

REPORTE ANUAL DE

GRUPO BIMBO, S.A.B. DE C.V.



Reporte Anual que se presenta de acuerdo con las disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2010.

Nombre de la emisora: Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V.

Domicilio: Prolongación Paseo de la Reforma No. 1000, Colonia Peña Blanca Santa Fe, C.P. 01210, México, D.F. La dirección de Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V. en Internet es www.grupobimbo.com, en el entendido que la información ahí contenida no es parte de este Reporte Anual.

Títulos accionarios en circulación: las acciones representativas del capital social de Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V. son acciones de la Serie "A" comunes, ordinarias, nominativas, sin expresión de valor nominal, las cuales se encuentran inscritas en el Registro Nacional de Valores y cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, S.A.B. de C.V.

Clave de cotización: "BIMBO".

La inscripción en el Registro Nacional de Valores no implica certificación sobre la bondad de los valores, la solvencia de la emisora o sobre la exactitud o veracidad de la información contenida en este Reporte Anual, ni convalida los actos que, en su caso, hubieren sido realizados en contravención de las leyes.

México, D.F. a 28 de junio de 2011

**INFORMACIÓN REFERENTE A LOS CERTIFICADOS BURSÁTILES EMITIDOS POR
GRUPO BIMBO, S.A.B. DE C.V.**

Clave de pizarra	BIMBO 02-2	BIMBO 09	BIMBO 09-2	BIMBO 09U
Monto	\$750,000,000	\$5,000,000,000	\$2,000,000,000	706,302,200 UDIS
No. series en que se divide la emisión	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Fecha de emisión	17 de mayo de 2002	5 de junio de 2009	5 de junio de 2009	5 de junio de 2009
Fecha de vencimiento	3 de mayo de 2012	9 de junio de 2014	6 de junio de 2016	6 de junio de 2016
Plazo de la emisión	3,639 días	1,820 días	2,548 días	2,548 días
Intereses y procedimiento de cálculo	Interés bruto anual fijo sobre su valor nominal a una tasa de 10.15%	Interés bruto anual sobre su valor nominal a una tasa de TIIE a plazo de 28 días más 1.55 puntos porcentuales	Interés bruto anual fijo sobre su valor nominal a una tasa de 10.60%	Interés bruto anual fijo sobre su valor nominal a una tasa de 6.05%
Periodicidad en el pago de intereses	Aproximadamente cada seis meses, iniciando el 14 de noviembre de 2002	Cada 28 días iniciando el 13 de julio de 2009	Cada 182 días iniciando el 14 de diciembre de 2009	Cada 182 días iniciando el 14 de diciembre de 2009
Lugar y forma de pago de intereses y principal	El principal e intereses de los Certificados Bursátiles se pagarán en efectivo el día de su vencimiento y en cada una de las fechas de pago de interés, respectivamente, en las oficinas de la S.D. Ineval, S.A. de C.V., Institución para el Depósito de Valores, contra la entrega de las constancias al efecto expedidas por la depositaria o, en su caso, en las oficinas de la Emisora. Los pagos se realizarán mediante transferencia electrónica.	El principal y los intereses ordinarios devengados se pagarán el día de su vencimiento, mediante transferencia electrónica, en el domicilio de S.D. Ineval Institución para el Depósito de Valores, S.A. de C.v., o en su caso, en las oficinas de la Emisora		

Clave de pizarra	BIMBO 02-2	BIMBO 09	BIMBO 09-2	BIMBO 09U
Subordinación de los títulos	N.A.	Limitación de gravámenes / Prelación de Pagos (<i>Pari Passu</i>)		
Amortización y amortización anticipada	La amortización de los Certificados Bursátiles se efectuará en la fecha de vencimiento de la emisión mediante un solo pago contra la entrega del propio título de crédito o constancia al efecto emitida por la S.D. Indeval, S.A. de C.V., Institución para el Depósito de Valores.	Un solo pago en la fecha de vencimiento.	Un solo pago en la fecha de vencimiento. La Emisora tendrá derecho a amortizar de manera anticipada, la totalidad (pero no una parte) de los Certificados Bursátiles en cualquier fecha, antes de la Fecha de Vencimiento, tal como se describe en el Suplemento (<i>Make-Whole</i>).	
Garantía	Todos los Certificados Bursátiles son quirografarios, por lo que no cuentan con garantía específica. El 5 de junio de 2009 las subsidiarias de Grupo Bimbo denominadas Bimbo, S.A. de C.V., Barcel, S.A. de C.V., Bimbo Bakeries USA, Inc. y Bimbo Foods, Inc. estipularon con Grupo Bimbo que dichas sociedades, de manera solidaria entre ellas y con Grupo Bimbo, se obligan de manera incondicional e irrevocable (salvo que cuenten con el consentimiento de la mayoría de los tenedores de los Certificados Bursátiles, computada en los términos del título correspondiente y la legislación aplicable), a realizar el pago total y oportuno de las cantidades de principal e intereses a cargo de Grupo Bimbo al amparo de	Los Certificados Bursátiles son quirografarios y contarán con el aval de sus subsidiarias denominadas Bimbo, S.A. de C.V., Barcel, S.A. de C.V., Bimbo Bakeries USA, Inc. y Bimbo Foods, Inc. Los Certificados Bursátiles serán avalados por Subsidiarias de la Emisora que, individualmente o en conjunto, alcancen el Requisito de Avaluos Mínimos. En cualquier momento durante la vigencia de los Certificados Bursátiles y sin que sea necesario el consentimiento de los Tenedores o del Representante Común, la Emisora tendrá el derecho de liberar a cualquier Avalista de sus obligaciones de pago que tenga con tal carácter al amparo de los Certificados Bursátiles, así como para sustituir a cualquier Avalista o incluir nuevas Avalistas, siempre y cuando después de que dicha liberación, adición o sustitución surta efectos, se cumpla con el Requisito de Avaluos Mínimos, en base a los estados financieros anuales auditados consolidados de la Emisora más recientes que se encuentren disponibles. Para estos efectos, " <u>Requisito de Avaluos Mínimos</u> " significa, al último día de cada ejercicio social, que la UAFIDA de las Avalistas represente al menos el setenta y cinco por ciento (75%) de la UAFIDA Consolidada de la Emisora para dicho ejercicio social. El cálculo anterior se hará tomando como base los estados financieros anuales auditados consolidados de la Emisora más recientes que se encuentren disponibles.		

Clave de pizarra	BIMBO 02-2	BIMBO 09	BIMBO 09-2	BIMBO 09U
	los Certificados Bursátiles. Ver “Eventos Recientes” más adelante en este Reporte Anual.			
Fiduciario	N.A.			
Calificación	Standard & Poor’s, S.A. de C.V. “mxAA+” Fitch México, S.A. de C.V. “AA+(mex)”	Standard & Poor’s, S.A. de C.V. “mxAA+” Fitch México, S.A. de C.V. “AA+(mex)” Moody’s de México, S.A. de C.V. “Aa1.mx”		
Representante Común	Scotia Inverlat Casa de Bolsa, S.A. de C.V., Grupo Financiero Scotia Inverlat	Banco INVEX, S.A., Institución de Banca Múltiple, INVEX		
Depositario	S.D. Indeval Institución para el Depósito de Valores S.A. de C.V.			
Régimen fiscal	La tasa de retención del impuesto sobre la renta aplicable respecto de los intereses pagados conforme a los Certificados Bursátiles se encuentra sujeta para personas físicas y morales residentes para efectos fiscales en: (i) México, al artículo segundo transitorio, fracción LXXII, y al artículo 160 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta; y (ii) el extranjero, al artículo 195 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.	La tasa de retención aplicable, en la fecha de este Suplemento, respecto de los intereses pagados conforme a los Certificados Bursátiles se encuentra sujeta (i) para las personas físicas o morales residentes en México para efectos fiscales, a lo previsto en los artículos 58, 160 y demás aplicables de la Ley del Impuesto Sobre la Renta vigente, y (ii) para las personas físicas y morales residentes en el extranjero para efectos fiscales, a lo previsto en los artículos 179, 195 y demás aplicables de la Ley del Impuesto Sobre la Renta vigente. Los posibles adquirentes de los Certificados Bursátiles deberán consultar con sus asesores las consecuencias fiscales resultantes de su inversión en los Certificados Bursátiles, incluyendo la aplicación de reglas específicas respecto a su situación particular. El régimen fiscal vigente podrá modificarse a lo largo de la duración del Programa y a lo largo de la vigencia de la presente Emisión.		

ÍNDICE

	Página
1) INFORMACIÓN GENERAL	
a) Glosario de Términos y Definiciones.....	1
b) Resumen Ejecutivo.....	5
c) Factores de Riesgo.....	10
d) Otros Valores.....	19
e) Cambios Significativos a los Derechos de Valores Inscritos en el RNV.....	22
f) Destino de los Fondos.....	22
g) Documentos de Carácter Público.....	22
2) LA COMPAÑÍA	
a) Historia y Desarrollo de la Emisora.....	23
b) Descripción del Negocio.....	33
i) Actividad Principal.....	33
ii) Canales de Distribución.....	54
iii) Patentes, Licencias, Marcas y Otros Contratos.....	56
iv) Principales Clientes.....	57
v) Legislación Aplicable y Situación Tributaria.....	58
vi) Recursos Humanos.....	64
vii) Desempeño Ambiental.....	65
viii) Información de Mercado.....	67
ix) Estructura Corporativa.....	72
x) Descripción de los Principales Activos.....	72
xi) Procesos Judiciales, Administrativos o Arbitrales.....	78
xii) Acciones Representativas del Capital Social.....	79
xiii) Dividendos.....	79
3) INFORMACIÓN FINANCIERA	
a) Información Financiera Seleccionada.....	81
b) Información Financiera por Negocio, Zona Geográfica y Ventas de Exportación.....	89
c) Informe de Créditos Relevantes.....	89
d) Comentarios y Análisis de la Administración sobre los Resultados de Operación y Situación Financiera de la Emisora.....	91
i) Resultados de la Operación.....	91
ii) Situación Financiera, Liquidez y Recursos de Capital.....	97
iii) Control Interno.....	100
e) Estimaciones, Provisiones o Reservas Contables Críticas.....	100
4) ADMINISTRACIÓN	
a) Auditores Externos.....	104
b) Operaciones con Personas Relacionadas y Conflictos de Interés.....	104
c) Administradores y Accionistas.....	106
d) Estatutos Sociales y Otros Convenios.....	116

ÍNDICE

	Página
5) MERCADO DE CAPITAL	
a) Estructura Accionaria.....	121
b) Comportamiento de la Acción en el Mercado de Valores.....	121
c) Formador de Mercado.....	122
6) PERSONAS RESPONSABLES	
Personas Responsables.....	123
7) ANEXOS	
a) Opinión del Comité de Auditoría al Informe del Director General correspondiente al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2010.....	125
b) Estados Financieros Auditados por los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2010 y 2009.....	126
c) Informe del Comité de Auditoría correspondiente al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2010.....	183

Ningún intermediario, apoderado para realizar operaciones con el público o cualquiera otra persona han sido autorizados para proporcionar información o hacer cualquier declaración que no esté contenida en este Reporte Anual. Como consecuencia de lo anterior, cualquier información o declaración que no esté contenida en este Reporte Anual deberá entenderse como no autorizada por Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V.

Asimismo, a menos que se indique lo contrario, la información de la Compañía contenida en el presente Reporte Anual se presenta al 31 de diciembre de 2010.

1) INFORMACIÓN GENERAL

a)

GLOSARIO DE TÉRMINOS Y DEFINICIONES

A menos que el contexto indique lo contrario, para los efectos del presente Reporte Anual, los siguientes términos tendrán el significado que se les atribuye a continuación, mismo que será aplicable tanto en singular como en plural:

<u>Términos</u>	<u>Definiciones</u>
"Accionistas Principales"	Grupo de accionistas que mantiene la mayoría de las acciones del capital social de BIMBO, los cuales son Normaciel, S.A. de C.V., Promociones Monser, S.A. de C.V., Banco Nacional de México, S.A. como fiduciario, Philae, S.A. de C.V., Distribuidora Comercial Senda, S.A. de C.V., y Marlupag, S.A. de C.V.
"AIB"	American Institute of Baking.
"BASC"	Business Anti-Smuggling Coalition.
"BBU"	BBU, Inc., (Bimbo Bakeries USA), subsidiaria de Grupo Bimbo que consolida las operaciones en los Estados Unidos de América.
"BIMBO", "Compañía", "Emisora", "Grupo", "Grupo Bimbo", o "Sociedad"	Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V., y, cuando el contexto lo requiera, conjuntamente con sus subsidiarias consolidadas.
"Bimbo Foods"	Bimbo Foods, Inc.
"BMB Foods"	BMB Foods, LLC
"BIMBO XXI"	Proyecto para la implementación de un sistema para la racionalización de recursos ERP (Enterprise Resource Planning), base de datos y sistemas de apoyo.
"BMV"	Bolsa Mexicana de Valores, S.A.B. de C.V.
"Bushel"	Medida inglesa de capacidad para granos y otros productos sólidos.
"Certificados Bursátiles"	Títulos de crédito emitidos por la Compañía de conformidad con la Ley del Mercado de Valores, al amparo de un Programa de Certificados Bursátiles y que se encuentran en circulación.
"CETES" o "Cetes"	Certificados de la Tesorería de la Federación.
"CFC"	Comisión Federal de Competencia.
"China"	República Popular China.
"CIF" o "Resultado financiero integral"	Costo Integral de Financiamiento.
"CINIF"	Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera, A.C. Organismo responsable de la función y responsabilidad de la emisión de las NIF.
"CNBV"	Comisión Nacional Bancaria y de Valores.
"comida rápida"	Alimentos listos para comer.
"Consejo de Administración" o "Consejo"	Consejo de Administración de BIMBO.
"Datamonitor"	Una compañía independiente que se dedica al análisis de información y

<u>Términos</u>	<u>Definiciones</u>
	de mercados.
“DNV”	Det Norske Veritas.
“Dólares” o “dólares”	Moneda de curso legal en EE.UU.
“EE.UU.”	Estados Unidos de América.
“El Globo”	Gastronomía Avanzada Pastelerías, S.A. de C.V.
“ERP”	Enterprise Resource Planning.
“Estados Financieros Auditados”	Estados financieros consolidados de la Compañía dictaminados al 31 de diciembre de 2010 y 2009, los cuales fueron preparados de conformidad con las Normas de Información Financiera, incluyendo sus notas, los cuales se adjuntan al presente Reporte Anual.
“Estatutos”	Estatutos sociales de BIMBO y sus modificaciones.
“Europa”	Países de la Unión Europea donde BIMBO realiza operaciones.
“FDA”	Food and Drug Administration, una agencia gubernamental de los EE.UU.
“George Weston”	George Weston Bakeries, Inc., Entenmann’s Products Inc., Entenmann’s, Inc. y Entenmann’s Sales Company, Inc. (TSX: WN)
“GFTC”	Guelph Food Technology Centre.
“GMP”	Good Manufacturing Practices (Buenas Prácticas de Manufactura).
“GYRU”	Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., miembro de Deloitte Touche Tohmatsu, auditores externos de la Compañía.
“HACCP”	Hazard Analysis and Critical Control Point (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control).
“IETU”	Impuesto Empresarial a Tasa Única.
“IFC”	International Finance Corporation.
“IMNC”	Instituto Mexicano de Normalización y Certificación, A.C..
“IMPI”	Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial
“Indeval”	S.D. Indeval Institución para el Depósito de Valores, S.A. de C.V..
“INPC”	Índice Nacional de Precios al Consumidor.
“ISO”	International Organization for Standardization (agencia internacional especializada en estandarización).
“ISR”	Impuesto sobre la Renta.
“IVA”	Impuesto al Valor Agregado.
“Latinoamérica”	Centro y Sudamérica; comprende los países de esta área geográfica donde BIMBO tiene operaciones.
“Libor”	London Interbank Offered Rate (tasa interbancaria de referencia de Londres).
“LMV”	Ley del Mercado de Valores.
“m ² ”	Metros cuadrados.

<u>Términos</u>	<u>Definiciones</u>
“México”	Estados Unidos Mexicanos.
“NIF”	Normas de Información Financiera emitidas por el CINIF.
“NOM”	Norma Oficial Mexicana.
“OLA”	Organización Latinoamérica, división encargada de coordinar las operaciones del Grupo en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.
“OMS”	Organización Mundial de la Salud.
“pan de caja”	Pan rebanado y empacado.
“pastelito”	Pastel en presentación individual.
“Pesos”, “pesos” o “\$”	Moneda de curso legal en México.
“PIB”	Producto Interno Bruto.
“PROFEPA”	Procuraduría Federal de Protección al Ambiente.
“PTU”	Participación de los Trabajadores en las Utilidades.
“Reporte Anual”	El presente Reporte Anual de la Emisora, preparado de conformidad con las disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y otros participantes del mercado de valores de la CNBV.
“RNV”	Registro Nacional de Valores.
“TIIIE”	Tasa de Interés Interbancaria de Equilibrio.
“TLCAN”	Tratado de Libre Comercio de América del Norte.
“UAFIDA”	<p>Utilidad Antes de Financiamiento, Impuestos, Depreciación y Amortización. La administración del Grupo utiliza ésta medida como indicador de sus resultados de operación y de su condición financiera; sin embargo no se debe considerar de forma aislada, como una alternativa del ingreso neto, como indicador de desempeño operativo o como sustituto para el análisis de resultados reportados de conformidad con las NIF en México, ya que, entre otros: (i) no refleja los gastos en efectivo, o requerimientos futuros para gastos de capital o compromisos contractuales, (ii) no refleja cambios en, o requerimientos de efectivo necesarios para el capital de trabajo, (iii) no refleja los gastos por intereses; y (iv) no refleja el impuesto sobre la renta en efectivo que el Grupo deba pagar.</p> <p>Debido a lo anterior, la UAFIDA del Grupo no debe ser considerada como una medida discrecional de efectivo disponible para invertir en el crecimiento del Grupo o como una medida de efectivo que estará disponible para que el Grupo cumpla con sus obligaciones. UAFIDA no es una medida financiera reconocida de conformidad con las NIF en México y no puede ser comparada con medidas oficiales similares presentadas por otras compañías en la industria, ya que no todas las compañías utilizan la misma definición. Como resultado, se debe enfocar principalmente en los resultados de conformidad con las NIF en México y utilizar la UAFIDA solamente como medida complementaria.</p>
“USDA”	Food Safety and Inspection Service of the Department of Agriculture, una agencia gubernamental de los EE.UU.

<u>Términos</u>	<u>Definiciones</u>
"WFI"	Weston Foods, Inc., negocio de panificación en EE.UU. que perteneció a George Weston Limited y que BIMBO adquirió el 21 de enero de 2009.
"WGC"	Whole Grains Council, una organización que ayuda a identificar a los consumidores alimentos preparados con granos enteros y sus beneficios.

A menos que se especifique lo contrario, la información financiera contenida en este documento está expresada en millones de pesos mexicanos y fue preparada de acuerdo con las NIF en México.

b) RESUMEN EJECUTIVO

El presente capítulo contiene un breve resumen de la información proporcionada en este Reporte Anual. Al tratarse de un resumen, no pretende contener toda la información relevante incluida en este Reporte.

1. La Compañía

Grupo Bimbo es una de las empresas de panificación más grandes del mundo y una de las compañías de alimentos más grande en el continente americano, con un portafolio diversificado de aproximadamente 7,000 productos y más de 150 marcas reconocidas, incluyendo Bimbo, Thomas', Barcel, Arnold, Marinela, Entemann's y Nutrella.

La Compañía se dedica a la producción, distribución y comercialización de pan de caja, pan dulce, pastelería de tipo casero, galletas, barras de cereales, dulces, chocolates, botanas dulces y saladas, tortillas de harina de trigo, tostadas, cajeta y comida rápida, entre otros. Asimismo, la Compañía tiene una de las redes de distribución más extensas del mundo, con más de 41,000 rutas y una plantilla laboral superior a los 108,000 colaboradores.

A través del desarrollo de las marcas, de productos frescos y de calidad y de innovaciones continuas, el Grupo ha obtenido una participación de liderazgo en el mercado en productos de panadería en los EE.UU., México y en la mayoría de los países de Latinoamérica en los que opera. Según Datamonitor y las investigaciones de mercado internas del Grupo. Al final del 2010, el Grupo era el participante en el mercado número uno o número dos en sus mercados principales (EE.UU., México y Latinoamérica) en todas sus categorías: pan de caja, pan dulce, pasteles, galletas, botanas saladas, productos de confitería, tostadas y tortillas de harina de trigo. Al 31 de diciembre de 2010 Grupo Bimbo, a través de Barcel, ocupaba el segundo lugar en el mercado de de confitería en México el cual incluye principalmente gomas de mascar, chocolates y dulces.

El Grupo opera en 17 países, incluyendo EE.UU., México, Latinoamérica y, en menor medida, China. Al 31 de diciembre el Grupo operaba 103 plantas de producción en todo el mundo, con una capacidad para producir cantidades comerciales de una variedad de productos en sus mercados principales. Con el fin de asegurar la frescura y calidad de sus productos, el Grupo ha desarrollado una extensa red de distribución directa, que cuenta con una de las mayores flotas de distribución en el continente americano. Al 31 de diciembre del 2010, la red de distribución directa del Grupo incluía más de 41,000 rutas de distribución, repartidas en más de 1,000 centros de distribución y que alcanzaba más de 1.8 millones de puntos de venta. El Grupo considera que esta red de distribución es una de sus principales ventajas competitivas.

La siguiente tabla muestra ciertos renglones de los estados financieros consolidados auditados de Grupo Bimbo al cierre de cada uno de los años indicados:

	Al 31 de diciembre de		
	2010	2009	2008
Ventas Netas	117,163	116,353	82,317
Utilidad después de Gastos Generales	11,393	12,054	7,328
UAFIDA	15,468	15,837	9,829
Utilidad Neta Mayoritaria	5,395	5,956	4,320

Nota: Cifras en millones de pesos.

