. G4-LA13

Nuestra política de Compensación se basa en un modelo de Compensación Total (Total Rewards), el cual considera a esta como un enfoque integrado que incluye: Remuneración, Beneficios, Capacitación y Desarrollo y Ambiente Laboral.

En relación a la Remuneración y Beneficios, estos están alineados a la línea de pago establecida por el Grupo y basados en las prácticas que cada mercado local establece para los mismos. La remuneración de cada colaborador obedece a su puesto de trabajo y a lo que se paga a una posición similar en el mercado donde operamos con las responsabilidades y el perfil de experiencia, educación y habilidades requeridas.

G4-EC5

En Grupo Bimbo los salarios están por encima del salario mínimo en todos los países. Buscamos apearnos en todo momento a los lineamientos que en esta materia determinan las leyes de cada uno de los mercados donde operamos.

Además, determinamos la compensación de cada colaborador considerando evaluaciones de desempeño, las cuales reconocen la consecución o el desempeño sobresaliente contra sus metas establecidas y las aptitudes demostradas por estos, así como, los resultados financieros de nuestra empresa en cada país y globalmente.

A continuación, se muestra el salario mínimo reportado en enero de 2017 de cada Organización de Grupo

Bimbo sin distinción de género y se explica la manera en la que se obtuvo el promedio por cada país

México

- » **Salario mínimo del país:** \$80.04 pesos mexicanos diarios.
- » **Para el salario de GB:**
- Se consideró el sueldo diario promedio nacional (país) del puesto operativo más bajo en cada organización, el cual se multiplicó por 30 días para llevarlo a Sueldo Base mensual y se convirtió en dólares con tasa de cambio del 11/Enero/2017
- **Promedio mensual \$2,401.20**

Estados Unidos

- » **Salario mínimo federal del país:** \$1,160 dólares americanos.
- » **Para el Salario de GB:**
- Se consideró la información reportada solo por BBU del sueldo base mensual de los puestos operativos más bajos, se calculó el Sueldo base mensual por cada Estado y sobre éste, se calculó el promedio nacional de Estados Unidos donde tenemos operaciones debido a que éste varía por localidad.
- **Promedio mensual \$2,219.49 dólares americanos**

Canadá

- » **Salario mínimo del país:** CAD 11.01 valor hora. Para llevarlo a mensual= 11.01*40 horas semanales *4.33 semanas (que es el promedio de semanas por mes considerado en este país). El valor resultante CAD \$1,906.3 se multiplicó por la tasa de cambio al 11/Enero/2017 de 0.76.
- » **Para el Salario base de GB:**
- Se reportó el valor por hora del salario de entrada del tabulador del puesto operativo más bajo en CAD; sobre éste, se calculó el promedio nacional de Canadá donde tenemos operaciones debido a que éste varía por localidad y para llevarlo a mensual, se aplicó: Valor por hora * 40 horas semanales * 4.33 semanas (que es el promedio de semanas por mes considerado en este país). El valor resultante reportado se multiplicó por la tasa de cambio al 11/Enero/2017 de 0.76 para llevarlo a dólares americanos.
- **Promedio mensual \$1,441.78 dólares americanos**

Reino Unido

- » **El salario base** mínimo del país considerado en libras fue de £\$1,170.18 Para llevarlo a dólares americanos se utilizó el tipo de cambio del 11/Enero/2017 (1.21) = \$1,422.3 dólares americanos.
- » **Para el salario base de GB** se tomó el valor en libras de £\$1,217.31 y el tipo de cambio al 11/Enero/2017.
- **Promedio mensual \$1,479.58 dólares americanos**



Latinoamérica Centro

- » **El salario base mínimo del país** reportado fue el promedio en USD de los de los países que integran la región: Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Venezuela, Ecuador y Colombia. El valor resultante fue de \$341.61 dólares americanos.
- » **Para Grupo Bimbo se consideró:**
- El Sueldo base promedio nacional (país) del puesto operativo más bajo de cada país. Para todos los países de LAC, el sueldo más bajo del tabulador es el mismo que el sueldo base real pagado. A continuación se convirtieron los valores locales a USD con tasa de cambio del 11/Enero/2017. El valor final reportado es el promedio de los salarios reportados en dólares de los países que integran la región:
- **Promedio mensual: \$369.10 dólares americanos**



LAS

- » **El salario base mínimo del país** reportado fue el promedio en USD de los de los países que integran la región: Argentina, Uruguay, Paraguay, Chile, Perú. El valor resultante es de \$388.3 dólares americanos.
- » **Para Grupo Bimbo se consideró:**
- El Sueldo base promedio nacional (país) del puesto operativo más bajo de cada país. En algunos países se sumaron al Sueldo base conceptos fijos que de manera mensual se pagan. Se convirtieron los valores locales a USD con tasa de cambio del 11/Enero/2017. El valor final reportado es el promedio de los salarios en dólares de los países que integran la región
- **Promedio mensual: \$664.4 dólares americanos**



Brasil

- » **El salario base mínimo del país** considerado fue de \$296.01 dólares americanos.
- Se consideró el sueldo base mensual promedio nacional (país) del puesto operativo más bajo. El valor final reportado fue \$585.8 dólares americanos. Los valores arriba especificados se convirtieron en dólares con tasa de cambio del 11/Enero/2017
- **Promedio mensual: \$ 585.8 dólares americanos**



Iberia

- » **El salario base mínimo del país** considerado fue un promedio de los 2 países que conforman esta Organización (España y Portugal) en dólares americanos.
- » **Para Grupo Bimbo:**
- Se reportó el monto mensual del salario de entrada del tabulador del puesto operativo más bajo en España y Portugal en dólares americanos, correspondiente a 12 pagos anuales. Sobre estos se calculó el promedio de la Organización.
- **Promedio Iberia \$748.72 dólares americanos (España), \$1,034.25 dólares americanos (Portugal)**



Asia

- » **Valor reportado de Salario Mínimo del país:** \$318.45 dólares americanos
- » **Para Grupo Bimbo:**
- Se consideró el sueldo base mensual promedio del puesto Plant Operator de Beijing en Renminbi Yuan (CNY), el cual fue extraído del sistema Oracle. El valor reportado de Sueldo Base de la empresa fue de \$361.09 dólares americanos
- Los valores arriba especificados se convirtieron en dólares con tasa de cambio del 11/Enero/2017
- **Sueldo promedio: \$361.09 dólares americanos**



Política de compensación

De acuerdo con nuestra Política, hemos diseñado un plan de compensaciones para nuestros colaboradores que se mantiene vigente y competitivo en la actualidad. Asimismo, supervisamos que las condiciones de empleo, contratación y prestaciones que otorgan nuestros proveedores, contemple beneficios similares a los de nuestra empresa.