La estrategia general del Grupo está basada en su misión corporativa, esto es, en el desarrollo del valor de sus marcas, y fundamentalmente, en el compromiso de ser una compañía altamente productiva y plenamente humana, así como innovadora, competitiva, orientada a la satisfacción total de sus clientes y

consumidores, líder a nivel internacional en la industria de la panificación y con visión de largo plazo. Ver “La Compañía – Descripción del Negocio” más adelante.

Desde 1980, las acciones de Grupo Bimbo cotizan en la BMV bajo la clave de pizarra “BIMBO”.

2. Información Financiera

Los Estados Financieros Auditados han sido preparados de conformidad con las NIF en México. A menos que se indique lo contrario, toda la información contenida en los Estados Financieros Auditados que se incluye en el presente Reporte Anual ha sido expresada en millones de pesos.

Las cifras correspondientes a 2010 y 2009 están presentadas en los pesos nominales de la fecha en que se generaron, salvo por las cifras de algunos países cuya inflación de los últimos tres años se consideró hiper-inflacionaria y que, por tanto, requieren ser reexpresadas a moneda y tipo de cambio de cierre. Los efectos de actualización de estas cifras no son relevantes en los Estados Financieros auditados ni en la información que se presenta en este Reporte Anual.

Para una mejor comprensión, el resumen de información financiera que se presenta a continuación debe revisarse en conjunto con los Estados Financieros Auditados y los Estados Financieros Auditados y con sus notas.

Asimismo, dicho resumen deberá revisarse con todas las explicaciones proporcionadas por la Administración del Grupo en la sección “Información Financiera” de este Reporte Anual, especialmente en la sección “Comentarios y Análisis de la Administración sobre los Resultados de Operación y Situación Financiera de la Emisora”.

Estados de Resultados Consolidados			
Al 31 de diciembre de:	2010	2009	2008
Ventas Netas (1)	117,163	116,353	82,317
Costo de Ventas	55,317	54,933	40,293
Utilidad Bruta	61,846	61,420	42,024
Gasto de Distribución y Venta	42,933	41,724	29,621
Gasto de Administración	7,520	7,642	5,075
Gastos Generales	50,453	49,366	34,696
Utilidad después de Gastos Generales	11,393	12,054	7,328
Otros Ingresos (Gastos) Neto	(297)	(613)	(8)
Participación de los Trabajadores en las Utilidades	653	563	467
Total Otros Ingresos y (Gastos) Netos	(950)	(1,176)	(475)
Intereses Netos	(2,574)	(2,318)	(461)
Utilidad (Pérdida) Cambiaria	(94)	207	(153)
Resultado por Posición Monetaria	45	99	75
Resultado Financiero Integral	(2,623)	(2,012)	(539)
Participación en los Resultados de Compañías Asociadas	87	42	24
Utilidad antes de Impuestos a la Utilidad	7,907	8,908	6,338
Impuestos a la Utilidad	2,309	4,041	2,099
Impuestos a la Utilidad Diferida	54	(1,214)	(205)
Provisiones	2,363	2,827	1,894
Utilidad antes de Operaciones Discontinuas	5,544	6,081	4,444
Utilidad Neta	5,544	6,081	4,444
Participación Controladora	5,395	5,956	4,320
Participación No Controladora	149	125	124
Utilidad Básica por Acción	4.59	5.07	3.67
Dividendo por Acción	0.50	0.46	0.46
Utilidad Antes de Financiamiento, Intereses, Depreciación y Amortización	15,468	15,837	9,829

Notas a los Estados de Resultados Consolidados:

- (1) Durante 2010, 2009 y 2008, las ventas netas de Bimbo, S.A. de C.V., y Barcel, S.A. de C.V., que se encuentran en México, representaron aproximadamente 47%, 45% y 63%, respectivamente, de las ventas netas consolidadas (ver la Nota 2 de los Estados Financieros Auditados).

Balance General Consolidado			
Al 31 de diciembre de:	2010	2009	2008
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	3,325	4,981	7,339
Cuentas y Documentos por Cobrar - Neto	13,118	12,430	8,557
Inventarios, Neto	3,149	2,969	2,573
Pagos Anticipados	440	499	431
Instrumentos Financieros Derivados	180	146	225
Total del Activo Circulante	20,212	21,025	19,125
Cuentas por cobrar a largo plazo operadores independientes	2,140	1,940	451
Inmuebles, Planta y Equipo Neto	32,028	32,763	26,039
Inversión en Acciones de Asociadas y Obligaciones	1,553	1,479	1,416
Instrumentos Financieros Derivados	393	159	-
Impuestos a la Utilidad Diferidos	1,539	635	1,417
Crédito Mercantil - Neto	19,884	20,394	6,313
Activos Intangibles, Neto	19,372	19,602	4,951
Activo Intangible por Obligaciones Laborales al Retiro			
Otros Activos Neto	1,948	1,669	498
Activo Total	99,069	99,666	60,210
Cuentas por Pagar a Proveedores	5,954	5,341	4,881
Deuda a Corto Plazo y Porción Circulante de Deuda a Largo Plazo	1,624	4,656	2,054
Otras Cuentas por Pagar y Pasivos Acumulados	6,302	6,228	1,499
Cuentas por Pagar a Partes Relacionadas	802	238	584
Impuesto Sobre la Renta	624	3,272	3,624
Participación de los Trabajadores en las Utilidades	709	637	524
Instrumentos Financieros Derivados	-	74	17
Total del Pasivo Circulante	16,015	20,446	13,183
Deuda a Largo Plazo (1)	31,586	32,084	9,079
Instrumentos Financieros Derivados	231	54	51
Beneficios a Empleados y Previsión Social	4,621	4,644	982
Participación de los Trabajadores en las Utilidades Diferidas	249	290	351
Impuestos a la Utilidad Diferidos (2)	622	266	1,257
Otros Pasivos a Largo Plazo	1,208	925	333
Pasivo Total	54,532	58,709	25,236
Participación Controladora	43,710	40,104	34,264
Participación No Controladora	827	853	710
Capital Contable Total	44,537	40,957	34,974

Notas a los Balances Generales Consolidados:

Ver efectos de las reclasificaciones para 2009 y 2008 en notas de Estados Financieros Auditados.

- (1) Algunos pasivos bancarios y bursátiles establecen ciertas restricciones y obligaciones a la estructura financiera de la Compañía (ver la Nota 11 de los Estados Financieros Auditados).
- (2) Ver la Nota 17 de los Estados Financieros Auditados.

Información Financiera Adicional			
Al 31 de diciembre de:	2010	2009	2008
Depreciación y Amortización	3,729	3,783	2,501
Recursos Generados por la Operación	-	-	-
Recursos Utilizados en Actividades de Financiamiento	-	-	-
Recursos Utilizados en Actividades de Inversión	-	-	-
Saldo al Final del Año	-	-	-
Flujos Netos de Efectivo de Actividades de Operación	11,375	13,449	8,850
Flujos Netos de Efectivo de Actividades de Inversión	(5,974)	(38,398)	(7,160)
Flujos Netos de Efectivo de Actividades de Financiamiento	(6,983)	22,606	1,734
Efectivo y Equivalentes de Efectivo al Final del Periodo	3,325	4,981	7,339
Margen Después de Gastos Generales	9.7%	10.4%	8.9%
Margen UAFIDA	13.2%	13.6%	11.9%
Margen Neto	4.7%	5.2%	5.2%
Retorno Sobre Activos	5.6%	6.3%	7.6%
Retorno Sobre el Capital Invertido	11.6%	12.0%	12.0%
UAFIDA	15,468	15,837	9,829
Deuda Total / UAFIDA	2.15	2.32	1.13
Deuda Neta / UAFIDA	1.93	2.01	0.39
UAFIDA / Gastos de Interés	4.94	5.58	13.14

3. Mercado de Capitales

Las acciones representativas del capital social de la Compañía son acciones de la Serie "A" comunes, ordinarias, nominativas, sin expresión de valor nominal, las cuales se encuentran inscritas en el RNV. Dichas acciones comenzaron a cotizar en la BMV en febrero de 1980, cuando la Compañía llevó a cabo su oferta pública inicial. Desde el 1 de febrero de 1999, BIMBO forma parte del Índice de Precios y Cotizaciones de la BMV.

A la fecha del presente Reporte Anual, la acción de BIMBO está clasificada como de alta bursatilidad, conforme al Índice de Bursatilidad publicado por la BMV.

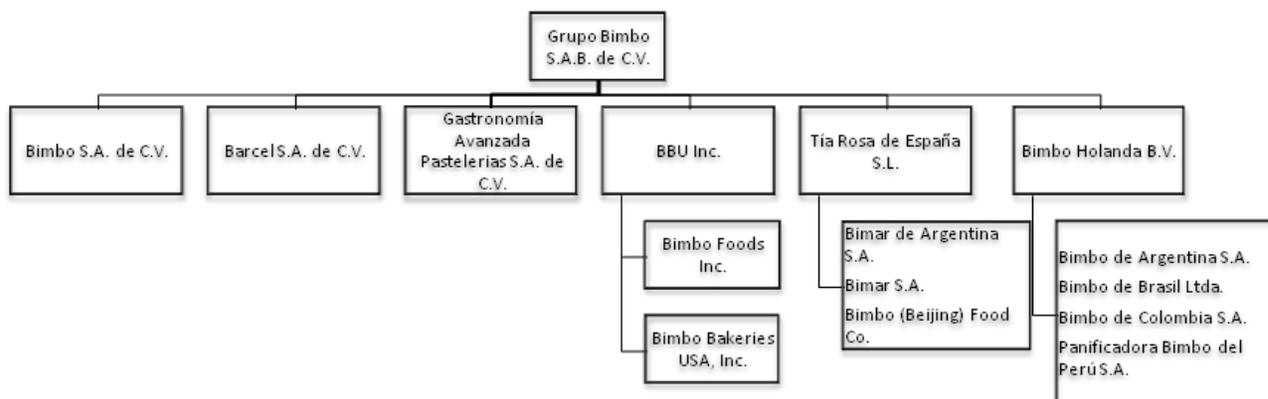
La siguiente tabla muestra los precios de cotización máximos, mínimos y de cierre ajustados, en pesos nominales, así como el volumen de operación de las acciones Serie "A" de BIMBO en la BMV, durante los períodos indicados.

Ejercicios terminados el 31 de diciembre	Pesos por acción Serie "A"			Volumen de operación de acciones Serie "A"
	Máximo	Mínimo	Cierre	
2006	13.75	7.61	13.50	2,833,017,600
2007	20.42	11.38	16.26	1,853,529,600
2008	18.00	12.45	14.58	1,844,708,800
2009	22.99	9.98	21.64	2,286,329,600
2010	27.41	20.56	26.36	2,424,625,600

Fuente: Bloomberg. Datos ajustados al split 4:1 llevado a cabo el 29 de abril de 2011.

4. Estructura Corporativa

La siguiente tabla muestra las principales subsidiarias que integran la estructura corporativa del Grupo:



c) FACTORES DE RIESGO

A continuación se describen los factores que pudieran afectar significativamente el desempeño, la situación financiera y/o los resultados de operación de la Compañía, así como aquellos que pudieran influir en el precio de los valores de la misma.

1. Riesgos Relacionados con el Negocio del Grupo y la Industria

Incrementos en precios y carencia de ciertos insumos de producción, combustibles y energéticos podrían incrementar los costos de producción del Grupo

Algunos de los insumos del Grupo, como harina de trigo, azúcar, plásticos usados en los empaques de sus productos, aceites y grasas, están sujetos a fluctuaciones significativas en precio y disponibilidad. Los precios de los insumos están influenciados por diversos factores, incluyendo el clima, los niveles de producción, costos de transporte y producción, regulación y políticas gubernamentales y la oferta y demanda mundiales respecto de los mismos. Los precios de algunos insumos han alcanzado niveles máximos históricos y los mercados de dichos insumos están experimentando una volatilidad sin precedentes. Cualquier incremento sustancial en los precios de los insumos del Grupo que no se refleje en un incremento en el precio de sus productos podría afectar la situación financiera, liquidez y resultados de operación del Grupo. Cualquier disminución en nuestras ventas como resultado de presiones

competitivas podría afectar negativamente los márgenes de utilidad del Grupo y, si sus volúmenes de ventas no crecen lo suficiente para compensar dicha reducción en márgenes, nuestros resultados de operación se verán afectados.

Asimismo, el Grupo depende de diversos combustibles para llevar a cabo sus operaciones. Por ejemplo, las panaderías y otras plantas de Grupo Bimbo usan gas natural, gas licuado y electricidad para operar y sus vehículos de distribución requieren gasolina y diesel para entregar los productos de la Compañía. Por estas razones, incrementos futuros significativos en los precios de dichos combustibles, o una escasez importante de los mismos, podrían afectar negativamente la situación financiera, resultados de operación o liquidez del Grupo.

El Grupo celebra contratos de cobertura para el suministro de harina de trigo, gas natural y otros insumos con el fin de proteger su exposición a incrementos en los precios. No obstante lo anterior, y dependiendo de las calificaciones del mercado dichos contratos podrían causar que el Grupo pague precios más altos por dichos insumos que los que estarían disponibles en el mercado.

La competencia podría afectar los resultados de operación del Grupo

La industria de panificación es altamente competitiva y una competencia mayor podría reducir la participación de mercado del Grupo o forzarlo a reducir los precios de sus productos o a incrementar los gastos de promoción, lo cual podría afectar sus resultados de operación. Las presiones competitivas podrían también restringir la capacidad del Grupo de incrementar precios como resultado de incrementos en los costos de sus insumos y otros costos. La competencia se basa en la calidad de los productos, servicio al cliente, reconocimiento y lealtad a las marcas, actividades de promoción, acceso a puntos de venta minoristas y espacio en tiendas suficiente, así como en la capacidad para identificar y satisfacer las preferencias de los consumidores.

El Grupo compite con grandes compañías nacionales e internacionales, panaderías tradicionales, operadores regionales mas pequeños, panaderías familiares, cadenas de supermercados que tienen sus panaderías propias, tiendas de conveniencia con áreas de panificación propia, o con productos de marca propia, así como con compañías de alimentos diversificadas. En distintos grados, nuestros competidores podrían tener ventajas competitivas en ciertos productos o regiones, así como mayores recursos financieros. El Grupo espera seguir enfrentando una fuerte competencia en los mercados en los que opera y anticipa que los competidores actuales o futuros podrían expandir sus líneas de producto y su presencia geográfica.

De vez en cuando, el Grupo enfrenta presión de precios en algunos de los mercados en los que participa como resultado de las prácticas promocionales de sus competidores, lo cual podría incrementar debido al exceso en la capacidad de la industria. Como resultado de lo anterior, el Grupo podría tener que disminuir los precios de algunos de sus productos para responder a las presiones competitivas y mantener su participación de mercado. Dichas presiones podrían impedir que el Grupo incremente precios como resultado de incrementos en los costos de sus insumos y otros costos. Sus competidores podrían incrementar su posición competitiva mediante la introducción de nuevos productos o productos que podrían sustituir a los productos del Grupo, la mejora en sus procesos productivos o el crecimiento en su capacidad de producción. Si el Grupo no es capaz de mantener su estructura de precios y mantener el ritmo respecto de las iniciativas de productos y procesos productivos de sus competidores, sus resultados de operación y situación financiera se podrían ver afectados negativamente.

La reputación de las marcas y otros derechos de propiedad industrial del Grupo son clave para su negocio

Una porción importante de las ventas netas del Grupo deriva de ventas de productos de las marcas de su propiedad. Las marcas y nombres comerciales son activos fundamentales para el negocio del Grupo. Mantener la reputación de sus marcas es esencial para que el Grupo sea capaz de atraer y mantener vendedores, consumidores y asociados y es crucial para su éxito futuro. La incapacidad de mantener la reputación de sus marcas podría tener un impacto negativo en el negocio, resultados de operación y situación financiera del Grupo. Si el Grupo no es capaz, o da la impresión de no ser capaz, de manejar situaciones que pudieran representar un riesgo a su reputación, su negocio podría verse afectado.

Dichas situaciones incluyen, entre otras, el manejo de conflictos de interés potenciales, requisitos legales y regulatorios, condiciones de seguridad en nuestras operaciones, aspectos éticos, lavado de dinero, privacidad, mantenimiento de registros, prácticas de venta y comercialización y la identificación adecuada de los riesgos legales, de reputación, crédito, liquidez y de mercado inherentes a los negocios del Grupo.

Las marcas principales del Grupo están registradas en los países en las que se usan. El Grupo pretende hacer valer sus derechos de propiedad industrial contra las violaciones de terceros, pero sus acciones podrían no ser efectivas para evitar la imitación de sus productos o para prevenir que terceros intenten obstaculizar las ventas de los productos del Grupo argumentando que dichos productos violan sus derechos. Si un competidor viola nuestras marcas, hacer valer nuestros derechos podría ser costoso y distraer recursos que serían utilizados para operar y desarrollar los negocios del Grupo. Aun cuando el Grupo pretende defender sus derechos de propiedad industrial, podría no ser capaz de hacerlo. Ver “La Compañía - Descripción del Negocio – Patentes, Licencias, Marcas y Otros Contratos”.

El Grupo depende de minoristas que si tienen dificultades o le dan preferencia a productos de nuestros competidores su situación financiera podría afectarse

Una parte importante de las ventas del Grupo deriva de ventas a minoristas. El Grupo vende sus productos a minoristas no tradicionales, tales como supermercados e hipermercados, y a minoristas tradicionales, incluyendo tiendas familiares. Dichos minoristas, a su vez, venden los productos del Grupo a los consumidores. Un deterioro significativo en el negocio de nuestros clientes principales podría afectar negativamente la venta de los productos del Grupo. Los minoristas también venden productos que compiten con los del Grupo por espacio en la tienda y compras de los consumidores. Es posible que los minoristas le den mayor prioridad a los productos de los competidores del Grupo o formen alianzas con ellos, o a los productos de marca propia distintos a los productos del Grupo. Si los minoristas dejan de comprar los productos del Grupo o dejan de vender los productos del Grupo con cierto soporte promocional, la situación financiera del Grupo podría verse afectada.

La incapacidad para anticipar cambios en las preferencias de los consumidores podría resultar en menor demanda de los productos del Grupo

El éxito del Grupo depende en parte de su capacidad de anticipar los gustos y hábitos dietéticos de los consumidores y ofrecerles productos que satisfagan sus preferencias. Cambios en dichas preferencias que el Grupo no sea capaz de anticipar, identificar o reaccionar podrían disminuir la demanda de sus productos, lo cual afectaría negativamente su situación financiera, liquidez y resultados de operación. En particular, la demanda de sus productos podría verse afectada por la popularidad de ciertas tendencias, tales como dietas bajas en carbohidratos y por preocupaciones respecto de los efectos en la salud de grasas, contenido de azúcar y harina refinada.

Asimismo, el éxito del Grupo depende en parte de su capacidad de mejorar su portafolio de productos mediante la adición de nuevos productos en categorías de alto crecimiento y rentabilidad así como de incrementar su participación de mercado en sus líneas de productos existentes.

La introducción de nuevos productos o extensión de los existentes requiere un proceso de investigación y desarrollo extensivo, así como de ciertas iniciativas de comercialización. Si los productos nuevos del Grupo no satisfacen las preferencias de los consumidores, el retorno de dicha inversión podría ser menor al esperado y la estrategia del Grupo para incrementar sus ventas netas y utilidades podría no ser exitosa.

Una consolidación en la industria minorista podría afectar la rentabilidad del Grupo

En la medida en que las cadenas de supermercados continúen consolidándose y crezcan en escala, los clientes más grandes del Grupo podrían buscar términos más favorables en la compra de sus productos, incluyendo a través de gastos mayores en programas de promoción. Ventas a los clientes más grandes del Grupo en términos menos favorables que los actuales podrían afectar su situación financiera, liquidez y resultados de operación.

Riesgos sanitarios y de responsabilidad en relación con la industria alimenticia podrían afectar los negocios, situación financiera y resultados de operación del Grupo

El Grupo está expuesto a riesgos que afectan a la industria alimenticia en general, incluyendo riesgos de contaminación, preocupaciones sobre asuntos nutricionales y de salud, demandas por responsabilidad civil relacionada con defectos de sus productos, alteración de sus productos por terceros, el costo y disponibilidad de seguros contra responsabilidad civil y la interrupción del negocio por la recolección forzosa de productos. El Grupo podría ser parte de demandas y procedimientos legales si se reclama que el consumo de cualquiera de sus productos causa daño, enfermedad o muerte. Una recolección forzosa de productos o una resolución en contra del Grupo en cualquiera de dichos procedimientos legales podrían afectar su situación financiera, liquidez y resultados de operación.

Cualquier riesgo existente o que se considere existente respecto de los productos del Grupo, incluyendo publicidad negativa respecto de dicho riesgo, podría causar desconfianza de los consumidores en la seguridad y calidad de dichos productos. Aun en el caso de que los productos del Grupo no estén contaminados, la industria podría enfrentar publicidad negativa en caso de que los productos de alguno de sus competidores si lo estén, lo cual podría reducir el consumo de los productos de dicha categoría. Asimismo, la publicidad negativa respecto de la seguridad y calidad de ciertos productos alimenticios, tal como la publicidad respecto de productos que contengan ingredientes modificados genéticamente, sea o no legítima, podría persuadir a los consumidores a no adquirir los productos del Grupo o a causar problemas en la producción o distribución de los mismos.

El Grupo mantiene sistemas diseñados para monitorear los riesgos de seguridad en sus productos durante todas las etapas del proceso de producción. Sin embargo, dichos sistemas así como sus políticas podrían no ser eficaces para mitigar dichos riesgos. Cualquier contaminación de los productos del Grupo podría tener un efecto significativo adverso en su situación financiera, liquidez y resultados de operación.