G4-LA2

Año 2017

	Tiempo completo	Medio tiempo	Temporales	Regiones donde aplica
Acciones (Stock Options), niveles Ejecutivos y Directivos	X			Brasil, Canadá, China, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Iberia, Latinoamérica Sur, México, Nicaragua, Panamá, Reino Unido, Estados Unidos, Venezuela
Automóvil asignado, niveles Ejecutivos y/o Directivos	X			Colombia, Guatemala, Honduras, Iberia, Latinoamérica Sur, México, Nicaragua, Panamá, Venezuela
Permisos por maternidad o paternidad	X	X	X	Canadá, Iberia, Latinoamérica Sur, Reino Unido, USA. Se ofrecen a colaboradores Medio Tiempo solo en: Iberia, Reino Unido, Estados Unidos, Canadá. Se ofrece a colaboradores temporales solo en: Iberia, Reino Unido.
Bono Anual por resultados	X	X		Argentina, Brasil, Canadá, Chile, China, Iberia, Latinoamérica Centro, México, Perú, Reino Unido, Uruguay, Estados Unidos
Chequeo médico, al menos a niveles Directivos	X			México, Reino Unido.
Cobertura por incapacidad o invalidez	X	X	X	Brasil, Canadá, Colombia, Iberia, México, Panamá, Reino Unido, Estados Unidos, Uruguay. Se ofrece a colaboradores temporales solo en: Iberia, Reino Unido.
Seguro de vida	X	X	X	Argentina, Brasil, Canadá, Chile, China, Iberia, Latinoamérica Centro, México, Panamá, Perú, Reino Unido, Uruguay, Estados Unidos. Se ofrece a colaboradores temporales solo en: El Salvador, Honduras, Brasil, Canadá.
Seguro médico	X	X	X	Argentina, Brasil, Canadá, Chile, China, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Iberia, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Reino Unido, Estados Unidos Se ofrece a colaboradores de medio tiempo y temporales solo en: Reino Unido.

Solo se muestran aquellos beneficios que se ofrecen en más del 40% (9) de los países donde GB opera, y en al menos un Nivel Jerárquico.

LAC: agrupa los países Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Venezuela.

LAS: agrupa los países Argentina, Chile, Perú, Uruguay, Paraguay.

Iberia: agrupa España y Portugal.

GOBIERNO CORPORATIVO

G4-34, G4-36 G4-38, G4-41

Con la finalidad de fortalecer la confianza y transparencia con nuestros grupos de interés y continuar con la buena y cercana relación que siempre hemos tenido con ellos, durante el año 2016, creamos una nueva estructura en el sitio www.grupobimbo.com/informe relacionada con temas relativos a Gobierno Corporativo, que permite la comunicación de los inversionistas con la Sociedad así como el acceso a los documentos que transparentan nuestras prácticas y proceder en temas de Gobierno Corporativo, entre los que se incluyen los reglamentos de nuestros órganos internos y nuestras políticas, tales como la Política sobre conflictos de interés y la Política para celebrar operaciones con acciones emitidas por Grupo Bimbo. Esta última tiene como objetivo dar a conocer los lineamientos y mecanismos de control que permita a los Consejeros, Directivos y a todos los colaboradores de las organizaciones y subsidiarias y afiliadas, en las diferentes geografías y funciones, que lleven a cabo operaciones con acciones o valores de la Sociedad.

El apego a las mejores prácticas internacionales, ha permitido nuestro ingreso al Índice Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores, así como una reciente invitación a ser parte del FTSE4Good Emerging Index Status y ESG Rating. Este índice de la Bolsa de Londres, mide el desempeño de las empresas con una solidez demostrada en prácticas ambientales, sociales y de gobierno corporativo.

ASAMBLEA DE ACCIONISTAS

G4-40

La Asamblea de Accionistas es el órgano superior de gobierno de la Sociedad.

Cada año, celebramos la Asamblea Ordinaria Anual de la Sociedad, en la que se aprueba el ejercicio social y se designan y/o ratifican a los miembros que integran el Consejo de Administración y los órganos intermedios de la Administración.

La Asamblea Ordinaria Anual celebrada el 15 de abril de 2016, aprobó y ratificó al Consejo de Administración, integrado por 18 consejeros propietarios que permanecerán en su cargo hasta que las personas designadas para sustituirlos tomen posición de sus cargos.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

G4-39

Conforme los Estatutos, la administración de la Sociedad está a cargo de un Consejo de Administración y un Director General que desempeñarán las funciones que establece la LMV. Los miembros del Consejo de Administración son electos, como regla general, por los accionistas de la Sociedad en su asamblea general ordinaria anual, excepto que el Consejo de Administración designe consejeros provisionales, sin la intervención de la asamblea de accionistas, en los casos de renuncia o falta de designación del suplente. El Consejo de Administra-

ción estará integrado por un mínimo de cinco (5) y un máximo de veintiún (21) consejeros propietarios, de los cuales al menos veinticinco por ciento (25%) deberán ser independientes.

FACULTADES DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

G4-34, G4-35, G4-38, G4-42

El Consejo de Administración establece los lineamientos y estrategia general para la conducción del negocio y supervisa el cumplimiento de los mismos.

El Consejo de Administración es el representante legal de la Sociedad, y cuenta con las más amplias facultades para la administración de los negocios de la Compañía, con poder general para pleitos y cobranzas, administrar bienes y ejercer actos de dominio, sin limitación alguna, para normar y remover al Director General, directores, gerentes, funcionarios y apoderados, y para determinar sus atribuciones, condiciones de trabajo, remuneraciones y garantías y, en particular, para conferir poderes a los gerentes, funcionarios, abogados y demás personas que se encarguen de las relaciones laborales de la Compañía de conformidad con lo previsto en los Estatutos Sociales.

El Consejo de Administración de la Compañía también tiene facultades para aprobar cualquier transmisión de acciones de la Compañía, cuando dicha transmisión implique más del 3% de las acciones con derecho a voto.

Asimismo, el Consejo de Administración, para el desempeño de sus funciones contará con el auxilio de un Comité de Auditoría y Prácticas Societarias, un Comité de Evaluación de Resultados y un Comité de Finanzas y Planeación.

G4-42

En las sesiones del Consejo de Administración cada miembro propietario tendrá derecho a un voto. Se requerirá la asistencia de una mayoría de los miembros con derecho a voto para que una sesión del Consejo de Administración quede legalmente instalada. Las decisiones del Consejo de Administración serán válidas cuando se tomen, por lo menos, por la mayoría de los miembros con derecho a voto que estén presentes en la sesión legalmente instalada de que se trate. En caso de empate, el presidente tendrá voto de calidad. Las resoluciones tomadas fuera de sesión del consejo, por unanimidad de sus miembros, tendrán para todos los efectos legales la misma validez que si hubieran sido adoptadas en Sesión de Consejo, siempre que se confirmen por escrito.

Conforme a la Ley del Mercado de Valores, los miembros del Consejo de Administración están obligados a abstenerse de participar en la deliberación y votación de cualquier asunto que implique para ellos un conflicto de interés y deberán informar de ello al presidente y al secretario del Consejo de Administración. Asimismo, deben mantener absoluta confidencialidad respecto de todos aquellos actos, hechos o acontecimientos que no se hayan hecho del conocimiento público, así como de toda deliberación que se lleve a cabo en cada sesión.

Todos los ejecutivos que ocupan alguna posición en nuestros cuerpos de gobierno son profesionales con una extensa experiencia y conocimiento de nuestra industria, quienes apoyan la estrategia de la organización desde una perspectiva económica, ambiental y social.