Cambios en la normatividad en materia de salud podría impactar negativamente el negocio del Grupo

Los productos y materiales de empaque del Grupo en los EE.UU. están regulados por la FDA y, respecto de productos que contienen carne o pollo, la USDA. Estas agencias regulan la producción, distribución y el etiquetado de productos alimenticios. Asimismo, diversos estados regulan las operaciones del Grupo en los EE.UU. mediante la expedición de licencias a sus plantas, haciendo exigible la normatividad federal y estatal respecto de ciertos productos alimenticios, certificando ciertos productos alimenticios, inspeccionando plantas y almacenes, regulando prácticas comerciales relacionadas con la venta de productos alimenticios e imponiendo sus requisitos de etiquetado en dichos productos.

Las operaciones del Grupo en México están sujetas a diversas leyes, reglas, reglamentos, normas oficiales de higiene y normatividad de calidad, así como a la supervisión de diversas autoridades, tales como la Secretaría de Salud, la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentos, la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios y la Secretaría de Economía, en relación con la producción, empaque, almacenamiento, distribución y publicidad de los productos del Grupo.

El Grupo está sujeto a leyes y reglamentos en materia de higiene en calidad comparables a los antes mencionados en los demás países en los que opera. Las políticas y normas gubernamentales en los EE.UU., México y otros países podrían afectar negativamente el suministro, la demanda y los precios de los productos del Grupo, limitar su capacidad para llevar a cabo sus operaciones en ciertos mercados domésticos y de exportación y podría afectar su situación financiera, liquidez y resultados de operación. Asimismo, si el Grupo estuviere obligado a cumplir con cambios importantes en la normatividad en materia de salud, podría estar sujeto a incrementos significativos en costos de operación y a implementar medidas que podrían generar interrupciones en sus operaciones. Un incremento en la regulación de la industria alimenticia, incluyendo las propuestas para mejorar la seguridad de los alimentos, imponer requisitos relacionados con la salud o regular ingredientes importados, podría afectar los costos y rentabilidad del Grupo.

El Grupo podría no ser capaz de alcanzar ahorros en costos y ciertas eficiencias operativas derivadas de sus iniciativas de reducción de costos

El éxito del Grupo depende en parte de su capacidad para lograr ser un productor eficiente en una industria altamente competitiva. El Grupo continuamente realiza inversiones con el fin de mejorar sus plantas de producción y reducir sus costos de operación.

El Grupo podría enfrentar problemas de operación al llevar a cabo cambios importantes en la producción o suministro o en su logística; dichos cambios, así como la incapacidad del Grupo de lograr reducciones de costos y eficiencias, podrían tener un efecto negativo adverso en sus operaciones, situación financiera, liquidez, rentabilidad o resultados de operación.

Interrupciones en la cadena de suministro o en la red de distribución podrían afectar negativamente las operaciones del Grupo

Las operaciones del Grupo dependen en la operación continua de su cadena de suministro y su red de distribución. El daño o interrupción a la capacidad de producción o distribución del Grupo debido al clima, desastres naturales, incendios, falta de electricidad, terrorismo, pandemias, huelgas, disputas con, o problemas operacionales de, nuestros principales proveedores, distribuidores y prestadores de servicios de almacenamiento o transporte, u otras razones, podrían afectar su capacidad de producción o distribución de sus productos.

En la medida en que el Grupo no sea capaz de mitigar las interrupciones en la cadena de suministro o sus consecuencias, o no sea financieramente viable hacerlo, ya sea a través de seguros o de otra manera, se podrían afectar sus operaciones o situación financiera y sería necesario incurrir en costos adicionales para reestablecerla.

El Grupo podría estar expuesto a contingencias derivadas de sus adquisiciones

Las adquisiciones de activos o entidades por parte del Grupo, tanto recientes como futuras, incluyendo la adquisición de WFI en 2009, podrían estar sujetas a responsabilidades desconocidas o contingentes respecto de las cuales el Grupo no tiene recurso, o tiene recursos limitados, en contra de los vendedores. Aun cuando en algunas de las adquisiciones los vendedores han convenido o podrían convenir en indemnizar al Grupo por ciertos incumplimientos de sus declaraciones, dichas indemnizaciones podrían tener límites significativos y en algunos casos esa obligación podría haber terminado. Como resultado, el Grupo podría no ser capaz de recuperar las pérdidas derivadas de incumplimientos de los vendedores a sus declaraciones. Asimismo, el monto total de gastos y costos que el Grupo deba incurrir podría exceder los montos esperados y el Grupo podría experimentar otros efectos adversos no anticipados, todo lo cual podría afectar su negocio, situación financiera y resultados de operación.

Las oportunidades de crecimiento del Grupo mediante adquisiciones, fusiones o alianzas podrían ser limitadas por las leyes en materia de competencia, acceso a recursos de capital y otros retos relacionados con la integración de adquisiciones significativas

El Grupo podría llevar a cabo otras adquisiciones en el futuro. El Grupo no sabe si será capaz de consumir dichas adquisiciones o integrarlas exitosamente a sus operaciones o mantener al personal, proveedores o distribuidores importantes. La capacidad del Grupo de crecer exitosamente mediante adquisiciones depende de su capacidad de identificar, negociar, consumir e integrar adquisiciones adecuadas, así como para obtener financiamiento. Dichos esfuerzos podrían ser costosos y tomar tiempo, afectar nuestras operaciones cotidianas y distraer recursos administrativos. Si el Grupo no es capaz de integrar de manera efectiva sus adquisiciones, incluyendo a WFI, su negocio, situación financiera y resultados de operaciones podrían verse afectados.

El Grupo podría no ser capaz de expandir exitosamente sus operaciones a otros mercados

Si es posible, el Grupo podría expandir sus operaciones a otros mercados. Los riesgos aplicables a nuestra capacidad para operar exitosamente en nuestros mercados actuales son igualmente aplicables a

nuestra capacidad para operar en mercados nuevos. Además de dichos riesgos, el Grupo no tendría el mismo nivel de conocimiento de las dinámicas y condiciones de dichos nuevos mercados, lo cual podría afectar su capacidad de crecimiento u operación en los mismos. El Grupo podría no ser capaz de crear una demanda similar para sus productos, lo cual podría afectar su rentabilidad. Si el Grupo no es capaz de expandir exitosamente sus operaciones a nuevos mercados se podrían afectar negativamente su negocio, situación financiera y resultados de operación.

La actual crisis económica global podría afectar negativamente el negocio y situación financiera del Grupo

La desaceleración económica global y sus efectos latentes podrían afectar negativamente el negocio, situación financiera y resultados de operación del Grupo. Si la situación económica se deteriora, la demanda de los productos del Grupo podría sufrir una disminución y el Grupo podría experimentar disminuciones en sus ventas y rentabilidad. Asimismo, la estabilidad financiera de nuestros clientes y proveedores podría verse afectada, lo cual podría traducirse en la disminución, retraso o cancelación de compras de los productos del Grupo, en incrementos en los niveles de cartera vencida o en incumplimientos de nuestros proveedores. Asimismo, el Grupo podría enfrentar costos de financiamiento más altos o dificultades para obtener financiamiento para fondear sus operaciones, inversiones o adquisiciones, o para refinanciar su deuda.

La desaceleración económica global también ha afectado negativamente los mercados crediticios y ha resultado en costos de capital mayores, lo cual podría afectar la capacidad de las personas, incluyendo los clientes del Grupo, para cumplir con sus necesidades financieras. Si la economía global continúa deteriorándose, el negocio y situación financiera del Grupo podrían verse afectados.

El negocio y situación financiera del Grupo podrían verse afectados por riesgos inherentes a los países en los que opera

Actualmente el Grupo tiene plantas de producción y operaciones en los EE.UU., México, Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela y China. La capacidad del Grupo para llevar a cabo sus operaciones y expandir su negocio, así como su situación financiera, está sujeta a riesgos inherentes a las operaciones internacionales. La situación financiera, liquidez y resultados de operación del Grupo podrían verse afectados por virtud de barreras comerciales, fluctuaciones de divisas y controles cambiarios, situaciones políticas, altos niveles de inflación, e incrementos en tarifas e impuestos, así como por cambios en la legislación y en las políticas de los países en los que el Grupo opera, incluyendo cambios en las leyes ambientales que podrían afectar sus plantas de producción o en las leyes en materia de salud, que podrían afectar sus productos. Los gobiernos de los países en los que el Grupo opera o en los que podría operar en el futuro podrían tomar acciones que afecten significativamente al Grupo, incluyendo mediante la expropiación de sus activos o subsidiarias.

El Grupo podría estar sujeto a interrupciones o fallas en los sistemas de información

El Grupo depende de sofisticados sistemas de información e infraestructura que apoyan sus operaciones, incluyendo tecnologías de control de procesos. Cualquiera de dichos sistemas está expuesto a fallas derivadas de incendios, inundaciones, pérdida de energía, fallas en telecomunicaciones y otras razones. La falla de cualquiera de los sistemas de información podría afectar las operaciones del Grupo, lo cual tendría un efecto negativo en sus ventas netas y rentabilidad. El Grupo ha implementado planes de continuidad operativa para reducir el impacto de fallas en sus sistemas de información, pero dichos planes podrían no ser eficaces.

La incapacidad del Grupo de mantener sus relaciones con sindicatos podría tener un efecto adverso en su situación financiera

La mayoría de los empleados del Grupo son sindicalizados. El Grupo ha mantenido buenas relaciones con sus sindicatos y aun cuando considera que continuarán siendo buenas, podrían surgir disputas laborales. Dichas disputas podrían resultar en huelgas u otros paros que podrían incrementar los costos

de operación, lo cual podría dañar las relaciones con los clientes y afectar adversamente el negocio y resultados de operación del Grupo.

Asimismo, los resultados del Grupo podrían afectarse negativa y significativamente en caso de que los costos laborales incrementen. Una menor disponibilidad de mano de obra, presiones inflacionarias o cambios legislativos podrían incrementar los costos laborales del Grupo, lo cual tendría un efecto significativo adverso en su situación financiera y resultados de operación.

Los costos laborales del Grupo incluyen las prestaciones otorgadas a sus empleados. El Grupo otorga diversos planes de compensación a sus empleados en EE.UU. y México, incluyendo pensiones, salud, retiro y otros beneficios. Asimismo, el Grupo participa en ciertos planes de pensiones respecto de ciertas de sus plantas de producción. El costo anual de dichas prestaciones puede variar significativamente cada año y es afectado de manera importante por diversos factores, tales como cambios en las tasas de retorno actuales o esperadas en los activos objeto de dichos planes, cambios en la tasa ponderada promedio de descuento utilizada para calcular obligaciones, la tasa de inflación de los servicios de salud y el resultado de la negociación de los contratos colectivos.

El Grupo depende de la experiencia de su administración y las habilidades de sus empleados

Los ejecutivos del Grupo cuentan con una gran experiencia operativa y conocimiento de la industria. El Grupo depende de sus ejecutivos para definir la estrategia y administrar su negocio y considera que su involucramiento es crucial para su éxito. De igual manera, el éxito del Grupo depende en parte de su capacidad para atraer y mantener profesionales experimentados. La pérdida de los servicios de nuestros ejecutivos o la incapacidad del Grupo de contratar, capacitar o mantener a un número suficiente de ejecutivos experimentados, podrían afectar sus operaciones y rentabilidad. El Grupo no tiene contratados seguros de personal clave respecto de ningún ejecutivo. La capacidad del Grupo para retener a sus ejecutivos y a sus empleados experimentados depende de que se implementen esquemas de compensación adecuados. Los esquemas vigentes podrían no ser suficientes para retener a dichos ejecutivos y empleados.

Eventos políticos en los países en los que el Grupo opera podrían resultar en afectaciones a sus operaciones y una disminución en sus ventas e ingresos

Los gobiernos de los países en los que operamos ejercen una influencia significativa sobre diversos aspectos de sus economías. Como resultado, las acciones gubernamentales respecto de la economía y la regulación de ciertas industrias podrían tener un efecto en las empresas privadas, incluyendo al Grupo, y en las condiciones de mercado y los precios y tasas de retorno de los valores cotizados en dichos mercados.

El gobierno de cualquiera de los países en los que el Grupo opera podría implementar cambios significativos en las leyes y políticas públicas que podrían afectar la situación política y económica de dicho país, lo cual podría afectar su negocio. La inestabilidad social y política en dichos países u otros desarrollos sociales o políticos en los mismos podrían afectar al Grupo, incluyendo su capacidad de obtener financiamiento. Es posible que la incertidumbre política en dichos países afecte los mercados financieros.

Eventos políticos futuros en los países donde el Grupo opera, sobre los cuales el Grupo no tiene control, podrían tener un impacto desfavorable en su situación financiera o resultados de operación.

El cumplimiento con las leyes ambientales y otras leyes podrían resultar en gastos o responsabilidades adicionales

Las operaciones del Grupo en EE.UU, México y en otros países están sujetas a leyes, reglamentos y normas federales, estatales y municipales relacionadas con la protección del ambiente y los recursos naturales.

En los EE.UU. el Grupo está sujeto a leyes y reglamentos federales, estatales y locales relacionadas con la protección al ambiente. Estas normas incluyen la Ley de Aire Limpio (Clean Air Act), la Ley de Agua

Limpia (Clean Water Act) y la Ley de Conservación y Recuperación de Recursos (Resource Conservation and Recovery Act and Superfund), que impone responsabilidades individuales y solidarias a las personas responsables.

En México, el Grupo está sujeto a diversas leyes y reglamentos federales, estatales y municipales que regulan las descargas al medio ambiente, así como el manejo y disposición de desechos y residuos peligrosos. Las leyes ambientales imponen responsabilidades de remediación en relación con la descarga de residuos peligrosos. El Grupo está sujeto a la supervisión de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente, la Comisión Nacional del Agua y la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios. Dichas dependencias tienen facultades para iniciar procedimientos administrativos por violaciones a la normatividad ambiental y de seguridad laboral y para imponer multas a quienes incumplan con dichas normas. El gobierno mexicano ha impuesto recientemente normas estrictas en materia ambiental y de seguridad laboral.

La modificación de las leyes y reglamentos ambientales o la imposición de nuevas leyes y reglamentos más estrictos podrían resultar en la necesidad de realizar inversiones que no están contempladas en los presupuestos del Grupo y podrían tener un efecto adverso en su negocio, situación financiera y resultados de operación,

Eventos en otros países podrían tener como resultado la disminución en el precio de nuestros valores

El valor de mercado de los valores de empresas mexicanas depende, entre otras cosas, de las condiciones económicas y de mercado en otros países emergentes. Aun cuando las condiciones económicas de dichos países difieren significativamente de las condiciones económicas en México, la reacción de los inversionistas a los eventos en esos otros países podría tener un efecto adverso en el valor de mercado de los valores de emisores mexicanos. En años recientes, por ejemplo, los precios de valores de deuda y de capital emitidos por emisores mexicanos bajaron en forma significativa como resultado de eventos en Rusia, Asia, Brasil y Grecia.

Asimismo, la relación directa entre las condiciones económicas en México y los EE.UU. se ha agudizado en años recientes como resultado del TLCAN y de mayor actividad económica entre ambos países. Como resultado de la desaceleración de la economía de los EE.UU. y la incertidumbre que dicha situación podría causar en México, la situación financiera y resultados de operación del Grupo podrían verse afectados. Asimismo, en virtud de eventos recientes en los mercados crediticios internacionales, el costo y disponibilidad de capital podría verse afectado y podría limitar la capacidad del Grupo para obtener financiamiento o refinanciar su deuda existente en términos favorables.

Las operaciones internacionales del Grupo lo exponen a riesgos de fluctuaciones cambiarias

El Grupo genera una parte significativa de sus ingresos, e incurre en gastos de operación y deuda, principalmente en Pesos y, en menor medida, en las monedas locales de los países en los que opera. Al 31 de diciembre de 2010 y 2009, los ingresos denominados en Pesos alcanzaron \$57,475 millones y \$54,803 millones, respectivamente, mientras que los ingresos denominados en otras monedas alcanzaron \$62,477 millones y \$64,041 millones, respectivamente. Asimismo, al 31 de diciembre de 2010 y 2009, la deuda del Grupo denominada en Pesos era de \$18,794 millones y \$22,709 millones, respectivamente, mientras que la deuda denominada en otras monedas era de \$14,416 millones y \$14,031 millones, respectivamente. Sin embargo, el monto de los ingresos del Grupo en cierta moneda en un país determinado típicamente varía respecto del monto de gastos o deuda incurrida por las operaciones del Grupo en dicho país en virtud de que ciertos costos se podrían incurrir en una moneda distinta a la moneda de dicho país (por ejemplo, en Dólares). Esta situación expone al Grupo a pérdidas potenciales derivadas de fluctuaciones cambiarias.

Una disminución en el valor en libros del crédito mercantil o de otros activos intangibles adquiridos podría afectar los resultados de operación y capital contable del Grupo

El valor en libros del crédito mercantil (goodwill) representa el valor justo de los negocios adquiridos por encima de los activos y pasivos identificables a la fecha de adquisición. El valor de otros activos intangibles representa el valor justo de marcas, nombres comerciales y otros activos intangibles a la fecha de adquisición. El crédito mercantil y otros activos intangibles adquiridos que se espera que contribuyan a la generación de efectivo del Grupo no son amortizados, pero deben ser valuados por la administración al menos una vez al año por su deterioro en valor. Si el valor en libros excede del valor justo, el intangible se considera deteriorado y se reduce a su valor justo mediante un cargo a las utilidades. Ciertos eventos y condiciones que podrían resultar en el deterioro incluyen cambios en la industria en la que el Grupo opera, incluyendo competencia y avances tecnológicos, una responsabilidad civil significativa por defectos en productos o reclamaciones por derechos de propiedad industrial u otros factores que tengan como efecto una disminución en las ventas o rentabilidad esperadas. Si el valor de algunos intangibles se deteriora, las utilidades y capital contable consolidados del Grupo podrían verse afectados significativamente.

El Grupo podría incurrir en deuda adicional en el futuro que podría afectar su situación financiera y su capacidad para generar suficiente efectivo para satisfacer sus obligaciones de pago

En el futuro, el Grupo podría incurrir en deuda adicional que podría tener los siguientes efectos:

- limitar su capacidad para pagar sus deudas;
- incrementar su vulnerabilidad a condiciones económicas y de la industria en general;
- requerir que el Grupo dedique una parte importante de su flujo de efectivo al pago de deuda, lo cual puede ponerlo en desventaja respecto de otros competidores con menos deuda;
- limitar su flexibilidad para planear o reaccionar a cambios en su negocio y la industria;
- limitar su capacidad para obtener financiamientos adicionales; e
- incrementar el costo de los financiamientos adicionales.

La capacidad del Grupo de generar suficiente efectivo para pagar su deuda presente y futura dependerá de su desempeño operativo, el cual podría verse afectado por las condiciones económicas prevalecientes y por factores financieros, de negocios y de otra naturaleza, muchos de los cuales el Grupo no controla. Si el Grupo no es capaz de pagar su deuda, se vería forzado a adoptar una estrategia alternativa que podría incluir la reducción o el retraso de inversiones de capital, la venta de activos, la reestructura o refinanciamiento de su deuda o la necesidad de obtener capital. Dichas acciones podrían no realizarse en términos favorables, en caso de ser posibles.

Asimismo, algunos de los contratos que documentan financiamientos del Grupo contienen ciertas limitaciones financieras y operativas. Dichas cláusulas podrían afectar en forma negativa la capacidad del Grupo de reaccionar a cambios en las condiciones de mercado, tomar ventaja de ciertas oportunidades de negocio, obtener financiamiento en el futuro, fondear inversiones de capital necesarias o hacer frente a dificultades en su negocio.

En el futuro, el Grupo podría incurrir en deuda adicional significativa. Si el Grupo incurre en deuda adicional, los riesgos que enfrenta como resultado de su deuda actual podrían agudizarse.

Estructura corporativa

BIMBO es una sociedad controladora cuyos principales activos consisten en las acciones de sus subsidiarias. Asimismo, BIMBO es titular de las principales marcas del Grupo. En virtud de lo anterior, los ingresos del Grupo dependen principalmente de dividendos e intereses pagados por sus subsidiarias, así como de las regalías generadas por los contratos de licencia de uso de marca celebrados por el Grupo.

Por lo que respecta al pago de dividendos, aun cuando actualmente sustancialmente todas las subsidiarias no tienen limitaciones contractuales para pagar dividendos a BIMBO, cualquier acuerdo financiero o de otra naturaleza que en el futuro imponga una restricción a las subsidiarias para pagar dividendos o hacer otros pagos a BIMBO, podría afectar adversamente la liquidez, situación financiera y resultados de operación de BIMBO.

Asuntos en materia de competencia

Al 31 de diciembre de 2010, el Grupo no ha sido objeto de disputas ante la CFC u otro órgano similar en los países en los que opera que hubieran resultado en sanciones en su contra. De igual manera, las prácticas comerciales del Grupo no han sido objeto de suspensión, corrección o multa relevante alguna por parte de la CFC o de otras autoridades de competencia en los países en los que opera.

No obstante lo anterior, el Grupo no puede garantizar que la CFC o alguna otra autoridad no condicione o limite en el futuro su crecimiento mediante adquisiciones o le obligue a suspender, corregir o suprimir algunas de sus prácticas comerciales o adquisiciones futuras, situaciones que, de presentarse, pudieran afectar de forma adversa su negocio, situación financiera y resultados de operación.

d) OTROS VALORES

Grupo Bimbo cuenta con los siguientes valores inscritos en el RNV:

a. Acciones Serie "A", ordinarias, nominativas, sin expresión de valor nominal, representativas de su capital social, que cotizan en la BMV desde 1980 con la clave de pizarra "BIMBO".

b. Certificados Bursátiles:

- Bimbo 09- Emitido el 15 de junio de 2009 por \$ 5,000,000,000 (Cinco mil millones de pesos) con vencimiento en junio de 2014.