**MIEMBROS DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN,
GRUPO BIMBO, S.A.B. DE C.V.
ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS: 15 DE ABRIL DE 2016**

Consejeros Propietarios	Antigüedad	Cargo
Daniel Javier Servitje Montull	22 años	Presidente
Jaime Chico Pardo	2 años	Consejero
Luis Jorba Servitje	10 años	Consejero
Arturo Manuel Fernández Pérez	10 años	Consejero Independiente
Ricardo Guajardo Touché	12 años	Consejero Independiente
Thomas Stanley Heather Rodríguez	4 años	Consejero Independiente
Agustín Irurita Pérez	12 años	Consejero Independiente
Mauricio Jorba Servitje	19 años	Consejero
José Ignacio Mariscal Torroella	27 años	Consejero
María Isabel Mata Torrallardona	10 años	Consejero
Raúl Carlos Obregón del Corral	22 años	Consejero
Nicolás Mariscal Servitje	8 años	Consejero
Javier de Pedro Espínola	5 años	Consejero
Ignacio Pérez Lizaur	5 años	Consejero Independiente
Jorge Pedro Jaime Sendra Mata	3 años	Consejero
Edmundo Miguel Vallejo Venegas	4 años	Consejero Independiente
Francisco Laresgoiti Servitje	1 año	Consejero
María Luisa Jorda Castro	< 1	Consejera independiente

NOTA: La actualización de estas fechas es a la ratificación de nombramientos que se hace en 2016

Secretario Propietario
Luis Miguel Briola Clement

Secretario Suplente
Vanessa Madero Mabama

El Consejo de Administración recibe el apoyo de tres Comités:

COMITÉ DE AUDITORÍA Y PRÁCTICAS SOCIETARIAS

G4-43

Se encuentra integrado únicamente por consejeros independientes, y sus principales funciones consisten en:

- Verificar que las operaciones de Grupo Bimbo se lleven a cabo dentro del marco normativo aplicable, teniendo la facultad de evaluar y supervisar las labores de la administración en relación con el cumplimiento de políticas y prácticas contables, el desempeño del auditor o auditores internos y externos de Grupo Bimbo.
- Investigar violaciones a las políticas de control interno y auditoría interna, y evaluar las políticas de administración de riesgos, entre otras.
- Emitir opiniones respecto a:
 - » Las modificaciones y cambios relevantes que se hubieren realizado a las políticas, criterios y prácticas contables conforme a las cuales se elaboren los estados financieros de Grupo Bimbo.
 - » La ejecución de operaciones relevantes o inusuales.
 - » Operaciones con partes relacionadas, opiniones respecto del nombramiento, evaluación y destitución del Director General y demás directivos relevantes.
 - » Las políticas para la retribución integral del Director General y de los demás directivos relevantes de Grupo Bimbo.

Edmundo Miguel Vallejo Venegas, Presidente

Arturo Manuel Fernández Pérez

Thomas Stanley Heather Rodríguez

Agustín Irurita Pérez

María Luisa Jorda Castro

Ignacio Pérez Lizaur



COMITÉ DE EVALUACIÓN Y RESULTADOS

Encargado de:

- Analizar y aprobar la estructura general de compensación de Grupo Bimbo, así como las políticas y lineamientos generales de compensación y programas de desarrollo de los funcionarios y colaboradores de Grupo Bimbo y sus subsidiarias.
- Analizar los resultados financieros de Grupo Bimbo y su impacto en la estructura general de compensación del Grupo.

Raúl Obregón del Corral, Presidente

Thomas Heather Rodríguez
Luis Jorba Servitje
Daniel Javier Servitje Montull
Edmundo Miguel Vallejo Venegas

COMITÉ DE FINANZAS Y PLANEACIÓN

Tiene las facultades de:

- Analizar y someter a la aprobación del Consejo de Administración la evaluación de las estrategias a largo plazo y las principales políticas de inversión y financiamiento de Grupo Bimbo.
- Identificar los riesgos de estas estrategias y evaluar las políticas para la administración de ellas.

José Ignacio Mariscal Torroella, Presidente

Javier de Pedro Espínola
Ricardo Guajardo Touché
Luis Jorba Servitje
Raúl Obregón del Corral
Daniel Javier Servitje Montull

COMITÉ DIRECTIVO

Daniel Javier Servitje Montull
Director General de Grupo Bimbo

Pablo Elizondo Huerta
Director General Adjunto

Javier Augusto González Franco
Director General Adjunto

Gabino Miguel Gómez Carbajal
Director General Adjunto

Guillermo Jorge Quiroz Abed
Director Global de Finanzas y Administración de Grupo Bimbo

Raúl Argüelles Díaz González
Director de Personal y Relaciones de Grupo Bimbo

Reynaldo Reyna Rodríguez
Director de Servicios Globales de Grupo Bimbo

Miguel Ángel Espinoza Ramírez
Director General de Bimbo, S.A. de C.V.

Ricardo Padilla Anguiano
Director General de Barcel, S.A. de C.V.

Alfred Penny
Director General de BBU, Inc.

POLÍTICAS GLOBALES DE GRUPO BIMBO

Los principios de Grupo Bimbo y su filosofía son universales. Son valores y comportamientos que pueden y deben replicarse en toda la estructura organizacional, pues creemos firmemente en ellos y estamos confiados en que son la base del éxito de la empresa y la forma en la que se concretiza la mentalidad de nuestros fundadores.

En diciembre de 2015 creamos la Dirección de Control Interno de Grupo Bimbo, la cual reporta directamente a la Dirección Global de Auditoría. Sus principales funciones son guiar, fortalecer y consolidar la cultura de control interno en todas las operaciones globales de la Compañía, en coordinación con las Direcciones Funcionales y las Organizaciones.

Con esta dirección, durante 2016 trabajamos en el análisis de los principales aspectos que debe de retomar Grupo Bimbo para continuar su fortalecimiento en temas normativos, a la luz del crecimiento de los últimos años y con miras al cumplimiento de la Visión 2020.

La estructura documental fue revisada y actualizada como parte de las acciones iniciales de la Dirección de Control Interno. En los siguientes párrafos, damos a conocer algunas de las más relevantes para el tema que nos ocupa en este informe.

POLÍTICA GLOBAL DE INTEGRIDAD

G4-DMA Lucha contra la corrupción
G4-SO3, G4-SO4

Grupo Bimbo considera el valor de la integridad como un elemento esencial en la forma de hacer negocios. La empresa está comprometida en hacer negocios de forma ética y honesta, libre de cualquier forma de corrupción o soborno. La empresa prohíbe de forma muy estricta la corrupción y el soborno en la forma de hacer negocios, tanto en el sector privado como en el público.

Esta política establece lineamientos, parámetros y procedimientos para asegurar que la empresa y sus representantes comprendan y cumplan con las leyes anticorrupción aplicables, en la forma de hacer negocios y en todas las relaciones que pueden surgir de la misma.

La empresa tiene tolerancia cero cuando de corrupción y soborno se trata y tiene el compromiso firme de hacer negocios de manera honesta y ética.