- Bimbo 09-2- Emitido el 15 de junio de 2009 por \$ 2,000,000,000 (Dos mil millones de pesos) con vencimiento en junio de 2016.

- Bimbo 09U- Emitido el 15 de junio de 2009 por un monto de 706,302,200 Unidades de Inversión(UDIS) con vencimiento en junio de 2016.

- Bimbo 02-2- Emitidos el 17 de mayo de 2002 por \$750,000,000 (Setecientos cincuenta millones de pesos) con vencimiento en mayo de 2012.

Grupo Bimbo cuenta con los siguientes valores inscritos en la Irish Stock Exchange:

- Bono Internacional- Emitido el 30 de junio de 2010, conforme a la Regla 144A Regla S, por \$800,000,000 (ochocientos millones de dólares) con vencimiento en junio de 2020.

La Compañía siempre ha cumplido oportunamente con sus obligaciones de divulgación de información de eventos relevantes, así como la información jurídica y financiera requerida por las disposiciones aplicables.

I. Información anual:

(a) El tercer día hábil inmediato siguiente a la fecha de celebración de la asamblea general ordinaria de accionistas que resuelva acerca de los resultados del ejercicio social, que deberá efectuarse dentro de los 4 meses posteriores al cierre de dicho ejercicio:

1. Informe del consejo de administración presentado a la asamblea referida en el párrafo inmediato anterior, autenticado por el secretario del consejo, en el que además se contenga el reporte a que hace referencia el artículo 14 Bis 3, fracción V, inciso a) de la Ley del Mercado de Valores, en el cual se hace referencia a las políticas contables de mayor importancia adoptadas para la

elaboración de estados financieros de la Compañía, así como a la forma y términos en que dichas políticas fueron analizadas y adoptadas.

2. Informe de los comisarios a que hace referencia el artículo 166 de la Ley General de Sociedades Mercantiles, acerca de la veracidad, suficiencia y razonabilidad de la información presentada por el consejo de administración a la asamblea.
3. Estados financieros anuales dictaminados por auditor externo de la Compañía, así como de sus asociadas que contribuyan con más de 10% en sus utilidades o activos totales consolidados.
4. Comunicación suscrita por el secretario del consejo de administración, en la que manifieste el estado de actualización que guardan los libros de actas de asambleas de accionistas, de sesiones del consejo de administración, de registro de acciones y, tratándose de sociedades anónimas de capital variable, el libro de registro de aumentos y disminuciones del capital social. Lo establecido en este numeral no será aplicable a instrumentos de deuda.
5. Documento suscrito por el Auditor Externo en los términos del Artículo 84 de las Disposiciones Generales.

(b) A más tardar el 30 de junio de cada año:

1. Reporte anual correspondiente al ejercicio social inmediato anterior, elaborado conforme a las Disposiciones Generales.
2. Informe correspondiente al ejercicio social inmediato anterior, relativo al grado de adhesión al Código de Mejores Prácticas Corporativas, de acuerdo con lo señalado en las Disposiciones Generales.

II. Información Trimestral:

Dentro de los 20 días hábiles siguientes a la terminación de cada uno de los primeros trimestres del ejercicio social y dentro de los 40 días hábiles siguientes a la conclusión del cuarto trimestre, los estados financieros, así como la información económica, contable y administrativa que se precise en los formatos electrónicos correspondientes, los que deberán contener una actualización del reporte anual relativa a los comentarios y análisis de la administración sobre los resultados de operación y situación financiera de la Compañía, comparando cuando menos las cifras del trimestre de que se trate con las del mismo período del ejercicio anterior.

Adicionalmente, la Compañía deberá presentar a la Comisión una constancia suscrita por su Director General y por su Director de Finanzas, o su equivalente, manifestando bajo protesta de decir verdad, que, en el ámbito de sus respectivas funciones, prepararon la información relativa a la Compañía contenida en el reporte trimestral, la cual, a su leal saber y entender, refleja razonablemente su situación. Asimismo, deberán manifestar que no tienen conocimiento de información relevante que haya sido omitida o falseada en dicho reporte trimestral o que el mismo contiene información que pudiera inducir a error a los inversionistas.

III. Información Jurídica:

- (a) El día de su publicación, la convocatoria a las asambleas de accionistas, así como a las asambleas de obligacionistas y tenedores de otros valores. El orden del día respectivo deberá especificar de manera clara cada uno de los asuntos que van a tratarse en la asamblea.
- (b) El día hábil inmediato siguiente al de celebración de la asamblea de que se trate:

1. Resumen de los acuerdos adoptados en la asamblea de accionistas que se celebre en cumplimiento a lo dispuesto por el artículo 181 de la Ley General de Sociedades Mercantiles, que incluya expresamente la aplicación de utilidades y, en su caso, el dividendo decretado, número del cupón o cupones contra los que se pagará, así como lugar y fecha de pago.
 2. Resumen de los acuerdos adoptados en asambleas de accionistas distintas a las mencionadas en el inciso anterior, así como de las asambleas de obligacionistas y tenedores de otros valores.
- (c) Dentro de los 5 días hábiles siguientes a la celebración de la asamblea de accionistas, de obligacionistas o de tenedores de otros valores, según corresponda:
1. Copia autenticada por el secretario del consejo de administración de la Compañía o por persona facultada para ello, de las actas de asambleas de accionistas, acompañada de la lista de asistencia firmada por los escrutadores designados al efecto, indicándose el número de acciones correspondientes a cada accionista y, en su caso, por quien esté representado, así como el total de acciones representadas.
 2. Copia autenticada por el presidente de la asamblea, de las actas de asambleas generales de obligacionistas y tenedores de otros valores, acompañadas de la lista de asistencia firmada por los obligacionistas y tenedores de los valores o sus representantes y por los escrutadores designados al efecto, indicando el número de valores correspondientes a cada obligacionista o tenedor de valores, así como el total de los valores representados.
 3. Copia autenticada por el secretario del consejo de administración de los estatutos sociales de la Compañía, en el evento de que se hayan acordado modificaciones en la asamblea correspondiente.
- (d) El día que lo acuerde la Compañía, según corresponda, dependiendo del tipo de valor de que se trate:
1. Aviso a los accionistas para el ejercicio del derecho de preferencia que les corresponda, con motivo de aumentos en el capital social y la consecuente emisión de acciones cuyo importe deba exhibirse en efectivo.
 2. Aviso de entrega o canje de acciones, obligaciones y otros valores.
 3. Aviso para el pago de dividendos, en el que deberá precisarse el monto y proporciones de éstos o, en su caso, pago de intereses.
 4. Cualquier otro aviso dirigido a los accionistas, obligacionistas, titulares de otros valores o al público inversionista.
- (e) El 30 de junio de cada 5 años, la protocolización de la asamblea general de accionistas en la que se hubiere aprobado la compulsión de los estatutos sociales de la Compañía con los datos de inscripción de la Compañía en el Registro Público de Comercio de dicho instrumento.

IV. Adquisición de acciones propias:

La Compañía está obligada a informar a la BMV, a más tardar el día hábil inmediato siguiente a la concertación de operaciones de adquisición de acciones propias.

V. Eventos relevantes:

La Compañía está obligada a informar a la BMV sus eventos relevantes, en la forma y términos que establecen las Disposiciones de Carácter General aplicables a las Emisoras de Valores y a otros Participantes del Mercado de Valores.

e) CAMBIOS SIGNIFICATIVOS A LOS DERECHOS DE VALORES INSCRITOS EN EL RNV

El 28 de abril de 2011 BIMBO realizó una división ("Split") de las acciones representativas de su capital social, poniendo en circulación la Emisión 2011-I, mediante la cual el capital social de la Sociedad no fue modificado y quedó representado por 4,703,200,000 acciones.

f) DESTINO DE LOS FONDOS

La totalidad de los recursos netos derivados de cada una de las tres emisiones de Certificados Bursátiles llevadas a cabo por la Compañía, durante 2009, se destinaron al pago de deuda a corto plazo contratada para la adquisición de WFI, en la forma especificada en los suplementos correspondientes a dichas emisiones.

La totalidad de los recursos netos derivados de la emisión del bono internacional, llevada a cabo por la Compañía durante 2010, se destinaron para el refinanciamiento de deuda existente y para fines corporativos generales.

g) DOCUMENTOS DE CARÁCTER PÚBLICO

Para solicitar copias del presente Reporte Anual, dirigirse a:

Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V.
Prolongación Paseo de la Reforma No. 1000
Col. Peña Blanca Santa Fe
México, D.F.
C.P. 01210
www.grupobimbo.com

Relación con Inversionistas

Armando Giner Chávez
Tel. (5255) 5268-6924
Fax (5255) 5268-6697
armando.giner@grupobimbo.com

Azul Argüelles Rojas
Tel. (5255) 5268-6962
Fax (5255) 5268-6697
azul.arguelles@grupobimbo.com

En relación con la información pública que ha sido entregada a la BMV, consultar las siguientes direcciones electrónicas:

<http://ir.grupobimbo.com>
www.bmv.com.mx

La información disponible en dichas páginas no forma parte de este Reporte Anual.

2) LA COMPAÑÍA

a) HISTORIA Y DESARROLLO DE LA EMISORA

1. Antecedentes Legales

Constitución

La Compañía se constituyó mediante escritura pública número 10670, de fecha 15 de junio de 1966, otorgada ante el licenciado Tomás O'Gorman, quien fuera titular de la Notaría Pública número 96 del Distrito Federal y cuyo primer testimonio quedó inscrito en el Registro Público de Comercio del Distrito Federal, en la sección de Comercio, bajo el número 299, a fojas 377, volumen 636, libro 3°.

Denominación

La Compañía se constituyó originalmente bajo la denominación de Promoción de Negocios, S.A. En 1978 cambió su denominación por la de Grupo Industrial Bimbo, S.A. y en 1981 adoptó la modalidad de sociedad anónima de capital variable. El 24 de agosto de 1999, la Compañía cambió su denominación a Grupo Bimbo, S.A. de C.V., y el 14 de noviembre de 2006, mediante escritura pública número 30053, otorgada ante la licenciada Ana de Jesús Jiménez Montañez, titular de la Notaría Pública número 146 del Distrito Federal, cuyo primer testimonio quedó inscrito en el Registro Público de Comercio del Distrito Federal en el folio mercantil número 9506, el 6 de diciembre de 2006, la Compañía adoptó la modalidad de sociedad anónima bursátil de capital variable.

Duración

La duración de la Compañía es indefinida.

Domicilio y Teléfonos

Las oficinas principales de la Compañía se encuentran ubicadas en Prolongación Paseo de la Reforma 1000, Colonia Peña Blanca Santa Fe, C.P. 01210, México, D.F. Su número telefónico es el 5268-6600 y su número de facsímil es el 5268-6697. La dirección de la página de Internet de la Compañía es: www.grupobimbo.com, en el entendido que la información ahí contenida no es parte de este Reporte Anual.

2. Historia

Todas las cifras presentadas en esta sección corresponden a valores históricos a las fechas indicadas.

1945 Aprovechando su experiencia en la industria panadera, Don Lorenzo Servitje Sendra y Don Jaime Sendra Grimau decidieron crear una fábrica de pan de caja estilo americano, para lo cual invitaron a participar como socio industrial a Don Alfonso Velasco, así como a Don Jaime Jorba Sendra y Don José T. Mata. Otro fundador fue Don Roberto Servitje Sendra, quien colaboró desde un inicio como supervisor de ventas. Aunque no fungió como socio al iniciar la Compañía, Don Roberto Servitje adquirió poco a poco mayores responsabilidades y participó de igual forma en la toma de decisiones. Más tarde, compró acciones de BIMBO y, posteriormente, se convirtió en Director General, posición que dejó en 1994, cuando fue nombrado presidente del Consejo de Administración, en sustitución de Don Lorenzo Servitje, quien desempeñó dicha función desde su fundación.

Para la creación de la fábrica de pan de caja, los socios fundadores atendieron fundamentalmente las necesidades que el mercado planteaba en ese momento; es decir, una atención periódica y de calidad a los clientes, y frescura de los productos. Para satisfacer dichas necesidades, se determinaron los productos que debían fabricarse y las características de su envoltura, además de que se implantaron sistemas de distribución directa y de sustitución del producto no vendido cada dos días. El 2 de diciembre de 1945 quedó formalmente fundada Panificación Bimbo, en la ciudad de

México.

- 1947-1952** En 1947 se inició la distribución foránea hacia algunas ciudades de los estados de Veracruz, Morelos, Hidalgo y Puebla. Para 1952, se tenían instaladas cuatro plantas en la ciudad de México, se había integrado la línea de bollería dentro de los productos de la Compañía. Asimismo, se había ampliado la distribución hacia algunos estados del centro y norte de México.
- 1956** En mayo de 1956 se constituyó la empresa Pasteles y Bizcochos, S.A., hoy Productos Marinela, S.A., con lo que el Grupo incursionó en el área de pastelería. A partir de esta fecha se inició el establecimiento de plantas fuera de la ciudad de México. Las primeras de ellas fueron Bimbo de Occidente, S.A. (Guadalajara) y Bimbo del Norte, S.A. (Monterrey), lo que se amplió significativamente tanto la cobertura geográfica de la distribución como la variedad de productos que ofrecía la Compañía.
- 1963-1978** El período comprendido entre 1963 y 1978 se caracterizó por una gran expansión y diversificación. Además de que se abrieron ocho plantas adicionales en diferentes estados de la República Mexicana, se ampliaron las plantas existentes y se integraron otras líneas de pastelería adicionales a las ofrecidas por Productos Marinela, S.A. Asimismo, se incursionó en la industria de dulces y chocolates, con el establecimiento de la primera planta de Ricolino, y en el mercado de las botanas saladas, con lo que hoy se conoce como Barcel. En esa época se cubrían prácticamente todos los estados del país a través del sistema de distribución directa de la Compañía.
- En dicho período, con la inauguración de la primera planta de mermeladas, se inició también la integración vertical del Grupo. No sólo se abasteció de estos productos a las otras empresas del Grupo, sino que también se diversificó la línea de productos que se ofrecían a los consumidores.
- En relación con los productos de alta repostería, en la década de los setenta, BIMBO lanzó al mercado la línea *Suandy*, cuyos productos eran elaborados a base de mantequilla. Esta línea se amplió en forma importante en 1981.
- 1979** En 1979, *Tia Rosa* fue introducida con una imagen de panadería casera en el mercado nacional y se desarrolló rápidamente con sistemas automatizados en algunas de sus líneas de producción.
- 1983** Para esas fechas, el Grupo ya fabricaba algunos equipos y partes de los mismos, que eran utilizados en sus plantas, por lo que en 1983 se inauguró la planta de Maquindal, S.A., la cual se fusionó en enero de 2001 con la empresa Moldes y Exhibidores, S.A. de C.V.
- 1984** En 1984, BIMBO incursionó en el mercado de exportación con la distribución de productos *Marinela* hacia EE.UU.
- 1986-1990** En 1986, después de la crisis que enfrentó México durante casi cinco años, BIMBO adquirió Continental de Alimentos, S.A. de C.V., empresa que producía y comercializaba la marca *Wonder*, hasta entonces competidora directa de BIMBO en panificación y pastelitos. A partir de 1989, el Grupo experimentó una importante expansión a través de otras adquisiciones y el establecimiento de plantas en las líneas, tanto de productos para el consumidor final como de materias primas, material y equipo para consumo interno.
- 1992-1996** En cuanto a las operaciones a nivel internacional, la Compañía adquirió en 1990 una planta productora de pan y pastelitos en Guatemala, lo que marcó el inicio de la cobertura que el Grupo tiene en Latinoamérica. En 1992, BIMBO comenzó la adquisición de plantas productivas en otros países de la región con la adquisición en 1992 de Alesa, S.A. y Cena (hoy Ideal, S.A.) en Chile. Posteriormente, se extendió a

Venezuela con la adquisición de Industrias Marinela, C.A. y Panificadora Holsum de Venezuela, C.A. en 1993, fusionadas en 1999 con el nombre de Bimbo Venezuela C.A. Al mismo tiempo, se instalaron plantas productivas en Argentina, Colombia, Costa Rica, El Salvador y Perú, así como empresas de distribución en Honduras y Nicaragua.

Adicionalmente, la Compañía se expandió de manera importante en EE.UU. con el establecimiento y adquisición de varias plantas productivas en distintos estados fronterizos con México. Se adquirieron las siguientes compañías: Orbit Finer Foods, Inc., en 1993; Fabila Foods, Inc. y La Fronteriza, Inc., en 1994; C&C Bakery, Inc. y La Tapatía Tortillería, Inc., en 1995; y Pacific Pride Bakeries, con dos plantas (Suandy Foods Inc. y Proalsa Trading Co.), en 1996.

En 1992, la Compañía adquirió la fábrica Galletas Lara, lo cual permitió la entrada formal al mercado de las galletas tradicionales, tipo “marías” y saladas, en el que no participaba con la marca *Marinela*.

1998 Un importante nivel de inversiones caracterizó 1998. En ese año se adquirió la empresa de panificación Mrs. Baird's, líder en su sector en el estado de Texas, EE.UU., y en México se iniciaron operaciones en la planta de Bimbo en La Paz, Baja California. Asimismo, la expansión de BIMBO llegó al continente europeo con el establecimiento en Alemania de la empresa distribuidora de confitería Park Lane Confectionery. También en ese año, con objeto de enfocarse en sus negocios principales, BIMBO llevó a cabo desinversiones en la elaboración y distribución de helados en México y de botanas saladas en Chile.

1999 En febrero de 1999, BIMBO realizó una alianza estratégica con la empresa Dayhoff, en EE.UU., dedicada a la distribución de dulces, a través de una participación accionaria de 50%. En 2002, la participación de BIMBO aumentó a 70% y en 2004 adquirió el total de las acciones.

En marzo de 1999, BIMBO se asoció con Grupo Mac'Ma al adquirir una participación de 51% en las empresas dedicadas a la elaboración de pastas. En el estado de California, EE.UU., adquirió la empresa panificadora Four-S.

En 1999, una nueva planta panadera se construyó e inició operaciones en la ciudad de Tijuana, Baja California, con las siguientes líneas de producción: pan blanco, integral y dulce, bollería, tortillas de harina de trigo y tostadas de maíz, entre otras.

En julio de 1999, BIMBO reforzó su presencia en Colombia a través de la adquisición de activos en la ciudad de Cali. En septiembre de ese mismo año, la Compañía concretó un acuerdo con la cadena de restaurantes McDonald's, por medio del cual se convirtió en el proveedor único de toda la bollería para esta cadena de restaurantes en Venezuela, Colombia y Perú. La concesión única de su bollería contribuyó a consolidar la posición de la Compañía en Latinoamérica. Además, esta exclusividad refuerza la relación que ambas empresas sostienen desde 1985, año en que McDonald's se instaló en México.

En octubre de 1999, BIMBO concretó negociaciones con la empresa Panacea, S.A., ubicada en San José, Costa Rica. Dichas negociaciones permitieron a BIMBO la adquisición de algunos de los activos de la empresa costarricense y el derecho al uso de *Tulipán*, su marca líder en ese país.

Por un monto de \$140.6 millones de dólares, en diciembre de 1999, BIMBO realizó la venta de sus seis molinos de harina de trigo y del negocio de frutas y vegetales frescos y procesados a un grupo de inversionistas representados por el señor Roberto Servitje Achútegui.

Conforme a la estrategia de aprovechamiento de sinergias y consolidación operativa,

BIMBO inició en 1999 la fusión administrativa y operativa de sus empresas en EE.UU., consolidándose de la siguiente forma: Mrs. Baird's Bakeries Business Trust, en el mercado de Texas, y Bimbo Bakeries USA, Inc., en el mercado de California.

2000 En marzo de 2000, BIMBO, Oracle de México, Sun Microsystems y Cap Gemini Ernst & Young acordaron el desarrollo del programa informático BIMBO XXI.

En abril de 2000, la Compañía, a través de Ricolino, inauguró dos plantas en la Unión Europea, una en Viena, Austria, y la otra en Ostrava, República Checa ver “La Compañía – Descripción del Negocio - Actividad Principal”.

Adicionalmente, en noviembre de 2000, BIMBO adquirió Pan Pyc, la segunda empresa panificadora más importante de Perú, con lo que consolidó su liderazgo en ese país. En diciembre adquirió la empresa guatemalteca de panificación La Mejor, con lo que reforzó su presencia en los mercados de Guatemala, El Salvador y Honduras.

2001 En 2001 destacó la intensa actividad para consolidar la presencia del Grupo en las regiones donde participaba y para eficientar sus operaciones. En marzo de ese año, BIMBO adquirió el 100% del capital de Plus Vita, Ltda., una de las empresas panificadoras más grandes de Brasil, productora de pan de caja, pan dulce, pastelitos, bollería y pan tostado bajo marcas consideradas entre las más tradicionales y de más alto prestigio en el mercado brasileño, como *Pullman*, *Plus Vita*, *Ana María*, *Muffs* y *Van Mill*, entre otras. Plus Vita operaba tres plantas, localizadas en Sao Paulo, Río de Janeiro y Recife ver “La Compañía – Descripción del Negocio - Actividad Principal”. Estrategia y Fortalezas”.

Por otro lado, y con la finalidad de agregar valor a la tenencia accionaria de los accionistas de BIMBO, en agosto de 2001 se concluyó una oferta pública de recompra de acciones, la cual alcanzó el objetivo esperado de otorgar a sus accionistas la posibilidad de elegir entre obtener liquidez inmediata con un premio o conservar su inversión y participar en los resultados futuros del Grupo. Finalmente, se adquirieron 238,803,031 acciones Serie “A”, ordinarias, nominativas, sin expresión de valor nominal, representativas de su capital social, a un precio de \$17.25 por acción.

En octubre de ese mismo año, la Compañía concluyó el proceso de venta de sus acciones en las empresas Pastas Cora, S.A. de C.V. y Pastas Cora de la Laguna, S.A. de C.V. a Grupo La Moderna, S.A. de C.V. Las empresas vendidas eran propiedad de Grupo Bimbo y Grupo Mac'Ma, S.A. de C.V. y, por tal motivo, la negociación con La Moderna se llevó a cabo de manera conjunta. Mediante esta operación, La Moderna adquirió el 100% de las acciones de Pastas Cora, S.A. de C.V. y Pastas Cora de la Laguna S.A. de C.V., y entregó en pago 4,500,000 acciones representativas del 5.8% de su capital social, del cual 57.4% corresponde a Grupo Bimbo.

En noviembre de 2001, la Compañía adquirió ciertos activos productivos pertenecientes a Gruma, S.A. de C.V., relacionados con la fabricación y distribución de pan. Esta adquisición incluyó los negocios de pan fresco y pan congelado en Costa Rica, así como los equipos provenientes de la planta que Gruma cerró en Escobedo, Nuevo León.

2002 A partir del 1 de enero del 2002 se hizo efectiva la fusión de todas las empresas operadoras del Grupo en México en dos grandes empresas: Bimbo, S.A. de C.V. y Barcel, S.A. de C.V. La primera consolida todas las operaciones panaderas, mientras que la segunda abarca las divisiones de botanas saladas, confitería y cajeta. El objetivo de dicha fusión fue optimizar las operaciones y eficientar su capacidad instalada y su fuerza de distribución.

El 4 de marzo de 2002, la Compañía adquirió, a través de su subsidiaria en EE.UU., las operaciones de panificación en la región oeste de EE.UU. pertenecientes a la empresa

George Weston Limited. Esta operación, con un precio total de \$610 millones de dólares, proporcionó a Grupo Bimbo el acceso a marcas y productos líderes en el mercado estadounidense, tales como el pan Oroweat, los pastelillos Entenmann's, el pan tipo English muffin y los bagels Thomas', así como las bases para pizza Boboli.

De conformidad con los términos del acuerdo, Grupo Bimbo adquirió, entre otros activos, la marca de pan Oroweat; cinco plantas distribuidas en los estados de Texas, Colorado, California y Oregon, y un eficiente sistema de distribución directa, con aproximadamente 1,300 rutas. Adicionalmente, la Compañía obtuvo en la misma región todos los derechos relacionados con los productos de la marca Entenmann's, así como los derechos de distribución de las marcas Thomas' y Boboli.

Esta adquisición respondió a la estrategia de BIMBO de construir un negocio de panificación líder en EE.UU. Con ello se fortaleció la posición del Grupo en mercados clave, como lo son los estados de California y Texas.

El 11 de diciembre de 2002, la Asamblea General Extraordinaria de Accionistas de BIMBO acordó la fusión de la Compañía con su empresa subsidiaria Central Impulsora, S.A. de C.V. En virtud de tal fusión, la Compañía se convirtió en titular de las principales marcas del Grupo.

2003 En enero de 2003, BIMBO concretó una alianza estratégica con Wrigley Sales Company ("Wrigley"), para distribuir sus productos. Con este acuerdo, la Compañía, a través de su subsidiaria Barcel, S.A. de C.V., se convirtió en el distribuidor exclusivo en México de las marcas de goma de mascar de Wrigley. Esta operación incorporó una línea de productos de la más alta calidad a la plataforma de confitería del Grupo y otorgó a la Compañía la oportunidad de ofrecer Doublemint, Juicy Fruit, Orbit, Spearmint y Winterfresh, las marcas de goma de mascar estadounidenses más exitosas en la industria.

En junio de 2003, la Compañía, en conjunto con su socio Grupo Arteva, S. de R.L., llevó a cabo la venta de la empresa Novacel, S.A. de C.V., dedicada a la fabricación de empaques flexibles, a Pechiney Plastic Packaging, una subsidiaria de la empresa canadiense Alcan, líder mundial en la fabricación de empaques. Previa a esta venta, BIMBO mantenía una participación de 41.8% en el capital social, mientras que su socio era el propietario del resto. En esta transacción, Grupo Bimbo suscribió un contrato de suministro en términos y condiciones comerciales acordes con las prácticas generales de la industria.

En julio de 2003, la Compañía informó sobre su participación como socio minoritario en un consorcio encabezado por el empresario mexicano Fernando Chico Pardo. Dicha entidad adquirió ciertos derechos de propiedad y deuda de la Compañía de Alimentos Fargo, S.A., de la República de Argentina, y procurará su reestructura financiera y operativa.

2004 El 18 de marzo de 2004, Grupo Bimbo informó que llegó a un acuerdo para adquirir las empresas de confitería Joyco de México, S.A. de C.V., Alimentos Duval, S.A. de C.V. y Lolimen, S.A. de C.V., propiedad de un grupo de accionistas mexicanos y de la empresa española Corporación Agrolimen, S.A. Después de haber obtenido todas las autorizaciones necesarias, la operación de compra de las empresas de confitería concluyó en mayo de 2004.

Grupo Bimbo invirtió \$290, de los cuales aproximadamente \$27 se destinaron al pago de pasivos financieros. Mediante esta inversión, liquidada con recursos propios, Grupo Bimbo adquirió dos plantas de producción y derechos sobre marcas y productos líderes en la industria de la confitería en México, como Duvalín, Bocado y Lunetas. Estas empresas registraban ventas anuales cercanas a los \$500.

2005 El 9 de junio de 2005, BIMBO anunció la adquisición de ciertos activos y marcas propiedad de Empresas Chocolates La Corona, S.A. de C.V. y sus subsidiarias (“La Corona”), en una operación que ascendió a \$471, que fueron liquidados con recursos propios de la Compañía. La Corona tiene presencia en el mercado mexicano de golosinas, principalmente en el segmento de chocolates. Después de la aprobación regulatoria correspondiente, esta operación se concretó el 29 de julio de 2005.

El 20 de julio de 2005, la Compañía anunció la adquisición, mediante una transacción en efectivo que ascendió a \$1,350, de Controladora y Administradora de Pastelerías, S.A. de C.V., operadora de las pastelerías “El Globo”. Controladora y Administradora de Pastelerías, por medio de El Globo, produce y comercializa productos de pastelería fina. Con esta adquisición, Grupo Bimbo incursionó por primera vez en el negocio de la comercialización al menudeo de productos de pastelería fina. Después de la aprobación regulatoria correspondiente, la operación se concretó el 23 de septiembre de 2005.

El 30 de septiembre de 2005, la Compañía firmó un convenio de distribución con Arcor, S.A.I.C. (“Arcor”), de la República de Argentina. Con este convenio, BIMBO, a través de su subsidiaria Barcel, S.A. de C.V., se convirtió en el distribuidor exclusivo en México de la golosina “Bon o Bon”. Este producto se incorporó a la plataforma de golosinas existente de la Compañía como una línea conocida como de alta calidad. Las compañías firmantes se comprometieron también a realizar una inversión conjunta para construir en México una planta productora de las golosinas de Arcor y Barcel.

El 30 de enero de 2006, BIMBO regresa al mercado de panificación de Uruguay con la adquisición de las empresas uruguayas Walter M. Doldán y Cía. S.A. y Los Sorchantes S.A., posicionándose como el líder en el mercado. Esta operación ascendió a \$7 millones de dólares, de los cuales \$5.5 millones fueron destinados a la compra del 100% de las acciones y el resto se destinó al pago de pasivos financieros. Estas empresas se dedican a la producción y comercialización de productos de panificación, a través de las marcas *Los Sorchantes* y *Kaiser*, principalmente.

2006 El 24 de marzo de 2006, BIMBO inició operaciones en Asia con el acuerdo para adquirir la empresa Beijing Panrico Food Processing Center, subsidiaria de la empresa española Panrico, S.A., ubicada en China, en una transacción que ascendió a 9.2 millones de euros por el 98% de las acciones, asumiendo, adicionalmente, una deuda neta de 1.3 millones de euros. Con esta operación, la Compañía adquirió una empresa que contaba con 800 colaboradores, una planta de producción y una red de distribución con un amplio portafolio de productos de panificación, diseñados y desarrollados para el mercado local, que le han permitido alcanzar una importante presencia y reconocimiento en las ciudades de Beijing y Tianjin.

El 19 de junio de 2006, BIMBO anunció que llegó a un acuerdo para adquirir ciertos activos y marcas de las pastelerías “El Molino”, en una transacción que ascendió a \$42, que fueron liquidados con recursos propios de la Compañía. El Molino es una de las pastelerías de mayor antigüedad y tradición en México. En el ejercicio terminado en diciembre de 2005, sus ventas ascendieron a \$45.

Esta transacción, complementaria a la adquisición de las pastelerías “El Globo”, realizada en julio de 2005, buscó fortalecer la presencia de Grupo Bimbo en el negocio de comercialización al menudeo de productos de pastelería fina.

2007 El 31 de julio de 2007, BIMBO realizó la compraventa del 100% del paquete accionario de Maestro Cubano Florentino Sande S.A. por una suma que ascendió a \$93. La compañía radica en Uruguay, es propietaria de un establecimiento industrial dedicado a la producción y comercialización en plaza y en el exterior de galletitas, grissines y pan rallado.

El 2 de octubre de 2007, BIMBO anunció la adquisición de Temis por una suma que

ascendió a \$17. Con esta adquisición, BIMBO ingresó al mercado de Paraguay.

El 5 de noviembre de 2007, Grupo Bimbo anunció que, como se incluyó en una solicitud judicial del 2 de Noviembre de 2007, presentada por el grupo de inversión The Yucaipa Companies, LLC (“Yucaipa”) ante la Corte de Quiebras de los Estados Unidos del Distrito Oeste de Missouri, en la ciudad de Kansas City (la “Corte”), Yucaipa, junto con BBU, Inc. (“BBU”), subsidiaria de Grupo Bimbo, y The International Brotherhood of Teamsters (the “Teamsters”), pretendían presentar una propuesta conjunta para la reorganización de Interstate Bakeries Corporation (“IBC”).

IBC, es una de las empresas panificadoras y distribuidoras de pan fresco y pan dulce más grandes de los Estados Unidos. Dentro de sus principales marcas se encuentran Wonder®, Merita®, Home Pride®, Baker's Inn®, Hostess®, Drake's®, y Dolly Madison®. IBC opera más de 40 plantas, 650 centros de distribución, 6,400 rutas y da empleo a alrededor de 25,000 colaboradores.

Se esperaba que la Corte considerara la solicitud de Yucaipa en una audiencia prevista para el 7 de noviembre. En caso de que la Corte instruyera a IBC otorgar a Yucaipa y a BBU el acceso requerido para iniciar una auditoría de compra, Yucaipa y BBU esperaban realizar su revisión de manera expedita para determinar la condición de IBC y, si así se determinaba, presentarían, en conjunto con los Teamsters, los términos y condiciones del plan de reorganización de IBC.

Grupo Bimbo pretendía utilizar dicha auditoría para evaluar si IBC representaba una oportunidad viable para fortalecer y apuntalar su posición en la industria de la panificación en los Estados Unidos, a la vez que consolidara su posición de liderazgo en la industria global de la panificación.

Cualquier decisión posterior que implicara seguir avanzando en este proceso requeriría de una serie de pasos adicionales, incluyendo la conclusión satisfactoria de la auditoría mencionada anteriormente, así como la aprobación del plan de reorganización por parte de la Corte y los acreedores de IBC.

Sin embargo, el 13 de diciembre de 2007, Grupo Bimbo anunció que después del proceso de auditoría realizado a IBC no se encontraba en posición de presentar propuesta alguna para adquirir IBC.

El 29 de noviembre de 2007, Grupo Bimbo informó que el 28 de noviembre, la Compañía de Alimentos Fargo, S.A. (“Fargo”), empresa argentina en la que Grupo Bimbo mantiene una posición accionaria indirecta del 30%, suscribió un acuerdo para su reorganización con sus principales acreedores, que representan la mayoría de la deuda verificada, los fondos de inversión *Rainbow Global High Yield*, *The Argo Capital Investors Fund SPC*, *Argo Global Special Situations Fund Segregated Portfolio* y *The Argo Fund Limited* (los “Tenedores de Bonos”).

El acuerdo incluyó el pago del 33.81% del monto de la deuda quirografaria verificada. Asimismo, los Tenedores de Bonos se comprometieron a colaborar para que Fargo lograra la culminación del Concurso Preventivo en el que se encuentra desde el mes de junio de 2002, así como a no realizar acciones legales en su contra.

2008 El 2 de enero de 2008, BIMBO anunció la adquisición de Laura, compañía localizada en Brasil, por un monto que ascendió a \$202. De esta manera, BIMBO ingresó en la categoría de panettone y ampliar el portafolio de galletas a través de la línea waffers.

El 21 de febrero de 2008, BIMBO anunció la adquisición de Firenze, también en Brasil, por una suma que ascendió a \$185. La integración con Firenze permitió aprovechar la fortaleza en el segmento *light* y continuar su desarrollo a través del aumento de la distribución física de las marcas Firenze y Plus Vita.

El 1 de abril de 2008, la Compañía anunció la adquisición de Plucky, compañía radicada en Uruguay, por una suma que ascendió a \$123. La compañía produce y comercializa productos de confitería. Con esta adquisición, Bimbo incursionó por primera vez en Latinoamérica en dicho mercado.

El 7 de mayo de 2008, Grupo Bimbo anunció que llegó a un acuerdo para adquirir el 75% de las acciones de la empresa panificadora brasileña Nutrella Alimentos, S.A. ("Nutrella"). Esta adquisición permitió a Grupo Bimbo colocarse como el líder de pan industrializado en Brasil, incrementando su escala y presencia geográfica.

Nutrella es una empresa fundada en 1972 que produce y comercializa pan empacado, bollería y pastelitos, a través de dos unidades de producción, en los estados de Sao Paulo y Rio Grande do Sul. Con las marcas "Nutrella", "Nhamy" y "Nutrellinhas", entre otras, está posicionada como la líder del mercado en la Región Sur de Brasil. En 2007, Nutrella, con más de 1,600 colaboradores, registró ventas por R\$150 millones y una UAFIDA* por R\$21 millones.

Esta inversión respondió a la estrategia de Grupo Bimbo de consolidar sus operaciones en los países en donde participa y le dio una posición más sólida para continuar desarrollando un negocio rentable en Brasil, al complementar su operación actual. Asimismo, le dio acceso a una de las regiones con mayor actividad económica en el país, con más de 25 millones de habitantes.

2009 El 21 de enero de 2009, Grupo Bimbo anunció que concluyó la adquisición del negocio de panificación en Estados Unidos de WFI, perteneciente a Dunedin Holdings S.à r.l., una subsidiaria de George Weston Limited (TSX: WN), ubicada en Toronto, así como con la adquisición de los activos financieros relacionados, habiendo obtenido las aprobaciones y los permisos regulatorios correspondientes. Dichas operaciones fueron valuadas en \$2,380 y \$125 millones de dólares, respectivamente. El pago conjunto de \$2,505 millones de dólares se efectuó mediante un financiamiento de \$2,300 millones de dólares, así como con recursos propios de la Compañía. La operación consolidada en Estados Unidos, conocida como Bimbo Bakeries USA (BBU), se convirtió en una de las compañías panificadoras más grandes del país, con una posición de liderazgo en las categorías de pan, bollos, pan dulce y pastelitos. El portafolio incluye marcas premium como ARNOLD®, BIMBO®, BOBOLI®, BROWNBERRY®, ENTENMANN'S®, FRANCISCO®, FREIHOFER'S®, MARINELA®, MRS BAIRD'S®, OROWEAT®, STROEHMANN®, THOMAS'® y TIA ROSA®. La nueva operación da empleo a más de 15,000 colaboradores, opera 35 plantas y distribuye sus productos a través de más de 7,000 rutas. Los resultados consolidados de Grupo Bimbo reflejaron la integración de las operaciones de WFI a partir del 21 de enero de 2009.

El 18 de noviembre del 2009, se adquirieron los activos relacionados con la producción, distribución y venta de los productos de maíz marca Sanissimo.

2010 A finales de 2010 se adquirió Dulces Vero. Principal productor, distribuidor y comercializador de paletas, caramelos y malvaviscos, la mayoría de ellos cubiertos de chile, en México.

Vero, fundada en 1952, produce una amplia gama de dulces y confituras, incluyendo paletas de caramelo macizo, gomitas y malvaviscos, entre otros. La empresa tiene una amplia experiencia y tecnología propia para la producción de caramelos y productos elaborados con base en Chile. Vero cuenta con 1,500 colaboradores y en 2009 generó ventas por aproximadamente \$1,100 millones de pesos, así como una UAFIDA de \$220 millones de pesos.

La adquisición de estos activos fortalece la posición de Grupo Bimbo en el mercado mexicano de confitería a través de su subsidiaria Barcel, además de apoyar la

estrategia de la Compañía de llegar a todos los segmentos socio-demográficos. Junto con las sinergias de ventas y costos, la fortaleza de Vero en el canal de mayoreo, combinada con la extensa red de distribución al menudeo de Barcel, proporcionará una sólida plataforma para el crecimiento continuo. Asimismo, los productos de Vero complementan el portafolio de Barcel en el mercado hispano de Estados Unidos y representan una oportunidad para incrementar la presencia de la Compañía en ese país.

El 9 de noviembre del 2010, Grupo Bimbo anunció que llegó a un acuerdo para adquirir el negocio de North American Fresh Bakery de Sara Lee, cuyo cierre se espera para finales del primer semestre de 2011. La adquisición fortalecerá y ampliará significativamente el negocio de Estados Unidos.

La adquisición incluye la licencia perpetua de la marca icónica Sara Lee®, libre de regalías, para su utilización en productos de panificación en América, Asia, África y países de Europa del Este y Central, así como una gama de marcas regionales con alto reconocimiento en sus mercados locales. Sara Lee NAFB opera 41 plantas, cerca de 4,800 rutas de distribución y emplea aproximadamente 13,000 colaboradores. Durante los últimos 12 meses que concluyeron el 2 de octubre de 2010, Sara Lee NAFB generó ventas por 2 mil millones de dólares y una UAFIDA ajustada por 108 millones de dólares.

Esta operación permitirá a BBU construir una plataforma más eficiente y de bajo costo para servir a clientes y consumidores a lo largo de Estados Unidos. La adquisición es altamente complementaria en todas las líneas de productos, plantas y zonas geográficas. Las marcas y gama de productos de Sara Lee NAFB, aportan un sólido negocio en zonas geográficas y categorías fundamentales, en las que BBU no tiene actualmente una presencia importante.

El negocio combinado dará empleo a más de 28,000 colaboradores, operará 75 plantas y distribuirá sus productos a través de más de 13,000 rutas, con ventas *pro forma* estimadas en 5,805 millones de dólares en 2010. Se espera que la integración de Sara Lee NAFB en las operaciones actuales de BBU, genere sinergias anuales en un rango aproximado de 150 a 200 millones de dólares para 2013.

Grupo Bimbo anunció el inicio de la construcción de “Piedra Larga”, el parque eólico más grande de la industria alimenticia a nivel mundial, con el que generará prácticamente 100% de la energía eléctrica consumida por Grupo Bimbo en México.

Con una potencia instalada de 90 mega watts, el parque permitirá abastecer el consumo eléctrico de 65 instalaciones (plantas productivas y otros centros de operación) de la empresa. Grupo Bimbo invitó a participar de este proyecto a Grupo Calidra, Frialsa Frigoríficos y al Papalote Museo del Niño.

Grupo Bimbo ha enfocado su atención en la implementación de energía eólica, para cumplir con el permanente compromiso con el medio ambiente y con el bienestar de las futuras generaciones.

A continuación se anexa un resumen de las ventas de las adquisiciones realizadas por la Compañía en los últimos 3 años (las cifras están expresadas en millones de pesos):

Fecha	Empresa	País	Ventas
2010			
3 diciembre 10	Dulces Vero	México	\$ 1,285
5 mayo 10	JinHongWei	China	63
1 mayo 10	BMFoods	EUA	383
2009			
21 de enero	Weston Foods, Inc. (WFI)	EE.UU.	\$ 31,699
Varias	Negocios y activos varios	Varios	320
2008			
1 de mayo	Activos y Marcas de "Galletas Gabi"	México	\$ 349
6 de mayo	Nutrella Alimentos S.A.	Brasil	924
2 de abril	Plucky, S.A.	Uruguay	107
25 de marzo	Lido Pozuelo, S.A.	Honduras	203
21 de febrero	Activos y Marcas de "Firenze"	Brasil	209
2 de enero	Panificio Laura, Ltda.	Brasil	259

3. Eventos Recientes

A continuación se señalan los eventos relevantes después del 31 de diciembre de 2010.

Grupo Bimbo anuncia la contratación de Accival como formador de mercado

El 7 de marzo de 2011 Grupo Bimbo anuncia la contratación de Acciones y Valores Banamex, S.A. de C.V., Casa de Bolsa como formador de mercado para operar las acciones de la Compañía listadas en la Bolsa Mexicana de Valores con la clave de cotización BIMBO. Esta iniciativa fortalece el compromiso de Grupo Bimbo para promover la liquidez de sus valores en el mercado de capitales.

Grupo Bimbo contrata un crédito sindicado por \$1,300 millones de dólares

El 26 de abril de 2011 Grupo Bimbo anunció la obtención de un crédito sindicado a cinco años por \$1,300 millones de dólares, con una tasa de interés Libor+110pb, por parte de un grupo de 10 instituciones financieras internacionales líderes. Los recursos obtenidos con esta transacción serán utilizados para refinanciar ciertas obligaciones existentes en mejores términos y para fondear parcialmente la adquisición de Sara Lee, cuyo cierre se tiene previsto para mediados del año, lo cual está sujeto a las aprobaciones regulatorias correspondientes.