La empresa está comprometida con realizar todas sus actividades de manera legal y en especial cumpliendo con las leyes anticorrupción en cada uno de los países donde opera.

Periódicamente Grupo Bimbo realiza análisis de riesgos en materia de integridad los cuales incluyen una evaluación de carácter integral de las actividades que la empresa desempeña en cada país donde opera, identificando las mejores prácticas a nivel ético y evaluando áreas de oportunidad en cada mercado. Nuestro programa de Cumplimiento engloba tareas de carácter preventivo como ser las mencionadas capacitaciones a todos los niveles de la organización, enfocándonos en las áreas de mayor riesgo de la empresa, brindándoles herramientas a cada uno de nuestros colaboradores para prevenir cualquier hecho contrario a la ley. A su vez, se efectúan supervisiones sistemáticas en temas de integridad las cuales son enfocadas a mejorar los procesos de las áreas con mayor sensibilidad en temas de US Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) y UK Brevary Act. Estas supervisiones también son realizadas a terceras partes que poseen vínculos comerciales con Grupo Bimbo, lo cual asegura que todos nuestros socios de negocios cumplan con el mayor estándar ético en cada una de sus operaciones. A su vez, el área de Cumplimiento Normativo lleva a cabo un monitoreo permanente sobre las actividades de riesgo enfocadas en la prevención de lavado de activos, con el fin de identificar operaciones sospechosas y tomar medidas preventivas al respecto.

CÓDIGO DE ÉTICA

G4-42, G4-56, G4-57, G4-58

Entendemos este Código, como el compendio de nuestras convicciones para actuar en el mercado. Sus cimientos se forjan en las creencias, las cuales son la evolución de nuestros valores encaminados a la acción. En Grupo Bimbo, creemos en el valor de la persona, todos somos una comunidad que consigue resultados, gana en el mercado, opera eficazmente y actúa siempre con integridad para asegurar nuestra trascendencia y permanencia en el tiempo. Bajo esta premisa, desarrollamos los apartados específicos de nuestro Código, mismo que es público y de alcance global. Este, se firma de manera anual, a través del portal interno para colaboradores de Grupo Bimbo a nivel Global.

Política Global de Austeridad

Entendemos las necesidades globales actuales y por ello nos sumamos a la iniciativa de la Organización de Naciones Unidas (ONU) a través del Pacto Mundial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. A través de la política Global de Austeridad, declaramos y hacemos público nuestro compromiso por hacer uso y consumir de forma eficiente, los recursos y bienes disponibles a nuestro alcance, evitando desperdicios, buscando mantenerlos en

perfecto estado de funcionamiento, procurando maximizar su capacidad y prolongar su vida útil, así como el mayor aprovechamiento. Actuamos con sentido de prudencia, de economicidad y de ahorro en el uso de los diferentes recursos, evitando siempre el derroche y la irracionalidad.

Política Global de Diversidad e Inclusión

A través de esta política buscamos asegurar un ambiente de inclusión y no discriminación en todas las operaciones de Grupo Bimbo en el mundo. Estos lineamientos se hacen tangibles a través de los instructores certificados para impartir el programa de Diversidad e Inclusión y los miles de colaboradores que se capacitan cada año en este tema.

Código de Conducta de Terceros

Durante la Junta Anual de Proveedores, se dio a conocer el Código de Conducta de Terceros actualizado y publicado en español, inglés, portugués y francés. En este documento, terceros involucrados en las actividades de Grupo Bimbo, se comprometen a dar total cumplimiento al Código de Conducta, así como a las leyes, reglamentos y regulaciones de los países donde tengan operaciones. Todo tercero involucrado debe de firmarlo de manera anual a través del portal de proveedores.

Se mantienen vigentes y sin modificación hasta el momento, las siguientes políticas:

G4-S06

Política de Contribuciones Públicas

Ningún colaborador, en representación de Grupo Bimbo, debe de ofrecer o realizar contribuciones políticas. La empresa realiza contribuciones periódicas a organismos empresariales como, por ejemplo, la Asociación Americana de Panaderos.

Cabildeo

Las actividades de cabildeo se encuentran estrictamente reguladas a nivel global. Damos cumplimiento riguroso a todas las leyes y reglamentos de cabildeo, respetando las variaciones locales. Por esta razón, únicamente los colaboradores autorizados pueden involucrarse en estas actividades.

Previo a cualquier involucramiento en este tipo de actividades, los colaboradores autorizados deben acercarse al Director Jurídico y de Cumplimiento Normativo, al Comité de Ética y Cumplimiento Normativo y a la Dirección de Asuntos Corporativos para recibir la orientación e instrucción necesaria.

CREEMOS Y DEFENDEMOS DIARIAMENTE LOS DERECHOS HUMANOS

G4-DMA MEDIDAS DE SEGURIDAD
G4-HR7

En Grupo Bimbo creemos en el valor y la fuerza de la Persona. Por muchos años, la Persona fue el valor central de Grupo Bimbo. Ahora, los valores evolucionan a creencias y la Persona se mantiene en la cúspide de estas creencias, con el lema “Valoramos a la Persona”.

Esta valoración no sería nada, sin acciones que respalden este principio. Lo primero en lo que trabajamos, es en generar conciencia en nuestros líderes para que asimilen esta creencia y se sumen a una filosofía de respeto y dignidad de la persona. Queremos que nuestros líderes sean mentores, no jefes y que trabajen por ser guías de sus equipos, permitiéndoles desarrollarse y crecer, no solamente como profesionistas, sino como personas. Por ello, en Grupo Bimbo existen cuatro cursos esenciales.

1. Curso de Superación Personal. Nadie puede dar lo que no tiene. Por eso, la base para ser un buen líder, consiste en conocerse a sí mismo. El Curso de Superación Personal ofrece un espacio único de reflexión para entender el concepto de “Persona” y reflexionar sobre distintos aspectos de la vida, tanto en el ámbito personal como en el profesional, siempre respetando la individualidad y la confidencialidad.

2. Curso del Líder: Este curso busca formar competencias para dirigir no como un jefe, sino como un líder. Provee información para entender la diferencia entre uno y otro, mostrar los estilos de liderazgo y hace énfasis en valores como la libertad, la razón, la dignidad, la conciencia y la igualdad.

DMA No Discriminación
G4-HR3

3. Curso de Diversidad e Inclusión, donde se revisan conceptos clave para entender lo que son estos términos y cómo se aplican en los negocios y en la empresa. Se revisan conductas y creencias para romper esquemas e identificar comportamientos que pudieran derivar en acciones discriminatorias o inequitativas para remediar en tiempo y forma y evitar que permeen en los equipos de trabajo durante las actividades diarias.

4. Desarrollo del Líder, curso ejecutivo. Este es un curso intensivo para el desarrollo de competencias de liderazgo. Las dinámicas, el coaching personalizado y la teoría que se revisan, encaminan a los líderes de Grupo Bimbo a entenderse como personas, como líderes y como mentores para sus equipos a través del sentido humano. El curso gira en torno a fortalecer principios clave como: la autoestima, la escucha activa con empatía, estimular el involucramiento, compartir pensamientos, sentimientos y razonamientos para construir confianza en los equipos de trabajo y proveer apoyo sin quitar responsabilidades.