El crédito, que será amortizado en cuatro pagos semestrales a partir del mes 42, incrementa la mezcla cambiaria en lo relativo a dólares estadounidenses, manteniendo una cobertura económica y contable natural. Asimismo, esta transacción mejora el perfil de obligaciones de la Compañía con el incremento del plazo promedio de 4.9 a 5.5 años y la disminución del costo financiero ponderado de 5.7% a 3.9%.

Grupo Bimbo realizó un *split* de su acción a una razón de 4:1

El 29 de abril, Grupo Bimbo hizo efectivo un split con una razón de 4:1. El split pretende mejorar la liquidez de la acción en el mejor interés de los accionistas.

b) DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

i) Actividad Principal

1. Estrategia y Fortalezas

La estrategia general del Grupo está basada en su misión corporativa, esto es, en el desarrollo del valor de sus marcas y, fundamentalmente, en el compromiso de ser una compañía altamente productiva y plenamente humana, así como innovadora, competitiva y orientada a la satisfacción total de sus clientes y consumidores, siendo líder a nivel internacional en la industria de la panificación y con visión de largo plazo. Asimismo, la Compañía, a través de su estrategia general, se orienta al incremento de su valor, lo que se refleja en un mayor valor para sus accionistas.

Para fortalecer la misión y estrategia general de BIMBO existen estrategias particulares, las cuales se describen a continuación:

- **Desarrollar productos nuevos e innovadores.** El Grupo ha desarrollado y lanzado exitosamente nuevos productos que han aumentado sus ventas y satisfecho a sus consumidores y hace esfuerzos para asegurar que sus productos satisfagan sus gustos y presupuesto, de acuerdo con sus costumbres, necesidades y tendencias, así como proporcionándoles valor nutricional. El Grupo tiene la intención de continuar invirtiendo en investigación y desarrollo para innovar en sus productos existentes y nuevos productos, con el fin de impulsar la demanda de sus consumidores y las oportunidades de incrementar sus ingresos. BIMBO es una compañía global que se esfuerza en mantener un carácter local a través del desarrollo continuo de nuevos productos que buscan satisfacer las necesidades y deseos de sus consumidores y mejorar su base de clientes y consumidores. Un ejemplo de lo anterior es el proceso desarrollado por el Grupo para añadir ingredientes “funcionales” a algunos de sus productos con el objetivo de mejorar la salud de sus consumidores, reduciendo el colesterol o mejorando la absorción de minerales. Asimismo, el Grupo es una de las primeras compañías en la industria en Latinoamérica en introducir empaques con tecnología oxo biodegradable. El Grupo considera que la fortaleza de sus marcas y sus procesos industriales de bajo costo le permiten expandir constantemente su oferta de productos.
- **Desarrollo continuo de las marcas del Grupo.** El Grupo ha sido capaz de crear, fomentar y manejar marcas exitosas, lo cual refleja su profundo entendimiento de las preferencias de sus consumidores y prueba el rigor de sus estudios de mercado así como de sus programas de pruebas. En la mayoría de sus categorías de productos, y en base a sus investigaciones propias, las marcas del Grupo tienen un reconocimiento espontáneo extraordinario en el mercado. El pan de caja de Bimbo se encuentra en casi todos los hogares de México. El Grupo considera que esta experiencia le permite desarrollar nuevas líneas de productos bajo marcas ya existentes, así como nuevas categorías de productos. Mediante la expansión hacia nuevos mercados, el Grupo espera incrementar el reconocimiento de sus marcas (incluyendo la marca “Bimbo” en los EE.UU.) y reforzar su portafolio de marcas con nuevas marcas específicamente destinadas a esos mercados.
- **Aumentar la penetración en el mercado.** Con el fin de satisfacer las necesidades de cada uno de sus segmentos de consumidores, el Grupo usa una gama de herramientas analíticas para dividir las regiones en las que opera por canal de distribución, tamaño, marca y productos y para desarrollar nuevos canales de distribución. Los esfuerzos recientes del Grupo para penetrar el mercado han resultado en el crecimiento de su base de consumidores en México en casi todos los segmentos, en un incremento en la penetración en el canal de tiendas de conveniencia en los EE.UU. y en un crecimiento significativo de su base de consumidores en Latinoamérica. El Grupo tiene la intención de seguir esforzándose para aumentar su penetración en el mercado, expandir su base de productos y mejorar el reconocimiento de sus marcas en los mercados en los que su presencia es reciente. El Grupo considera que la fortaleza de sus marcas y el alcance de su red de distribución le dan mayores oportunidades para incrementar su penetración en el mercado, incluyendo el mercado de panificación en los EE.UU. y Latinoamérica.

- **Aumentar las eficiencias en sus operaciones.** El crecimiento del Grupo ha generado economías de escala en la producción, distribución y comercialización, así como en difusión de mejores prácticas e innovación. El Grupo sigue concentrado en lograr eficiencias adicionales y mejorar su rentabilidad. En particular, el Grupo tiene como objetivo mejorar continuamente el uso de sus recursos de producción y distribución y seguir invirtiendo en sus plantas y equipos de manera periódica, así como mantener bajos costos de operación, enfocándose en controles de costos eficientes. Como ejemplo de lo anterior, se han rediseñado empaques más ligeros para reducir los costos. Asimismo, el Grupo evalúa constantemente los datos generados por su fuerza de ventas con el fin de mejorar la ejecución en los puntos de venta y mejorar su manejo de inventarios. El Grupo también monitorea su estructura de precios tomando en cuenta el costo de sus materias primas y las presiones inflacionarias para mantener un equilibrio óptimo.
- **Crecimiento constante.** El Grupo considera que se ha beneficiado de la adquisición e integración de nuevas marcas y productos y de su expansión en nuevos mercados. El Grupo busca incrementar su alcance geográfico y buscar adquisiciones estratégicas de manera selectiva en las regiones y categorías de productos que le permitan crecer, así como adquirir marcas fuertes que complementen su portafolio y aumenten la penetración de sus marcas. En virtud de la naturaleza fragmentada de la industria alimenticia, el Grupo seguirá evaluando su expansión a través de crecimiento orgánico y adquisiciones. El Grupo considera que su presencia en diversos mercados alrededor del mundo le darán una plataforma para identificar oportunidades de crecimiento en forma selectiva.
- **Estrategia Social.** BIMBO se ha esforzado siempre por llegar a ser una empresa plenamente humana. Ha insistido y, seguirá insistiendo en el futuro, en la integración de jefes y colaboradores guiados por la misión de alimentar, deleitar y servir plenamente al cliente. Asimismo, ha impulsado –y seguirá impulsando en el futuro– un ambiente de trabajo que facilite la integración e identificación del personal con la Compañía. Su objetivo en esta materia es que el trabajador se vaya desarrollando y con ello se propicie el desempeño productivo y la satisfacción personal. De esta manera es como el Grupo busca corresponder a su compromiso de responsabilidad, tanto externa como interna, no sólo en el aspecto económico, sino también en el social. De acuerdo con encuestas realizadas en los últimos siete años por la revista *Expansión*, BIMBO ha sido señalada dentro de las empresas más admiradas. Ver “Descripción del Negocio - Actividad Principal - Recursos Humanos”.

Aun cuando la administración de la Compañía considera que el manejo de las estrategias descritas es el más conveniente, no puede garantizar que éstas tengan los efectos esperados sobre las operaciones del Grupo ni que se mantengan como estrategias en el futuro, ya que la administración del Grupo revisa periódicamente la orientación e impacto de las mismas.

Las fortalezas del Grupo

El Grupo ha crecido rápidamente a lo largo de los últimos cinco años y considera que sus fortalezas le permitirán seguir creciendo y llevar a cabo su estrategia:

- **Posición líder en el mercado.** El Grupo es una de las más grandes compañías de panadería en el continente americano, con un portafolio diversificado de aproximadamente 7,000 productos y más de 150 marcas reconocidas, lo cual le permite alcanzar todas las categorías del mercado en la mayoría de los países en los que opera. Según Datamonitor, el Grupo es el participante en el mercado número uno o número dos en sus mercados principales (EE.UU., México y Centro y Sudamérica) en todas sus categorías: pan de caja, pan dulce, pasteles, galletas, botanas saladas, productos de confitería, tostadas y tortillas de trigo. Las demás líneas de sus productos se sitúan en los primeros lugares de sus mercados respectivos. Por ejemplo, en México, “Marinela” es líder del mercado en la categoría de pasteles y pastelitos y “Barcel” y “Ricolino” son número dos de los participantes en los mercados de botanas saladas y confitería, respectivamente.

- **Fuerte reconocimiento de las marcas.** Las marcas del Grupo son líderes en reconocimiento en el mercado en los EE.UU, México y Latinoamérica. El Grupo considera que su entendimiento de las necesidades y preferencias de sus consumidores le permite ofrecer productos con una calidad superior a precios competitivos. El Grupo también considera que la fortaleza de sus marcas le dan una ventaja competitiva y le permiten apalancar de manera eficaz el lanzamiento de nuevos productos en los mercados en los que opera. A través de la adquisición de WFI, el Grupo ha reforzado de una manera significativa su portafolio de marcas en los EE.UU. con marcas como “Thomas”, “Arnold” y “Entenmann’s”. Cada una de las marcas el Grupo está dirigida a un público específico y respaldada por un plan de comercialización exhaustivo. Algunas de las marcas símbolos, como el oso Bimbo, el Gansito y el payaso de la Paleta Payaso han desarrollado un estatus icónico y son inmediatamente reconocidas por millones de consumidores.
- **Una amplia red de distribución directa.** El Grupo ha desarrollado una amplia red de distribución directa, la cual cuenta con una de las más extensas flotillas de venta en el continente americano y le representa una mayor ventaja competitiva. Su red le permite distribuir productos desde sus plantas de producción, centros de distribución y almacenes hacia más de 1.8 millones de puntos de venta diarios para asegurar la frescura y calidad de sus productos y cumplir con las necesidades de cada tipo de consumidor, desde hipermercados hasta tiendas pequeñas. El Grupo también mantiene operaciones de logística sofisticadas y altamente eficientes para atender necesidades de la distribución en los mercados en los que opera. Con la adquisición de WFI, el Grupo ha extendido su red de distribución hacia el noreste de los EE.UU. de manera significativa. Asimismo, el Grupo ha desarrollado relaciones sólidas con sus clientes que le permiten adaptar su oferta y respuesta a las necesidades diversas y cambiantes de sus clientes, como por ejemplo, las frecuencias de entrega, de una manera eficiente. El Grupo considera que lo anterior se traduce en una fuerte lealtad de sus consumidores.
- **Inteligencia de mercado y satisfacción del consumidor.** El Grupo ofrece a sus consumidores, a través de sus distintas marcas, una amplia variedad de productos de panificación, abarcando una amplia gama de productos, niveles de precio, sabores y tamaños. Constantemente, el Grupo crea nuevas líneas de productos innovadores para responder a las necesidades y deseos de sus consumidores, basándose en un entendimiento único de sus necesidades y preferencias en los mercados en los que opera. El Grupo ha obtenido dicho entendimiento mediante la realización constante de estudios de mercado y analizando información clave de sus consumidores, incluyendo a través del uso de tecnología sofisticada por parte de su fuerza de ventas. La inteligencia de mercado del Grupo le permite dirigir los productos adecuados a cada punto de venta, en el momento adecuado. El Grupo considera que es el innovador líder en sus categorías de productos y ha introducido, de manera consistente, nuevos productos que han sido muy bien recibidos por los consumidores.
- **Equipo experimentado.** El equipo de trabajo del Grupo cuenta con amplia experiencia en la industria y desarrollado y consolidado la posición de líder del mercado del Grupo de una manera exitosa, concentrándose en la industria de panificación por medio de una respuesta eficiente y rápida a las necesidades cambiantes de los consumidores y al ambiente competitivo en los mercados en los que opera. Dicho equipo ha consumado e integrado diversas adquisiciones a lo largo de los últimos años y ha difundido ideas innovadoras y las mejores prácticas en manufactura y distribución a través del Grupo.
- **Fuerte cultura empresarial.** El Grupo pone especial énfasis en sus relaciones con sus asociados y busca alinear sus intereses con las metas y políticas de satisfacción del consumidor del Grupo. El Grupo está comprometido con la seguridad y la salud de sus asociados y consumidores. El Grupo considera que un alto nivel de satisfacción de su fuerza laboral conduce a un ambiente de negocios más productivo, así como a la lealtad de los clientes y consumidores.

2. Operaciones Principales

Grupo Bimbo es una de las empresas de panificación con mayor presencia a nivel mundial y es líder en el continente americano. La Compañía, a través de sus principales subsidiarias, se dedica a la producción, distribución y comercialización de pan de caja, pan dulce, pastelería de tipo casero, galletas, dulces, chocolates, botanas dulces y saladas, tortillas empacadas de harina de trigo, tostadas, cajeta y comida rápida. Asimismo, cuenta con marcas de reconocido prestigio como *Bimbo*, *Marinela*, *Tía Rosa*, *Lara*, *El Globo*, *Thomas'*, *Arnold*, *Stroehmann*, *Freihofer*, *Dutch Country*, *Maier's*, *D'Italiano*, *Brownberry*, *Oroweat*, *Mrs. Baird's*, *Entenmann's*, *Thomas*, *Francisco*, *Old Country Barcel*, *Ricolino*, *Dulces Vero*, *Coronado*, *La Corona*, *Milpa Real*, *Del Hogar*, *Ideal*, *Plus Vita*, *Pullman*, *Holsum*, *Nutrella*, *Firenze*, *Laura*, *Europa* y *Monarca*, entre otras. BIMBO tiene operaciones de manufactura en México, EE.UU., Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Honduras, Guatemala, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela y China. Asimismo, cuenta con centro de distribución en Nicaragua.

Grupo Bimbo se encuentra organizado en seis divisiones dentro de la industria de productos de panificación, y de botana salada y confitería. Bimbo, S.A. de C.V., que incluye a las marcas *Bimbo* y *Marinela*, entre otras; BBU, que incorpora a las compañías operadoras en EE.UU.; OLA, que reúne a todas las operaciones en Latinoamérica; El Globo, con más de 250 boutiques de pan, Barcel que incorpora las operaciones de botanas saladas y confitería; y Bimbo China encargada de las operaciones en Asia desde marzo de 2006, cuando la Compañía incursionó en el mercado asiático mediante la adquisición de Beijing Panrico Food Processing Center en China.

La Compañía opera en tres regiones principales: México, EE.UU., Latinoamérica. La Compañía vende sus productos en 17 países: EE.UU, México, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Honduras, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela y China.

Las siguientes tablas reflejan nuestras ventas netas en cada uno de los principales mercados en donde opera la Compañía así como las plantas de producción, rutas de distribución y puntos de venta que tiene la Compañía en cada uno de dichos mercados al 31 de diciembre de 2010, 2009 y 2008:

Región	Ventas netas por los periodos terminados el 31 de diciembre de,		
	2010	2009	2008
	(en millones de Pesos)		
Estados Unidos	47,875	49,850	18,049
México ⁽¹⁾	57,870	55,388	54,845
Centro y Sudamérica	14,207	13,606	11,346
Consolidado ⁽³⁾	117,163	116,353	82,317

Región	Plantas de Producción	Rutas de Distribución ²	Puntos de Venta ²
Estados Unidos	34	9,000	90,000
México ⁽¹⁾	44	27,000	1,461,000
Centro y Sudamérica	25	6,000	342,000

⁽¹⁾ Incluye las operaciones de Asia

⁽²⁾ Datos aproximados

⁽³⁾ Las cifras consolidadas excluyen las operaciones entre las regiones

a. Sector de Productos de Panificación

Este sector comprende las siguientes unidades de negocio:

Bimbo, S.A. de C.V.

Empresa que concentra todas las operaciones de panificación en México y cuyas principales marcas son *Bimbo* y *Marinela*.

Bimbo. Se dedica a la fabricación, distribución y comercialización de pan de caja, pan dulce, barras de cereal, tortillas empacadas de harina de trigo, tostadas y comida rápida. Por lo que respecta a la línea de pan de caja, históricamente, Bimbo ha logrado crecer por arriba del índice demográfico y del PIB. Lo anterior se debe a que se ha venido gestando un cambio importante en la preferencia y necesidades de los consumidores, en el sentido de adquirir pan empacado, cuya duración es mayor a la del pan tradicional. Adicionalmente, esta división ha sido muy activa en cuanto a la introducción de nuevos productos con características que han logrado satisfacer las necesidades de los consumidores. En lo que se refiere al pan dulce, Bimbo no sólo ha seguido una estrategia de producción, distribución y comercialización de productos tradicionales de la panadería mexicana, sino que, además, ha buscado diferenciarse de ellos ofreciendo opciones novedosas que satisfacen los distintos momentos de consumo. Estos productos, que se comercializan en diferentes variedades y presentaciones, representan, al igual que el pan de caja, una excelente alternativa para los consumidores. Hemos de resaltar la consolidación de la participación de la Compañía en la categoría de barras de cereal, como *Bran Frut*, *Multigrano*, *Doble Fibra*.

Con respecto a la línea de tortillas empacadas de harina de trigo y tostadas, en los últimos años se han experimentado crecimientos anuales importantes. Es por ello que, en 2009, BIMBO adquirió la Compañía Sanissimo, con lo que fortaleció su posición en las categorías de tostadas y totopos en el canal moderno.

Las principales marcas bajo las cuales Bimbo comercializa sus productos son:

Línea de producto	Marcas
Pan de caja (blanco, integral, especializados)	<i>Bimbo, Sunbeam*</i> , <i>Wonder, Oroweat, Breddy</i>
Bollería	<i>Bimbo, Wonder</i>
Pan dulce	<i>Bimbo, Tia Rosa</i>
Tortillas de harina de trigo	<i>Tia Rosa, Del Hogar, Wonder</i>
Tostadas y totopos	<i>Milpa Real, Del Hogar, Kodyz, Sanissimo</i>
Barras de cereal	<i>Bran Frut, Doble Fibra, Multigrano</i>
Comida rápida	<i>Lonchibón</i>

* Bajo licencia de uso de marca en México.

Marinela. Esta marca nació en 1956 en la ciudad de México con la producción de pastelitos en porciones individuales. En 1992, la Compañía realizó la adquisición de Galletas y Pastas Lara, S.A. de C.V., lo que le permitió ingresar de manera importante en los sectores de galletas tradicionales tipo "marías", galletas saladas y galletas populares. En el 2008, la Compañía adquirió Galletas Gabi, con lo que reforzó su posición en el segmento de galletas de lujo del canal moderno.

Actualmente, *Marinela* está dedicada a la producción, distribución y comercialización de diversos productos de pastelería, pays y galletas, principalmente bajo las siguientes marcas:

Línea de producto	Marcas
Pastelería	<i>Marinela, Wonder</i>
Galletas	<i>Marinela, Lara, Suandy, Tia Rosa, Gabi</i>

De manera conjunta con Bimbo, *Marinela* ocupa un lugar preferente en los mostradores de la mayoría de las misceláneas y pequeños comercios en México.

Bebidas lácteas. En 2008, la Compañía incursionó en la categoría de bebidas lácteas en México con *Leche Negrito* para venta en el canal de detalle. El objetivo es participar en nuevas categorías utilizando las marcas líderes de la Compañía para generar valor.

Alimentos preparados. En esta categoría ofrece productos listos para consumir en el punto de venta. La principal marca es Lonchibon de productos en el segmento de sándwiches, burritos, croissant, hamburguesa, etc. El Grupo cuenta con 3 centros de producción en Toluca, Monterrey y Tijuana y un área anexa en la planta de Chihuahua

El Globo. Empresa pastelera fundada en 1884 y adquirida por el Grupo en septiembre de 2005 que es reconocida como una de las empresas de mayor tradición y liderazgo, con una historia de 125 años en el ramo de pastelería fina y panificación artesanal en México. Mantiene control de todas las etapas del negocio: aprovisionamiento, producción, distribución y comercialización. Esta última se realiza a través de una red de 250 puntos de venta con diferentes formatos: sucursales tradicionales, islas, cafeterías y carritos.

Sus productos son de alta repostería y pan artesanal y están primordialmente orientados a los niveles superiores del mercado. Sus principales categorías de productos son pasteles, pan dulce y salado, gelatinas, canapés, galletas, chocolates, helados, pastas, alimentos preparados y sándwich-café, que son comercializadas bajo las siguientes marcas:

Línea de producto	Marcas
Pastelería fina, pan artesanal, gelatinas, galletas, pastas, canapés, chocolates, helados y alimentos preparados, cafes, bebidas	<i>El Globo</i>
Pastelería fina francesa, pan artesanal	<i>La Balance</i>
Panes de especialidad	<i>Delibrot</i>
Sándwich-café	<i>Breadhaus</i>
Pasteles, pan y galletas	<i>El Molino</i>

BBU, Inc.

BBU tiene sus oficinas principales en Horsham, Pennsylvania y es la empresa que controla las operaciones del Grupo en EE.UU que consolida las operaciones de Bimbo Bakeries y Bimbo Foods. Dichas operaciones consisten en la manufactura, distribución y comercialización de pan empacado y pan dulce a clientes minoritas e institucionales, incluyendo la distribución de productos importados de México enfocados principalmente a la comunidad hispana. BBU posee el 21% de la participación de mercado de pan empacado y pan dulce en Estados Unidos, el total del mercado suma \$17,000 millones de dólares. Actualmente, BBU cuenta con 33 plantas de producción en EE.UU y tiene más de 8,000 rutas de distribución. Aproximadamente 58% de la red de distribución es operada por terceros que tienen un contrato con la Compañía.

BIMBO ha implementado una estrategia de expansión en EE.UU. a través de diversas adquisiciones, incluyendo la adquisición del 21 de enero de 2009 del negocio de panificación en Estados Unidos de Weston Foods, Inc. (WFI) por \$2,380 millones de dólares, y la adquisición de los activos financieros relacionados. En noviembre de 2010 Grupo Bimbo anunció el acuerdo para adquirir el negocio de North American Fresh Bakery de Sara Lee por \$959 millones de dólares. Actualmente el acuerdo está bajo la revisión del U.S. Department of Justice y se espera que la adquisición se complete a mediados de 2011.

El negocio de North American Fresh Bakery de Sara Lee comercializa una gran variedad de productos horneados lo que incluye, pan, bollos, *muffins* y *bagels*. Entre las principales marcas, del negocio por adquirir, se encuentran: Sara Lee, Earth Grains, Colonial, Rainbo, Holsum, Sunbeam y Heiner's, de las cuales algunas operarán bajo acuerdos de licencia. Sara Lee posee 11.6% de la participación del mercado de pan empacado en dólares, dicho mercado suma aproximadamente \$11,000 millones de dólares.

Las adquisiciones mencionadas han contribuido a consolidar la presencia del Grupo en EE.UU. y le han permitido ampliar su presencia entre la población de origen anglosajón. Asimismo, han hecho posible la consolidación de sus operaciones con marcas mexicanas de prestigio en ese país, en donde la población de origen hispano ha crecido de manera significativa en los últimos años.

Lo anterior ha dado al Grupo una mayor solidez, dado que buena parte de los activos de la Compañía se encuentra fuera de las fronteras mexicanas y la aportación de estas operaciones a las ventas del Grupo es importante, con lo cual se disminuyen los riesgos por fluctuaciones cambiarias ver “La Compañía – Descripción del Negocio – Actividad Principal – Estrategia y Fortalezas” y ver “Información General - Factores de Riesgo”.

Las principales marcas bajo las cuales BBU comercializa sus productos son:

Línea de producto	Marcas
Pan empacado	<i>Arnold, Brownberry, Oroweat, Thomas', Stroehmann, Mrs. Baird's, Bimbo, Freihofer, Maier's, D'Italiano, Francisco, Anzio, Levy, Old Country</i>
Pan dulce, pastelitos y galletas	<i>Entenmann's, Marinela, Bimbo, Mrs. Baird's, Freihofer</i>
Tortillas y bases de pizza	<i>Tia Rosa, Boboli, Sahara</i>

BBU comercializa productos bajo acuerdos de licencia en ciertas partes de Estados Unidos

La siguiente tabla muestra las marcas principales en Estados Unidos:



Latinoamérica

Organización encargada de coordinar las operaciones del Grupo en Latinoamérica.

Estas operaciones se iniciaron mediante la construcción de plantas propias, asociaciones estratégicas y adquisiciones en determinados países. Al 31 de diciembre de 2010, en Latinoamérica se operaban 25 plantas a través de 14 países, incluyendo, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela. Dichos países representan un mercado potencial de más de 360 millones de consumidores.

En estos países, BIMBO ha ido desarrollando sistemas de distribución particulares para cada mercado atendiendo a las condiciones sociales, geográficas, políticas, laborales y económicas de cada país.

Las principales marcas bajo los cuales Latinoamérica comercializa sus productos son:

Línea de producto	Marcas
Pan de caja y bollería	<i>Bimbo, Bontrigo, Breddy, Cena, Europa, Firenze, Fuch's, Holsum, Ideal, La Mejor, Los Sorchantes, Maestro Panadero, Monarca, Morán, Nutrella, Pan Todos, Pullman, Plus Vita, Pyc, Tradiçao, Trigo, Tulipán, Wonder, Mamá Inés, Guadalupe</i>
Pan dulce	<i>Bimbo, Ideal, Laura, Pullman, Plus Vita</i>
Pastelitos y galletas	<i>Ana María, Lagos del Sur, Maestro Cubano, Marinela, Marisela, Agua de Piedra</i>
Confitería	<i>Ricard, Ricolino</i>

BIMBO ha decidido participar en los mercados de Latinoamérica debido al gran potencial de crecimiento que éstos representan en la relación de consumo entre pan tradicional y pan empacado, así como en atención a las tendencias de consumo observadas en los últimos años. Ver “La Compañía – Descripción del Negocio – Actividad Principal”.

En la siguiente tabla se muestra la participación de mercado del pan tradicional y el empacado en algunos países de la región:

Al 31 de diciembre de 2010							
	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Perú	Uruguay	Venezuela
Pan tradicional	91.4%	80.5%	95.0%	66.9%	92.5%	93.4%	89.1%
Pan empacado	8.6%	19.5%	5.0%%	33.1%	7.5%	9.6%	10.9%

Fuente: Datamonitor. Incluye las categorías de *Industrial Bread & Rolls*, *Artisan Bread & Rolls*, *Industrial cakes & pastries* y *Artisan cakes & pastries*

La siguiente tabla muestra las marcas principales en Latinoamérica:

Marcas Latinoamérica



China.

Coordina las operaciones del Grupo en Asia. Principalmente concentra la operación de la empresa Beijing Panrico Food Processing Center, adquirida en marzo de 2006 y que hoy es llamada Bimbo Beijing Food Company. Esta empresa se dedica a la fabricación, distribución y comercialización de pan de caja, pan dulce, pastelitos y confitería bajo la marca BIMBO. Mediante la adquisición de la marca Million Land en 2009, y JinHongWei en 2010, también comercializa alimentos preparados y productos panificados chinos.

La Compañía ha desarrollado nuevos productos, con gusto local como panecillos con frijol dulce y pan relleno de ingredientes salados locales a fin de adaptarse al mercado asiático y satisfacer los gustos específicos de la región y desarrollar una demanda consistente por el pan y productos similares.

Cuenta con dos plantas de producción y 11 centros de distribución, seis de ellos ubicados en la ciudad de Beijing y cinco en ciudades aledañas. Cuenta con un portafolio de más de 100 productos, los cuales son distribuidos y comercializados a través de una red de distribución propia de más de 180 rutas y 7,300 puntos de venta, nuestros productos frescos son distribuidos en 27 ciudades, incluyendo Beijing y ciudades a sus alrededores en un radio de 1000 km.

Los principales mercados que atiende son las ciudades de Beijing, Tianjin, Langfang, Baoding, Shijiazhuang, Taiyuan, Jinan, Shanghai y Noreste de China como Shenyang, Harbin y ChangChun. Vale la pena mencionar que con el apalancamiento de distribuidores y productos de larga vida, los productos llegan a provincias de China tales como Mongolia Interior, Guandong y Xinjiang.

La siguiente tabla muestra las principales marcas del Grupo en China:

Marcas de Bimbo Beijing



b. Sector de Botanas y Confitería

Barcel, S.A. de C.V.

Empresa que concentra todas las operaciones de botanas saladas, dulces, chocolates y gomas de mascar en México y cuyas principales marcas son *Barcel, Ricolino, Coronado, La Corona, Chick's, Star Gum* y *Dulces Vero*.

Barcel. Inició sus operaciones con la compra de una fábrica de botanas en la ciudad de Querétaro en 1977, lo que dió origen a Productos Nubar, S.A. de C.V. Posteriormente, se realizó la construcción de dos plantas productoras y comercializadoras de botanas saladas en México en Gómez Palacio, Durango y Lerma Edo de México. En 2004 se construyó la planta Barcel Yucatán en Mérida, y se tomó el control de las operaciones de la planta de tortillas y tostadas de maíz en Atitalaquia, Hidalgo, la cual era anteriormente operada por Bimbo, S.A. de C.V. Asimismo, en Hermosillo, Sonora se instalaron nuevas líneas de producción para cubrir la creciente demanda por los productos de Barcel. En 2010 inicia operaciones la planta de Barcel en Mexicali con una línea de productos de maíz, enfocada principalmente a cubrir el mercado del Oeste de Estados Unidos.

En la actualidad, Barcel exporta productos a EE.UU., logrando una muy buena aceptación tanto entre consumidores de origen hispano como entre grupos de consumidores de origen anglosajón.

Las principales marcas bajo las cuales Barcel comercializa sus productos son:

Línea de producto	Marcas
Papa	<i>Chips, Ondas, Toreadas y Papatinas</i>
Maíz	<i>Takis, Runners, Chipotles, Tostachos y Tortilla Nachos.</i>
Extruídos	<i>Valentones, Spirrones, Big Mix</i>
Cacahuates	<i>Hot Nuts, Golden Nuts, Kiyakis</i>
Palomitas de maíz	<i>Karameladas pop</i>

Ricolino. Produce, distribuye y comercializa chocolates, malvaviscos cubiertos de chocolate, confitados, gomas de mascar, gomitas, grageas aciduladas, caramelos, paletas, goma de mascar, malvaviscos, modificadores de leche, dulces tradicionales y cajetas, a través de seis plantas de producción y cuatro centros de acopio, todos ellos ubicados en México. Asimismo, cuenta con importantes operaciones de exportación hacia EE.UU., Centro y Sudamérica.

En febrero de 1999, Barcel, S.A. de C.V. se asoció con la empresa Dayhoff, en EE.UU., para lo cual adquirió una participación inicial en el capital de 50%. En 2002, la participación aumentó a 70% del capital, y en 2004 se adquirió el total de las acciones. Con esta compra, Barcel, S.A. de C.V. obtuvo canales de distribución establecidos, así como marcas de prestigio que le permiten fabricar y distribuir productos con importante valor agregado.

En virtud del acuerdo alcanzado en enero de 2003 entre Wrigley Sales Company y Ricolino, esta última se convirtió en distribuidora exclusiva en México de los productos de goma de mascar de la empresa Wrigley, como *Winterfresh*, *Orbit*, *Spearmint*, *Juicy Fruit* y *Doblemint* ver “La Compañía – Historia y Desarrollo de la Emisora – Historia”. Este acuerdo concluyó en abril de 2008.

En 2004, Ricolino se convirtió en el distribuidor exclusivo en México de Bon o Bon de Arcor, empresa líder en productos de confitería en Latinoamérica. Asimismo, en mayo de este mismo año, Barcel, S.A. de C.V. compró Joyco de México, propietaria de las marcas *Duvalín*, *Bocadín*, *Lunetas* y *Duvaletas*.

En 2005, se adquirió Chocolates La Corona, que comercializa marcas como *Paletón La Corona*, *Huevitos*, *Canasta* y *Chutazo*. Con esta incorporación, la marca *Ricolino* se estableció como una de las líderes en el segmento de chocolates en México.

En 2006, se inauguró la planta de Mundo Dulce, en la ciudad de Toluca, que opera como una *Joint Venture* con Arcor. En esta planta se fabrican principalmente paletas, caramelos y gomas de mascar para ambas compañías.

Las principales marcas bajo las cuales *Ricolino* comercializa sus productos son:

Línea de producto	Marcas
Cajeta	<i>Coronado, Yopi</i>
Caramelos, paletas, chiclosos y obleas	<i>Coronado, Duvaletas, y Coroletas</i>
Chocolates macizos y figuras	<i>La Corona, Chutazo, Jimador, Canasta, Chocosorpresa, Barra Payaso, Bon-o-bon*</i>
Chocolates confitados	<i>Lunetas, Chocoretas, Almendras</i>
Chocolates malvavisco	<i>Paleta Payaso, Bubulubu, Paletón La Corona</i>
Cubiertos chocolate	<i>Kranky, Pasitas</i>
Chocolates galleta	<i>Bocadín</i>
Chocolates untables	<i>Duvalín</i>
Goma de mascar	<i>Chick's, Chicclub, Star Gum, Mas K</i>
Gomitas	<i>Panditas, Moritas, Dulcigomas, Gomilocas, Just Fruttie, Park Lane, Dayhoff, Frutigomas</i>
Grageas aciduladas	<i>Pecositas</i>
Modificadores de leche	<i>Choco Kiwi</i>

Dulces Vero A finales de 2010 se adquirió Dulces Vero, principal productor, distribuidor y comercializador de paletas, caramelos y malvaviscos, la mayoría de ellos cubiertos de chile en México. Fundada en los años 50's y ubicada en Guadalajara, Jalisco, con 2 centros de distribución y 5 plantas de manufactura, 1,500 colaboradores, ventas logradas en 2010 alrededor de 102 MM USD y exportación en E.U.A, Israel, Colombia, Venezuela entre otros, principal distribuidor y vendedor mayorista a nivel nacional.

Actualmente, se ha logrado la consolidación de dos plantas de manufactura quedando finalmente 2 centros de distribución y dos plantas de manufactura en Tlajomulco y Guadalajara.

Línea de producto	Marcas
Malvavisco extruido	<i>Trencitas, Redondo, Coloretas</i>
Gomas de almidón	<i>Picagoma, Sandigoma</i>
Caramelos	<i>Rellerindo, Cojín de menta</i>
Paletas de caramelo	<i>Tarrido, Cupido, Bomba Chile, Mango con chile, Elote chile</i>

3. Productos

Al 31 de diciembre de 2010, BIMBO producía más de 7,000 productos con más de 150 marcas reconocidas, cuyas líneas principales se describieron anteriormente. Ver “La Compañía – Descripción del Negocio – Operaciones Principales”.

Como parte del programa de mercadotecnia y con el fin de fortalecer el reconocimiento de nuestras marcas y la penetración de mercado, nuestros productos tienen diferentes presentaciones diseñados para satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores en cada mercado, conforme a nuestras investigaciones de mercado. Las presentaciones individuales, son las más populares, seguidas de los paquetes familiares, las presentaciones para clientes institucionales, las paneras para clubes de precio y las cajas de galletas para el canal de mayoreo.

a. Desarrollo de nuevos productos

La innovación en desarrollo de productos es un pilar fundamental en Grupo Bimbo, por ello se mantiene una búsqueda de alternativas de ingredientes, procesos, empaques y tecnologías que contribuyan a una mejor propuesta y opción para los consumidores. Lo anterior contribuye a que el consumidor pueda decidir, de manera informada, entre las alternativas de productos, aquellas que deben ser incluidas dentro de una dieta correcta, en donde el pan tiene un lugar preponderante.

Innovamos para satisfacer los gustos de los consumidores y, como parte de nuestra responsabilidad social con ellos, mejoramos al mismo tiempo el valor nutricional de nuestro portafolio de productos. Por ello, en el 2008, Grupo Bimbo se suscribió a la IFBA (International Food and Beverage Alliance) para alinearse a la Estrategia Global de la OMS en Dieta, Actividad Física y Salud en cinco compromisos fundamentales:

- Desarrollo de productos: mejorando los perfiles nutrimentales de los productos actuales, desarrollo de nuevos productos con mejores perfiles nutrimentales y funcionalidades, porciones controladas y fortificación de acuerdo a los lineamientos de la misma institución en los países donde operamos.
- Publicidad y marketing responsable para niños menores de 12 años.
- Información nutrimental a consumidores a través de un etiquetado claro y comprensible para los consumidores.
- Promoción de la actividad física y estilos de vida saludables.
- Alianzas con organismos de salud e instituciones públicas y privadas.

Dentro de las actividades más significativas se puede destacar la eliminación de grasas en el 99.5% de todo el portafolio de productos. Aunado a la eliminación de grasas, en el 2010 el Grupo inició la implementación de un plan de reducción de hasta 50% del contenido de grasas saturadas en algunos productos relevantes del mercado mexicano como galletas Marinela (Canelitas, Rocko, Príncipe, etc) y botanas Barcel (Takis y Chips).

Desde el 2009, el Grupo se comprometió a reducir el contenido de sal de algunas categorías importantes como panes y botanas. A la fecha el Grupo ha logrado una reducción de sal de entre 20 y 30% en panes de diversas marcas líderes en países como Estados Unidos, México, Perú Chile y Brasil. Marcas como Oroweat, Mrs. Bairds y Arnold en Estados Unidos; Bimbo y Wonder en México; y Bimbo, Nutrella, Pullman e Ideal en Sudamérica cuentan actualmente con panes cuyo contenido de sal ha sido disminuido manteniendo la preferencia y gusto de los consumidores.

Adicionalmente, a partir de agosto de 2010, Grupo Bimbo inició la ejecución de 6 nuevos compromisos en materia de publicidad y promociones infantiles, siguiendo las recomendaciones de la OMS. Estos compromisos incluyen a los 17 países donde el Grupo tiene presencia y aplican a todos sus productos.

Grupo Bimbo publicitará sus productos en medios impresos y en programas de televisión, radio e internet dirigidos al público infantil, únicamente cuando cumplan con perfiles nutrimentales basados en evidencia científica y estándares mundiales.

Mediante diversos procesos de innovación, en el 2010 el Grupo continuó implementando y consolidando estrategias enfocadas a las diversas marcas y categorías de productos, aplicando siempre el conocimiento capturado a través de tendencias en consumidores y nuevas tecnologías. En este sentido, se han desarrollado productos con ingredientes funcionales, con granos enteros, disminución de porciones y kilocalorías, reducidos en contenido de grasa, sal o azúcares con la finalidad de responder a las necesidades del consumidor preocupado por su salud.

Para propiciar la competitividad de sus productos a nivel nacional e internacional, Grupo Bimbo participa de manera constante y en conjunto con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) y con alianzas estratégicas en innovación que promueven actividades de vinculación tecnológica con las universidades y centros de investigación.

Por otro lado, el Grupo continuamente mejora los programas y acuerdos con proveedores estratégicos, institutos y centros de investigación y universidades participando de manera conjunta en el desarrollo de proyectos de investigación.

El Grupo tiene diferentes grupos de especialistas para el desarrollo de productos y cuenta con seis Institutos de Innovación y Nutrición: dos en México, tres en Estados Unidos y otro en Brasil, orientados a la nutrición, innovación y sustentabilidad. Asimismo, la Compañía cuenta con laboratorios e instalaciones dedicados a la elaboración de prototipos, pruebas y validación de nuevos ingredientes, así como estudios de funcionalidad y estabilidad, evaluación de nuevos procesos de fabricación, tecnologías, etc. Además, el Grupo dispone de un centro de desarrollo de nuevos productos y un comité que aprueba los productos en desarrollo que deben continuar adelante hasta llegar a los mercados de prueba. Como resultados significativos derivados de estos institutos de innovación y nutrición están: i) el lanzamiento de la tecnología de empaques oxobiodegradables, los cuales se degradan en cinco años en vez de 100 años de un polietileno normal, ii) el desarrollo de productos con granos enteros, obteniendo por parte del WGC un reconocimiento por introducir al mercado el mayor número de productos con granos enteros (más de 300), y iii) la mejora de los perfiles nutricionales de los productos de línea a través de la eliminación de las grasas trans, reducciones de grasa, sal y/o azúcar y mejora en los perfiles grasos..

Con respecto a la tarea de educación del consumidor, se ha continuado con la comunicación de información relativa a la nutrición y a la dieta correcta a través de publicaciones impresas, radio, televisión, página web e internet, igualmente promoviendo la actividad física en todos nuestros comerciales, así como estimulando eventos deportivos y distribuyendo gratuitamente folletos que promueven una correcta alimentación y la actividad física, estimulando con ello un estilo de vida saludable.

Con la finalidad de que los consumidores conozcan el valor nutritivo y composición de los productos del Grupo, en la parte frontal de la totalidad de sus productos el contenido energético por porción (kcal). Y a partir del 2010, el Grupo inició con la implementación de una segunda etapa de su propuesta de etiquetado frontal, que consiste en colocar GDAs (Guideline Daily Amounts) de los nutrientes con mayor impacto en la salud pública y la incorporación del sello de Granos Enteros del WGC.

Con lo anterior, el consumidor puede decidir de una manera informada, entre una gran variedad y alternativas de productos que puede incluir en su alimentación, de la los productos del Grupo forman parte importante.

b. Estacionalidad

En la mayoría de sus categorías, los productos de la Compañía muestran un comportamiento estacional, con mayores niveles de consumo en épocas de fiestas, temporada de lluvias y épocas caracterizadas por temperaturas bajas. Los niveles menores se presentan durante el verano, debido a las vacaciones escolares y más elevadas. Con el fin de estabilizar la demanda de sus productos, BIMBO ha desarrollado diversas promociones y campañas publicitarias, así como nuevos productos, que lanza durante las épocas de menor consumo en las diferentes operaciones, las cuales no son coincidentes dada la cobertura geográfica del Grupo. Ver “La Compañía – Descripción del Negocio – Actividad Principal – Publicidad y Promoción”.

4. Procesos Productivos

a. Procesos Productivos

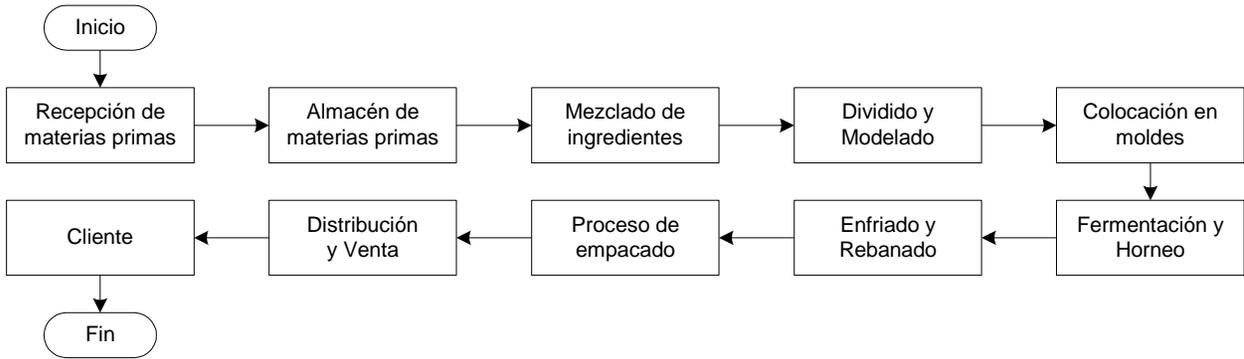
Las plantas del Grupo utilizan equipos y tecnología de punta. El Grupo ha adoptado e implementado procesos de producción modernos y automatizados para cada una de sus líneas de productos y mantiene un estricto sistema de operación y control, lo cual resulta en eficiencias a lo largo del proceso de producción con una estructura de costos competitiva. Algunas de las plantas de producción pueden ser programadas para producir diversos productos, lo cual contribuye a lograr eficiencias en la producción. Los procesos de producción panaderos tienen ligeras variaciones entre ellos, pero generalmente incluyen la mezcla de los ingredientes, el horneado, rebanado, empaquetado y distribución de los productos.