La capacitación en este sentido, tiene la misión de formar líderes con sentido humano. Sin embargo, no estamos exentos de experimentar desviaciones. Por ello, contamos con nuestra línea de denuncias, denominada Línea Comenta, donde todo colaborador y proveedor de Grupo Bimbo, puede hacer denuncias anónimas o directas a cualquier desviación en comportamientos o valores de Grupo Bimbo.

Es así como un marco documental, la capacitación y los mecanismos de denuncia, trabajan en conjunto para hacer una empresa con sentido humano.

Hay una gran diferencia entre tener una buena filosofía enfocada a la persona y vivir una filosofía plenamente humana. En Grupo Bimbo estamos en el camino de llegar a lo segundo. Nos esforzamos cada día, y mapeamos año con año todas las acciones que iluminan y definen la pista que debemos recorrer. Estos son los resultados alcanzados en 2016 y queremos alcanzar más y mejores en 2017. Ese es nuestro compromiso. Nuestro propósito, “Construir una empresa sustentable, altamente productiva y plenamente humana”, es el faro que nos guía a tierra firme sin perdernos y el sentido que debemos seguir para alcanzar la meta. Continuamos juntos, colaboradores y empresa, en este camino para ser el mejor lugar para trabajar, crecer y desarrollarnos.

ACERCA DE ESTE REPORTE

G4-28, G4-29, G4-30, G4-31, G4-32, G4-33

El presente documento, es nuestro sexto informe Anual Integrado, el cual incluye los resultados de las diversas iniciativas a nivel global —a menos que se indique lo contrario— de nuestras operaciones en materia económica, social y ambiental para el período comprendido entre el 1° de enero y el 31 de diciembre de 2016. Nuestro informe presenta mediante datos cualitativos y cuantitativos, los resultados anuales de las actividades de las siguientes entidades: México, Estados Unidos, Latinoamérica, Iberia, Asia y Canadá y se encuentra a lo largo del informe claramente indicado cuando no se encuentre la información de alguna de ellas. Para el desarrollo del informe, hemos utilizado nuevamente la metodología de la guía G4 del Global Reporting Initiative (GRI) bajo la opción “esencial” así como su Suplemento Sectorial de Alimentos y los indicadores reportados obedecen a los Aspectos Materiales obtenidos en el ejercicio de materialidad elaborado en 2014 (a lo largo del documento se hace referencia a los indicadores GRI). Asimismo hemos incluido la información requerida para formar parte del Índice Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores. El presente informe no cuenta con una verificación externa.

Hemos elaborado también un resumen ejecutivo del informe y respetando siempre el cuidado del medio ambiente, una versión digital, evitando así el uso de papel para la impresión del mismo.

Grupo Bimbo contribuye con los Objetivos de Desarrollo Sostenible cuyo apego se muestra a lo largo del informe a través de sus diversos íconos. Asimismo, el informe refleja los 10 principios del Pacto Mundial como parte de nuestro compromiso de respetar los mismos en todas nuestras operaciones. Es así, que este documento constituye también nuestro informe de Comunicación sobre el Progreso de 2015.

Para mayor información acerca de algunos temas, documentos de consulta y su retroalimentación —la cual es muy valiosa— contamos con el micrositio: www.grupobimbo.com/informe

ANÁLISIS DE DESEMPEÑO

RESUMEN DE DESEMPEÑO FINANCIERO

VENTAS NETAS

Las ventas netas acumuladas se elevaron 15.0% debido al beneficio cambiario generado por Norteamérica, Latinoamérica y Europa, así como al crecimiento orgánico en México y a la adquisición de Donuts Iberia.

México: Las ventas netas crecieron 8.0% en comparación con 2015, principalmente como resultado del sólido desempeño de los volúmenes en la mayoría de las categorías y en todos los canales. Es importante destacar que el pan dulce continuó con tendencia positiva y recuperó volúmenes, debido en parte a la estrategia promocional. El aumento en los volúmenes también estuvo respaldado por innovaciones en el portafolio, dentro de las que se encuentra el pastelito Latte.

Norteamérica: En pesos, las ventas netas registraron un crecimiento de 16.2%, principalmente reflejo del beneficio del tipo de cambio. Por su parte, las ventas denominadas en dólares disminuyeron 1.1%; en tanto que los volúmenes permanecieron sin cambio. El desempeño en las categorías de congelados, botanas y pan dulce, así como el crecimiento en marcas estratégicas, ayudaron a contrarrestar la presión que enfrenta la categoría de pan. Los productos artesanales mostraron un buen desempeño en Canadá, al igual que los bagels, muffins y tortillas.

Latinoamérica: El crecimiento de 19.9% en las ventas netas se atribuye principalmente a la revaloración de la mayoría de las monedas frente al peso mexicano, así como al sólido avance de los volúmenes en casi todos los países, notablemente en Perú, Chile y en la división Latin Centro, mostrando rutas más eficientes y un mayor alcance de la distribución. Por otro lado, Brasil y Argentina enfrentaron un contexto económico retador, el cual ejerció presión en el consumo y en los volúmenes.

Europa: Durante el año las ventas netas registraron un crecimiento significativo de 54.4%, explicado principalmente por la adquisición de Panrico, el beneficio cambiario y el crecimiento secuencial de los volúmenes en Iberia. Esto último derivó en parte del buen desempeño en el canal tradicional y en las marcas de pan Oroweat y The Rustik Bakery, así como en la categoría de botanas.

UTILIDAD BRUTA

La disminución en los costos de las materias primas en Norteamérica, Latinoamérica y Europa contribuyeron al incremento de 16.6% y a la expansión de 70 puntos base en el margen, el cual se ubicó en 54.0%.

A pesar de las eficiencias y las iniciativas de control de gastos en México, el efecto del tipo de cambio en los costos de las materias primas ejerció presión en el margen, tanto del trimestre como del acumulado. En el caso de Latinoamérica, la contracción del margen en el cuarto trimestre se debió al débil desempeño de los volúmenes en algunos mercados, así como a mayores costos indirectos como consecuencia del entorno inflacionario.

UTILIDAD ANTES DE OTROS INGRESOS Y GASTOS

La utilidad antes de otros ingresos y gastos aumentó 23.1%, con una expansión de 60 puntos base en el margen. Lo anterior derivado del beneficio de eficiencias en la cadena de suministro e iniciativas de control de gastos en México, por ejemplo, el Presupuesto Base Cero, junto con menores gastos de distribución en Norteamérica y Europa.

Lo anterior fue contrarrestado por mayores gastos administrativos y de mercadotecnia en Norteamérica. Este último, con el objetivo de impulsar el crecimiento de las marcas estratégicas. Asimismo, se elevaron los gastos generales en Latinoamérica, debido en parte a la apertura de una planta en Córdoba, Argentina.

UTILIDAD DE OPERACIÓN

La utilidad de operación aumentó 28.1% con respecto al año anterior, mientras que el margen se expandió 80 puntos base. Esto se atribuye fundamentalmente al beneficio en el margen bruto antes mencionado, a la reducción en los gastos de reestructura en Estados Unidos y Europa, junto con una disminución en el renglón de “otros gastos” en México, Norteamérica y Europa.

Estos factores fueron parcialmente contrarrestados por:

- I. Mayores gastos de integración y reestructura en:
 - » Canadá y el negocio de pan congelado, relacionados con la migración de los sistemas y las inversiones en eficiencias de producción;
 - » Argentina, como parte de la apertura de la planta previamente mencionada y la adquisición del negocio de congelados; y
 - » Europa, por la integración de Donuts Iberia.
- II. Los siguientes cargos no monetarios:
 - » alrededor de \$1,700 millones en Latinoamérica por deterioros de algunas marcas, crédito mercantil, provisiones fiscales y bajas de activos, entre otros; y
 - » \$473 millones (US \$21 millones) debido a la reestructura de tres planes de pensiones multipatronales (“PPMPs”) en Norteamérica, lo cual fue parcialmente contrarrestado por el beneficio del alza en las tasas de interés.

RESULTADO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO

En 2016, la Compañía registró un costo de \$4,592 millones, comparado con \$4,190 millones en 2015.

Este aumento de \$402 millones se debe al fortalecimiento del dólar estadounidense frente al peso mexicano. Es importante destacar que la Compañía no registró una pérdida cambiaria significativa, como resultado de una política de coberturas estricta y responsable.

UTILIDAD NETA MAYORITARIA

La utilidad neta mayoritaria creció 14.1%, en tanto que el margen registró una ligera disminución de 10 puntos base, para finalizar en 2.3%. Esto, debido a los cargos no monetarios antes mencionados y a un aumento en la tasa efectiva de impuestos, la cual se situó en 50.3%. Este incremento en la tasa es consecuencia de:

- I. la cancelación de impuestos diferidos por las pérdidas fiscales acumuladas en Brasil y un impacto de no reconocer beneficios en impuestos diferidos en algunos países;
- II. mayores utilidades en Estados Unidos, el cual tiene una tasa efectiva mayor;
- III. una base gravable más alta producto del efecto inflacionario en la deuda financiera; y
- IV. la deducibilidad parcial en la previsión social en México.

La utilidad por acción durante el periodo ascendió a \$1.25, en comparación con \$1.10 en el año anterior.

UAFIDA AJUSTADA

La UAFIDA ajustada registró un incremento de 25.4%, mientras que el margen se expandió 90 puntos base. Tal como se mencionó anteriormente, este resultado se atribuye, sobre todo, a las mejoras en el desempeño operativo en la mayoría de las regiones, incluyendo un giro en la rentabilidad de Europa, así como al consecuente crecimiento de las ventas y las iniciativas para el control de gastos en México.

ESTRUCTURA FINANCIERA

Al 31 de diciembre de 2016, la deuda total fue de \$82,500 millones, en comparación con \$67,761 millones al 31 de diciembre de 2015. Este aumento de 22% fue principalmente resultado de una revaloración de 20% del dólar estadounidense, lo cual aumentó la deuda denominada en dicha moneda.

El vencimiento promedio de la deuda es de 8.3 años, con un costo promedio de 4.5%. La deuda a largo plazo representa el 97% del total. Asimismo, 63% de la deuda está denominada en dólares estadounidenses, 23% en dólares canadienses, 10% en pesos mexicanos y 4% en euros.

A pesar del impacto del tipo de cambio en la deuda, los múltiplos de apalancamiento mejoraron en el año. La razón de deuda total a UAFIDA ajustada fue de 2.8 veces, comparado con 2.9 veces al 31 de diciembre de 2015; en tanto que la razón de deuda neta a UAFIDA ajustada fue de 2.6 veces.

REPORTE DEL COMITÉ DE AUDITORÍA Y PRÁCTICAS SOCIETARIAS

Ciudad de México, a 18 de abril del 2017

AL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE GRUPO BIMBO, S. A. B. DE C. V.

Muy señores míos,

Para dar cumplimiento a lo dispuesto en la Ley del Mercado de Valores, los estatutos de la Sociedad y el Reglamento del Comité de Auditoría y de Prácticas Societarias de Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V. ("el Grupo", "la compañía", "la sociedad"), rindo a ustedes el informe de las actividades que llevó a cabo el Comité de Auditoría y de Prácticas Societarias ("el Comité") en el transcurso del año terminado el 31 de diciembre de 2016. Durante el desarrollo de nuestro trabajo tuvimos presentes las recomendaciones establecidas en el Código de Mejores Prácticas Corporativas.

Con base en el programa de trabajo previamente aprobado, el Comité se reunió en cinco ocasiones en el año, y desahogamos los temas que por disposición legal estamos obligados y llevamos a cabo las actividades que describo en seguida:

CONTROL INTERNO

Nos cercioramos que la Administración haya establecido los lineamientos generales en materia de control interno así como los procesos necesarios para su aplicación y cumplimiento, con la ayuda tanto de los Auditores Internos como Externos. Adicionalmente, dimos seguimiento a las observaciones que al respecto desarrollaron ambos cuerpos de auditoría en el cumplimiento de su trabajo.

Los responsables por parte de la Administración nos presentaron los planes de acción correspondientes a las observaciones derivadas de las auditorías internas, de tal manera que el contacto con ellos fue frecuente y sus respuestas satisfactorias.

CÓDIGO DE ÉTICA

Con el apoyo tanto de Auditoría Interna como de otras instancias de la compañía, nos cercioramos del grado de cumplimiento, por parte de su personal, del Código de Ética vigente en el Grupo.

Conocimos los resultados y los temas sobresalientes en la línea de contacto para los colaboradores del Grupo. La Administración nos hizo saber de las acciones que tomaron en tales casos.

AUDITORÍA EXTERNA

La firma de auditores externos que presta los servicios relativos, es la misma que en años anteriores y de igual forma, es una sola en todos los países en los que la compañía opera.

Aprobamos los honorarios correspondientes a estos servicios, incluyendo los relativos a los adicionales por el crecimiento del Grupo y otros servicios permitidos. Nos aseguramos que dichos pagos no interfieran con su independencia.

Los auditores externos nos expusieron, y el Comité aprobó, su enfoque y programa de trabajo y las áreas de interacción con la Dirección de Auditoría Interna del Grupo.

Mantuvimos comunicación directa y estrecha con los auditores externos y trimestralmente nos dieron a conocer los avances de su trabajo, las observaciones que tuvieran y tomamos nota de sus comentarios sobre los estados financieros trimestrales y anuales. Conocimos oportunamente sus conclusiones e informes sobre los estados financieros anuales.

Por último, evaluamos los servicios que prestó la firma de auditores externos, correspondientes al año 2016 y conocimos oportunamente los estados financieros preliminares.

AUDITORÍA INTERNA

Revisamos y aprobamos el programa anual de trabajo para el año 2016 así como el presupuesto para llevar a cabo las actividades del área.

En cada una de las sesiones de este Comité, recibimos y aprobamos los informes periódicos relativos al avance del programa de trabajo aprobado.

Dimos seguimiento a las observaciones y sugerencias que hizo Auditoría Interna y nos cercioramos que la Administración solucionara las desviaciones de control interno señaladas, por lo que consideramos que el estado que guarda dicho sistema es razonablemente correcto.

Autorizamos el plan anual de capacitación para el personal del área y nos cercioramos de su efectividad. En dicho plan participan activamente diversas firmas de profesionales especializados, de tal manera que los temas cubiertos mantienen actualizados a los integrantes de esta función.

Revisamos y dimos seguimiento al programa de transformación de la función de Auditoría Interna, que fue puesto en marcha para lograr su fortalecimiento.

INFORMACIÓN FINANCIERA Y POLÍTICAS CONTABLES

En conjunto con las personas responsables de la preparación de los estados financieros trimestrales y anuales de la sociedad, los conocimos, los revisamos

y recomendamos al Consejo de Administración su aprobación y otorgamos la autorización para ser publicados. Para llevar a cabo este proceso tomamos en cuenta la opinión y observaciones que emitieron los auditores externos.

Con el apoyo de los auditores internos y externos y para opinar sobre los estados financieros nos cercioramos que los criterios, políticas contables y la información utilizados por la Administración para la preparar la información fueran adecuados y suficientes y se hayan aplicado en forma consistente con el ejercicio anterior, considerando los cambios aplicables tanto en el año como para el año anterior, relacionados con las Normas Internacionales de Información Financiera. En consecuencia, la información presentada por la Administración refleja en forma razonable la situación financiera, los resultados de la operación, las variaciones en el capital contable y los flujos de efectivo en la Sociedad.

CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVIDAD Y LEYES APLICABLES, CONTINGENCIAS

Nos aseguramos de la existencia y confiabilidad de los controles internos establecidos por la empresa para dar cabal cumplimiento de las diferentes disposiciones legales a que está sujeta, cerciorándonos que estuviesen adecuadamente reveladas en la información financiera. Todo lo anterior con el apoyo de los auditores internos y externos.

Al cierre de cada trimestre revisamos las diversas contingencias fiscales, legales y laborales existentes en la empresa y nos cercioramos que el procedimiento establecido para identificarlas fuera integral y se siguiera consistentemente, para que la Administración tuviera los elementos para su oportuno y adecuado seguimiento.

El Comité de Riesgos de la Administración nos informó de la metodología que se sigue para determinar y evaluar los riesgos relevantes que enfrenta el Grupo y nos cercioramos que estuvieran siendo monitoreados y gestionados en su caso, así como que estuvieran considerados en los planes de trabajo de los auditores internos.

La Administración nos expuso los lineamientos principales que rigen la política de anticorrupción, así como los planes de difusión y validación de su cumplimiento, los cuales encontramos adecuados.

CUMPLIMIENTO DE OTRAS OBLIGACIONES

Llevamos a cabo las reuniones con los directivos y funcionarios de la Administración que consideramos necesarias para mantenernos informados de la marcha de la Sociedad y las actividades y eventos relevantes y poco usuales.

Tuvimos conocimiento de los asuntos significativos que pudieron implicar posibles incumplimientos a las políticas de operación, sistema de control interno y políticas de registro contable, así mismo, fueron informados sobre las medidas correctivas tomadas en cada uno de ellos, encontrándolas satisfactorias.

No juzgamos necesario solicitar el apoyo y la opinión de expertos independientes pues los asuntos tratados en cada sesión fueron debidamente sustentados por la información relativa y por tanto las conclusiones a las que llegamos fueron satisfactorias para los consejeros miembros del Comité.

OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS

Revisamos y recomendamos al Consejo para su aprobación, todas y cada una de las operaciones con partes relaciones que requieren de aprobación por el

Consejo de Administración por el ejercicio de 2016, así como las operaciones recurrentes que se proyectan celebrar durante el ejercicio de 2017 y que requieren de aprobación por el Consejo de Administración.

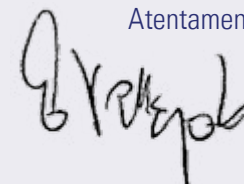
EVALUACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN

Revisamos y recomendamos al Consejo para su aprobación la designación, evaluación y retribución de Director General, así como de los directivos que conforman el Comité Ejecutivo para el ejercicio de 2016.

En mi calidad de Presidente del Comité de Auditoría y de Prácticas Societarias, reporté al Consejo de Administración las actividades que desarrollamos colegiadamente al interior de dicho órgano.

Los trabajos que llevamos a cabo, quedaron debidamente documentados en actas preparadas de cada reunión las cuales, fueron revisadas y aprobadas oportunamente por los integrantes del Comité.

Atentamente,



Edmundo Miguel Vallejo Venegas

Presidente del Comité de Auditoría y Prácticas Societarias de
Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V.

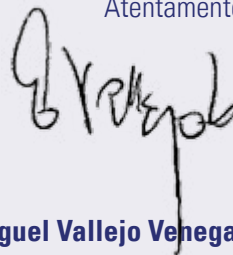
Ciudad de México, a 18 de abril del 2017

Al Consejo de Administración de Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V.

En mi carácter de presidente del Comité de Auditoría y Prácticas Societarias, ("el Comité") de "Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V.", ("la Sociedad"), y en cumplimiento a lo dispuesto en el inciso e) fracción II del artículo 42 de la Ley del Mercado de Valores, rindo a ustedes la opinión del Comité respecto al contenido del informe del Director General en relación con la situación financiera y los resultados de la Sociedad por el año terminado el 31 de diciembre de 2016.

En la opinión del Comité, las políticas y criterios contables y de información, seguidos por la Sociedad y considerada en la preparación de la información financiera consolidada, son adecuados y suficientes y acordes a las normas internacionales de información financiera. Por lo tanto, la información financiera consolidada presentada por el Director General refleja en forma razonable la situación financiera y los resultados de la Sociedad al 31 de diciembre de 2016 y por el año terminado en esa fecha.

Atentamente,



Edmundo Miguel Vallejo Venegas

Presidente del Comité de Auditoría y Prácticas Societarias de
Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V.

INDICE GRI

G4-32

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES		
Contenidos Básicos Generales	Página o link / Respuesta directa	Verificación externa
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		
G4-1	12-14	No
G4-2	12-14	No
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
G4-3	119	No
G4-4	2,5,10	No
G4-5	119	No
G4-6	2,5,4	No
G4-7	97	No
G4-8	2,5,9,18	No
G4-9	7,9,84	No
G4-10	7,84	No
G4-12	milenio3.com.mx/sustentabilidad-2016	No
G4-13	No hubo cambios	No
G4-14	21	No
G4-15	38	No
G4-16	milenio3.com.mx/sustentabilidad-2016	No
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA		
G4-17	22,23,25	No
G4-18	22,23,25	No
G4-19	22,23,25	No
G4-20	22,23,25	No
G4-21	22,23,25	No
G4-22	22,23,25	No
G4-23	milenio3.com.mx/sustentabilidad-2016	No

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

Contenidos Básicos Generales	Página o link / Respuesta directa	Verificación externa
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
G4-24	22,23,25,26	No
G4-25	22,23,25,26	No
G4-26	22,23,25,26	No
G4-27	22,23,25,26	No
PERFIL DE LA MEMORIA		
G4-28	104	No
G4-29	104	No
G4-30	104	No
G4-31	104	No
G4-32	111-117	No
G4-33	104	No
GOBIERNO		
G4-34	97	No
G4-35	97	No
G4-36	97	No
G4-38	97	No
G4-39	97	No
G4-40	97	No
G4-41	97	No
G4-42	97,98	No
G4-43	99	No
ÉTICA E INTEGRIDAD		
G4-56	102	No
G4-57	102	No
G4-58	102	No

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS		
DMA e Indicadores	Página o link / Respuesta directa	Verificación externa
CATEGORÍA: ECONÓMICA		
ASPECTO MATERIAL: DESEMPEÑO ECONÓMICO		
G4-DMA	19,71	No
G4-EC1	7,71,72	No
G4-EC2	21,49	No
ASPECTO: PRESENCIA EN EL MERCADO		
G4-DMA	16	No
G4-EC5	94	No
G4-EC6	90	No
ASPECTO MATERIAL: CONSECUENCIAS ECONÓMICAS INDIRECTAS		
G4-DMA	71	No
G4-EC7	71,73,78	No
G4-EC8	71,73,78	No
ASPECTO MATERIAL: PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN		
G4-DMA	62,68	No
CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE		
ASPECTO MATERIAL: MATERIALES		
G4-DMA	56	No
G4-EN1	58	No
G4-EN2	58	No
ASPECTO: ENERGÍA		
G4-DMA	53	No
G4-EN3	50,56	No
G4-EN4	52,56	No
G4-EN6	53	No
ASPECTO MATERIAL: AGUA		
G4-DMA	60	No
G4-EN8	60	No
G4-EN10	60	No

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS		
DMA e Indicadores	Página o link / Respuesta directa	Verificación externa
ASPECTO MATERIAL: BIODIVERSIDAD		
G4-DMA	65	No
G4-EN11	65	No
G4-EN12	65	No
G4-EN13	66	No
G4-EN14	65	No
ASPECTO MATERIAL: EMISIONES		
G4-DMA	51	No
G4-EN16	55	No
G4-EN17	55	No
ASPECTO MATERIAL: EFLUENTES Y RESIDUOS		
G4-DMA	56	No
G4-EN23	58	No
ASPECTO MATERIAL: PRODUCTOS Y SERVICIOS		
G4-DMA	50,56	No
G4-EN27	51,52,55,56	No
G4-EN28	58	No
ASPECTO MATERIAL: TRANSPORTE		
GA-DMA	51	No
G4-EN30	51	No
ASPECTO MATERIAL: EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES		
G4-DMA	62,64	No
G4-EN32	62	No
G4-EN33	64	No

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

DMA e Indicadores	Página o link / Respuesta directa	Verificación externa
CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL		
SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO		
ASPECTO MATERIAL: EMPLEO		
G4-DMA	84,96	No
G4-LA1	84	No
G4-LA2	96	No
ASPECTO MATERIAL: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO		
G4-DMA	18,42,91	No
G4-LA5	92	No
G4-LA6	7,18,92	No
ASPECTO MATERIAL: CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN		
G4-DMA	85	No
G4-LA9	85	No
G4-LA10	87	No
G4-LA11	87,88	No
ASPECTO MATERIAL: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES		
G4-DMA	89	No
G4-LA12	18,89	No
ASPECTO MATERIAL: IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES		
G4-DMA	94	No
G4-LA13	No existen diferencias salariales basadas en el género, de acuerdo con lo dispuesto en nuestra política de compensaciones	No
ASPECTO MATERIAL: EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES DE LOS PROVEEDORES		
G4-DMA	64	No
G4-LA14	62	No
G4-LA15	64	No
G4-LA16	82	No

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS		
DMA e Indicadores	Página o link / Respuesta directa	Verificación externa
SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS		
ASPECTO MATERIAL: INVERSIÓN		
G4-DMA	89	No
G4-HR1	89	No
G4-HR2	89	No
ASPECTO MATERIAL: NO DISCRIMINACIÓN		
G4-DMA	103	No
G4-HR3	Debido a la correcta gestión de este aspecto, no existieron casos de discriminación durante el periodo del reporte	No
ASPECTO MATERIAL: MEDIDAS DE SEGURIDAD		
G4-DMA	103	No
G4-HR7	103	No
ASPECTO MATERIAL: EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS		
G4-DMA	64	No
G4-HR10	64	No
G4-HR11	64	No
ASPECTO MATERIAL: MECANISMOS DE RECLAMACIÓN EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS		
G4-DMA	82	No
G4-HR12	82	No
ASPECTO MATERIAL: COMUNIDADES LOCALES		
G4-DMA	71	No
G4-S01	46	No
ASPECTO MATERIAL: LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN		
G4-DMA	101	No
G4-S03	101, milenio3.com.mx/sustentabilidad-2016	No
G4-S04	101, milenio3.com.mx/sustentabilidad-2016	No

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

DMA e Indicadores	Página o link / Respuesta directa	Verificación externa
ASPECTO MATERIAL: PRÁCTICAS DE COMPETENCIA DESLEAL		
G4-S06	102, milenio3.com.mx/sustentabilidad-2016	No
G4-S07	milenio3.com.mx/sustentabilidad-2016	No
ASPECTO MATERIAL: EVALUACIÓN DE LA REPERCUSIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES		
G4-DMA	64	No
G4-S09	64	No
G4-S010	64	No
G4-S011	82	No
SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS		
ASPECTO MATERIAL: SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES		
G4-DMA	30,31,33,34,68	No
G4-PR1	34,36	No
G4-PR2	34,82	No
ASPECTO MATERIAL: ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS		
G4-DMA	39,40	No
G4-PR3	39	No
G4-PR4	39	No
ASPECTO MATERIAL: COMUNICACIONES DE MERCADOTECNIA		
G4-DMA	41	No
G4-PR6	38	No
G4-PR7	41	No
CONTENIDOS DEL SECTOR AGROALIMENTARIO		
DMA Bienestar Animal	68	No
FP4	39,42,44,46	No
FP5	33,38	No
FP6	34,39	No
FP7	34	No
FP8	39	No

INFORMACIÓN PARA LOS GRUPOS DE INTERÉS

G4-31



Acciones: Bolsa Mexicana de Valores (BMV)

Clave de Pizarra: BIMBO

Clave de Pizarra ADR Nivel 1 BMBOY



Oficinas Corporativas: Corporativo Bimbo, S.A. de C.V.
Prolongación Paseo de la Reforma No. 1000
Colonia Peña Blanca Santa Fe
Delegación Álvaro Obregón, CP 01210
Ciudad de México
+52 55 5268 6600



Relación con Inversionistas: ir@grupobimbo.com

Relaciones Institucionales: responsabilidadsocial.gpobimbo@grupobimbo.com

Contacto en línea: www.grupobimbo.com
twitter.com/Grupo_Bimbo
facebook.com/GrupoBimbo



REPORTE ANUAL INTEGRADO 2016