Como parte de su estrategia para responder a los cambios en las necesidades del mercado, el Grupo constantemente implementa y actualiza sistemas innovadores para incrementar la capacidad, calidad y el potencial de producción de sus líneas de producción. Con ese fin, el Grupo ha rediseñado sus instalaciones y ha incorporado nuevas tecnologías (tanto desarrolladas por el Grupo como compradas a terceros), lo cual ha incrementado de manera significativa su capacidad de producción y ha reducido sus costos de producción.

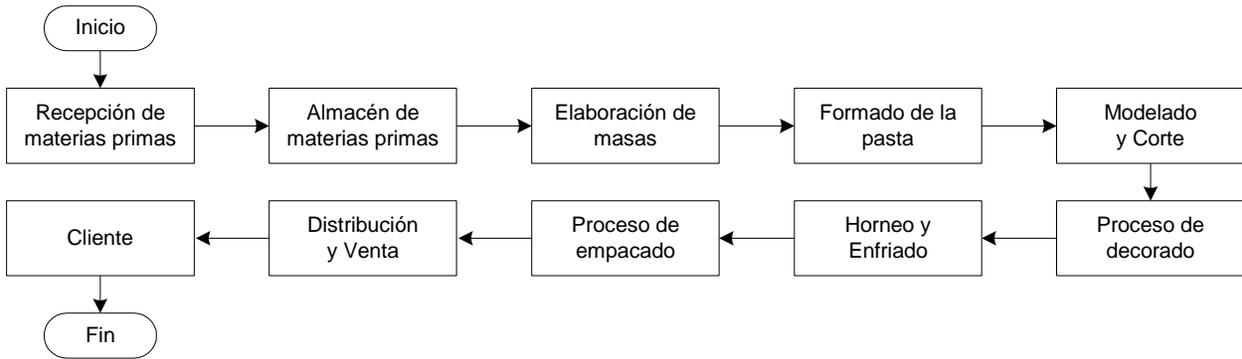
Como resultado de mejoras en la productividad, y para aprovechar sus recursos, cada planta de producción lleva a cabo su propio análisis de sus procesos de producción y, junto con las áreas de apoyo corporativo, el Grupo implementa las mejoras adecuadas.

A continuación se presentan, a manera de ejemplo, diagramas de algunos de los procesos para las líneas de pan empacado, pan dulce, pan congelado y botanas saladas. Conviene mencionar que los diagramas corresponden a los principales procesos productivos, lo que significa que para la elaboración de otros productos alimenticios, como tortillas, chocolates, cacahuates, cajetas, etc., los procesos son diferentes.

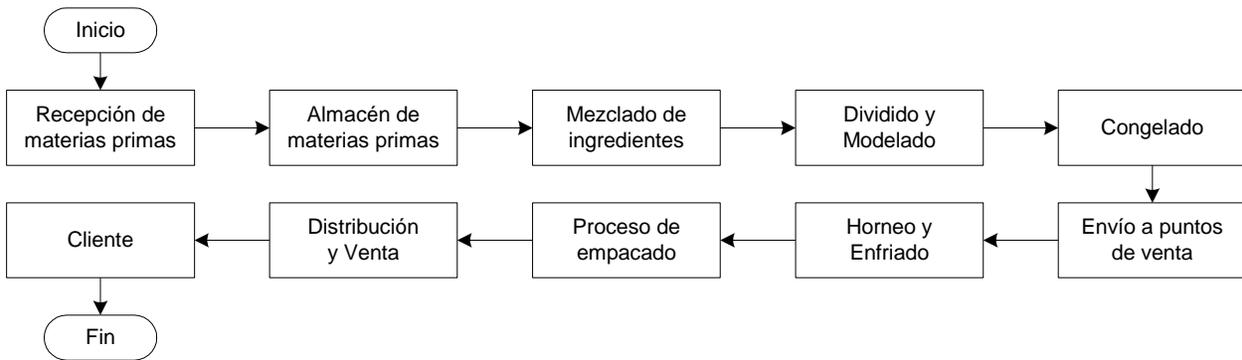
PAN EMPACADO



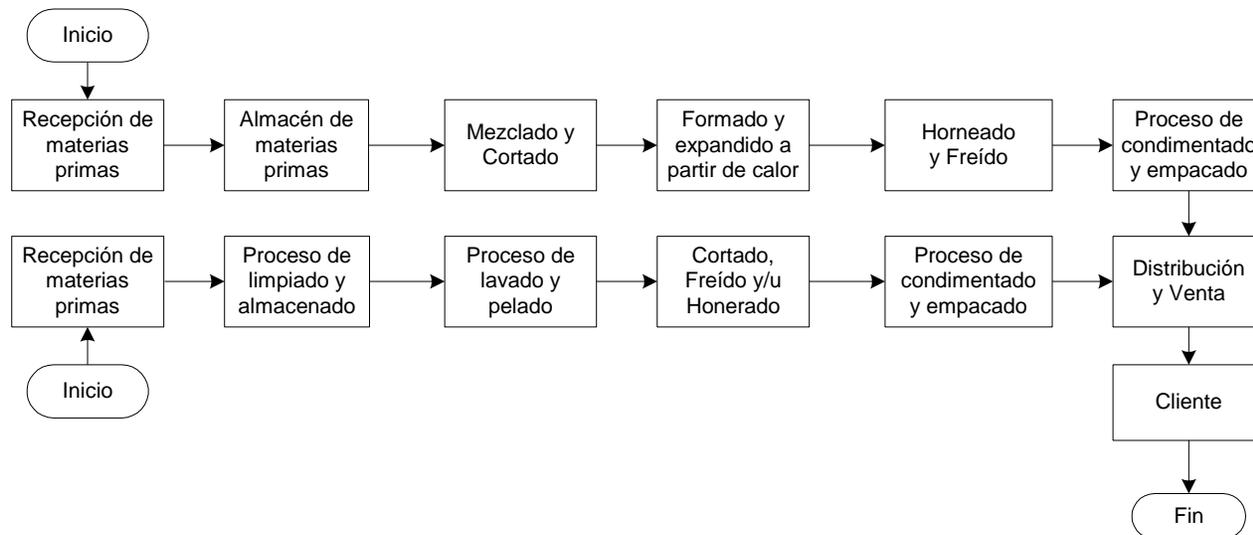
PAN DULCE



PAN CONGELADO



BOTANA SALADA



b. Insumos de producción

Los insumos que la Compañía utiliza para la elaboración de sus productos son un factor determinante para la calidad y frescura de los mismos. Por lo anterior, el Grupo ha establecido un riguroso sistema de adquisición de materiales, que incluye especificaciones de cada insumo y materiales de empaque, recepción de un certificado de calidad (emitido por cada proveedor), análisis de los materiales en los laboratorios internos, y/o externos y un sistema de auditoría a proveedores.

El Grupo mantiene relaciones de largo plazo con aquellos proveedores que se adhieren a sus altísimos estándares de calidad. El Grupo busca mantener bajos costos de abastecimiento pero sin sacrificar la calidad de las materias primas.

La harina de trigo es su principal materia prima. El trigo generalmente se cotiza en Dólares y está sujeto a fluctuaciones de precios en función de factores tales como el clima, la producción de los cultivos y la oferta y demanda del mercado a nivel mundial. El Grupo constantemente revisa su relación con sus proveedores de harina de trigo y celebra acuerdos para cubrir su exposición ante los aumentos en el precio del trigo. Ver “Factores de Riesgo - Incrementos en precios y carencia de ciertos insumos de producción, combustibles y energéticos podrían incrementar los costos de producción del Grupo”.

Otras materias primas importantes para las líneas de negocio del Grupo son endulzantes, aceites y mantecas comestibles y huevo, así como plásticos que son utilizados para envolver sus productos.

La siguiente tabla muestra cuatro de las materias primas más importantes y los mayores proveedores en los principales mercados en los que se opera:

Insumo	México	EE.UU.	Latinoamérica
Harina de Trigo	Grupo Altex Harinera La Espiga Harinera de Irapuato Horizon Milling (Cargill) Molinera del Valle Molinera de México	Archer Daniels Midland Cereal Food Processor Inc. Conagra Inc. Okeene Milling Co. Horizon Milling, LLC	Molino La Estampa Bunge Alimentos Molinos Santa Marta Cooperativa Agraria Agroindustrial Anaconda Indl e Agricola de Cereais Cargill
Azúcar	Beta San Miguel Cargill de México Quimper Química Industrial Neumann	Domino Sugar Inc. Sweetener Products Co. Archer Daniels Midland Co. Amalgamated Sugar Company LCC Indiana Sugars United Sugars Co. Imperial Sugar	Copersucar Coop Prod A Alc Est SP Riopaila Castilla SA Iansagro SA Cosan Alimentos Sudcen Perú ED & F Man Chile SA Lodiser SA Cosan S/A Acucar e Alcool
Mantecas y Aceites Comestibles	Aarhuskarlshamn Cargill de México Industrializadora Oleofinos Ragasa Industrias Proteínas y Oléicos Industrial Aceitera	Cargill Inc. Soybean Oil Division Bunge Foods Co. Cargill Inc. Archer Daniels Midland Co. Perdue Farms Inc. Stratas Foods LLC	Cargill Agrícola S/A Bunge Alimentos S/A Team Foods Colombia SA Crista Industria e Comercio Ltda. Alicorp SAA Grasas SA Umaco y Cia. Camilo Ferron Chile SA
Huevo líquido y en polvo	Ovoplus Alimentos de la Granja Granjas Orespi Michael Foods Procesadora de Alimentos Mexicanos Bachoco	Debell General Mills Michael Foods Inc. Primera Foods Inc. Pearson Sales Co. Sonstegard Foods Co. BCW Food Products Inc.	DMR Distribuidora Productos Alimenticios Santa Reyes SA Comercial Agricovial SA Ovo productos del Sur SA Avícola Triple A SAS Solar Comercio e Agroindustria Ltda.

El Grupo tiene una participación minoritaria en algunos de sus principales proveedores de harina de trigo, huevo y azúcar. Además de estas materias primas, también compra empaques de plástico de diversos proveedores. Actualmente, BIMBO no depende de ningún proveedor en ninguno de los mercados en los que opera.

El Grupo no tiene conocimiento de ningún control de precios vigente por parte de autoridad gubernamental alguna respecto de sus materias primas.

Las materias primas se gestionan usando el método de primeras entradas-primeras salidas para mantener la frescura de los productos. Debido a la naturaleza de los productos, los inventarios de materias primas, que son principalmente productos perecederos, tienen un alto índice de rotación. El Grupo recibe la mayoría de sus insumos en forma continua, incluso de manera diaria en algunos casos. El equipo corporativo lleva a cabo las negociaciones con los proveedores de las principales materias primas, mientras que cada planta y almacén administran sus inventarios propios. Las plantas y almacenes también manejan sus órdenes de compra de materias primas que pueden obtenerse localmente.

c. Consumo de energéticos

Los principales energéticos que el Grupo consume son energía eléctrica, gas natural, gas licuado de petróleo (LP), gasolina y diesel.

En la mayoría de sus instalaciones productivas, la Compañía cuenta con generación de energía eléctrica alterna para emergencia, con la finalidad de asegurar el suministro continuo. De este modo, garantiza la seguridad de sus trabajadores y la integridad de sus equipos y, en consecuencia, minimiza el impacto que cualquier eventualidad en el suministro de energía pudiera tener en el servicio a clientes y consumidores.

Grupo Bimbo ha enfocado su atención en la implementación de energía eólica, para cumplir con el permanente compromiso con el medio ambiente y con el bienestar de las futuras generaciones. Durante el 2010, el Grupo anunció la construcción del parque "Piedra Larga", el parque eólico más grande de la industria alimenticia a nivel mundial, con el que generará prácticamente el 100% de la energía eléctrica consumida por Grupo Bimbo México. La construcción de este parque es una piedra angular en nuestra búsqueda para seguir creciendo con la fuerza de la naturaleza, y nos coloca como la primera empresa que hace el mayor cambio a energías renovables en la industria de alimentos; representa un esfuerzo sin precedente en el aprovechamiento de energía renovable, limpia y virtualmente inagotable.

El parque eólico estará ubicado en Unión Hidalgo en el Estado de Oaxaca y será posible gracias a la alianza estratégica impulsada por Gobierno, iniciativa privada e instituciones financieras. Asimismo, la operación del parque se logrará gracias a la sociedad de Grupo Bimbo con Desarrollos Eólicos Mexicanos (DEMEX), empresa filial de la española Renovalia Energy, S.A., quien invertirá aproximadamente 200 millones de dólares en el proyecto.

Grupo Bimbo constantemente busca reducir su huella ambiental, por ello se maneja bajo los más altos estándares de desempeño. Este es un esfuerzo que venimos haciendo desde hace 10 años y cada vez toma una mayor relevancia en nuestros 5 ejes de sustentabilidad ambiental: ahorro de energía, ahorro de agua, reducción de emisiones, manejo de residuos y conservación y mejora del entorno".

Conforme al programa de reposición de vehículos de la Compañía, cada año se incorporan a la flotilla de distribución las unidades de reparto y transportes más eficientes disponibles en el mercado. En caso de requerir subcontratar servicios de transportación, se verifica que los proveedores seleccionados cumplan con los estándares establecidos por el Grupo.

Con respecto al diesel y la gasolina, que son utilizados para las flotillas de transporte y distribución, el Grupo cuenta con estaciones ubicadas dentro de sus instalaciones, las cuales se abastecen regularmente. Además, BIMBO dispone de un número significativo de vehículos que operan con gas LP y diesel, en lugar de gasolina, y que son empleados en las grandes ciudades con el fin de proteger el medio ambiente.

No obstante que la Compañía tiene un número muy importante de instalaciones y vehículos trabajando en forma continua, los consumos energéticos no representan una partida considerable en relación con sus costos. Lo anterior se debe, principalmente, al alto grado de eficiencia en el diseño de las rutas de distribución y el control de la operación.

d. Inventarios

Insumos de producción

Acorde con la política de Grupo Bimbo de mantener productos frescos en el mercado, y considerando que éstos son perecederos, BIMBO maneja a nivel operativo la totalidad de sus inventarios en el marco del método de primeras entradas-primeras salidas.

Por la naturaleza de los productos que elabora, la Compañía mantiene elevados índices de rotación de inventarios de insumos de producción, principalmente de aquellos productos perecederos en mayor

grado, como los insumos necesarios para la elaboración de pan de caja, pan dulce, pastelería y galletas. En este caso, la mayoría de los inventarios son administrados por el proveedor y se surten al Grupo en forma recurrente, incluso con una frecuencia de entrega diaria.

La administración de los inventarios de insumos de producción se lleva a cabo mediante la clasificación de éstos de acuerdo con su logística:

- **Locales.** Son aquéllos cuya negociación se realiza de manera corporativa, pero cuya solicitud y almacenamiento son manejados directamente por cada una de las plantas.
- **Centralizados e importados.** Son aquéllos cuya negociación y pedidos se manejan de manera corporativa y sólo el almacenamiento se realiza en cada una de las plantas.

Productos Terminados

Las plantas de producción y los centros de distribución del Grupo están ubicados estratégicamente, lo que le permite consolidar sus operaciones en cada región y distribuir de manera eficiente sus productos. Además, el Grupo ha implementado exitosamente un sistema interconectado que le permite sincronizar su capacidad de producción con la demanda de sus consumidores, lo cual resulta en niveles óptimos de gestión de sus órdenes de compra y, por lo tanto, bajos inventarios de producto terminado.

Una vez terminados, los productos de panificación son enviados inmediatamente a los centros de distribución y a los puntos de venta. Los inventarios de botanas saladas y de confitería tienen un índice de rotación de tres días. Los inventarios de productos secos, como pan tostado, pan molido, galletas, dulces y chocolates, tienen un índice de rotación mayor, debido a la naturaleza del producto y al uso de ciertas tecnologías de conservación. El alto índice de rotación de inventario del Grupo es impulsado por las necesidades de los consumidores, en base a sus pedidos diarios y a su comportamiento.

e. Sistema de Calidad

La calidad es esencial para el Grupo. El Grupo ha implementado un sistema de control de calidad acorde a sus necesidades y ha adoptado los más altos estándares internacionales, impulsado por su compromiso de asegurar la satisfacción de sus clientes y consumidores. Dicho sistema involucra el control de calidad y la seguridad de los alimentos, proporcionando un mejor servicio al cliente, promoviendo y preservando un ambiente de trabajo saludable y respetando el ambiente para contribuir al desarrollo general de la comunidad. Dada la importancia de la calidad y de la seguridad de los alimentos, una parte del sistema de control de calidad del Grupo se dedica a controlar y mejorar continuamente la calidad de los insumos, de los procesos de producción y de los productos terminados. Con la implementación de su sistema de calidad, el Grupo ha ganado varios premios, incluyendo el Premio Nacional de Calidad en el 2007.

El Grupo se ha ganado la lealtad de sus clientes y consumidores por su adhesión a las normas internacionales más rigurosas en la industria alimenticia, lo cual ha sido certificado por organizaciones independientes y agencias internacionales reconocidas. Por ejemplo, a diciembre del 2010, 3 de las plantas del Grupo están certificadas en ISO 9001-2000, 3 plantas cuentan con el certificado de Hazard Analysis & Critical Control Points, o HACCP, 8 tienen el certificado de Business Alliance for Secure Commerce, o BASC, 6 plantas cuentan con el certificado C-TPAT, 27 plantas están certificadas en BRC, 5 plantas se encuentran certificadas en AIB, 2 plantas certificadas en Excelencia Ambiental México y 34 plantas se encuentran certificadas como Industria Limpia México. ISO 9001-2000 es una serie de estándares internacionales que establecen los lineamientos para un sistema de gestión de calidad y HACCP es un sistema de gestión en el cual se aborda la seguridad de los alimentos a través del análisis y del control de la diversidad biológica, química y los riesgos físicos de las materias primas de producción, así como el manejo, fabricación, distribución y consumo de los productos terminados. El certificado BASC busca prevenir los riesgos asociados con narcóticos, terrorismo y contrabando, controlando los procesos operativos, personal, acceso, infraestructura, proveedores e incluso los clientes.

f. Productividad

Como parte de las estrategias para responder a las necesidades cambiantes del mercado, se han implantado mecanismos tendientes a incrementar, en capacidad y calidad, el potencial de producción de las diversas líneas de fabricación. Para ello se rediseñaron las instalaciones o se incorporó nueva tecnología (en parte desarrollada por el Grupo y en parte adquirida de terceros), con lo que las plantas incrementan en forma significativa su capacidad instalada y se logra reducciones importantes en los costos de producción.

Como resultado de las mejoras en la producción, y con la finalidad de aprovechar al máximo los recursos con los que cuentan las plantas, cada planta hace el diagnóstico particular de su proceso y en conjunto con las áreas de soporte corporativo realizan las mejoras aplicables.

5. Precios

La política general de la Compañía en relación con los precios de sus productos se basa fundamentalmente en las condiciones generales de mercado y en los costos de sus insumos de producción.

Basado en los sistemas de optimización de procesos, BIMBO busca mantener continuamente costos bajos para ofrecer a sus clientes los precios más competitivos.

El incremento de precios en el Grupo no se deriva únicamente del eventual aumento de costos. Se toman en cuenta, además, diversos factores, como son: mercado y competencia, sensibilidad del producto y su mercado, estudio general del entorno (fundamentalmente económico) y la no repercusión de ineficiencias por parte de BIMBO en el precio al consumidor. De esta manera, la Compañía estima que cuenta con un sistema integral de precios que le permite ubicarse como uno de los líderes de la industria.

Cabe mencionar que prácticamente ninguno de los productos de BIMBO está sujeto a controles de precios por parte de los gobiernos de los países donde opera. Ver "Factores de Riesgo - Incrementos en precios y carencia de ciertos insumos de producción, combustibles y energéticos podrían incrementar nuestros costos de producción".

6. Publicidad y Promoción

A lo largo del año, la Compañía realiza diversas campañas masivas de publicidad y promoción tendientes a (i) mantener la imagen y el crecimiento de sus productos líderes, (ii) apoyar aquellos productos nuevos que han sido lanzados al mercado, y (iii) apoyar productos específicos cuya demanda se ha visto disminuida. BIMBO emplea agencias de publicidad y centrales de medios independientes para desarrollar y difundir sus campañas publicitarias. Si bien la televisión es el medio de comunicación que utiliza en mayor medida, también recurre a otros, como anuncios exteriores, radio y revistas, así como a la publicidad móvil (mediante la rotulación de los diferentes vehículos donde se transportan sus productos). Adicionalmente, durante los últimos años se ha puesto especial énfasis en la atención al punto de venta con materiales gráficos, exhibidores, etc.

Como política del Grupo, la imagen que se proyecta en la publicidad se caracteriza por ser preponderantemente familiar y promotora de la actividad física. Por lo tanto, BIMBO busca estar presente en la programación televisiva que ofrece contenidos acordes con dicha política, así como en los programas deportivos y de entretenimiento.

El 16 de agosto de 2010 Grupo Bimbo anunció el compromiso, que adquirió con la OMS, de sólo anunciar en medios masivos de comunicación productos dirigidos a menores de 12 años que cumplan con estándares mundiales de nutrición. Grupo Bimbo tiene una política de autorregulación para tener una publicidad que cumpla con los valores éticos y morales de veracidad, honestidad, legalidad, decencia, dignidad, respeto, justa competencia y bienestar y salud.

Cada línea de productos establece su presupuesto de publicidad de acuerdo con sus necesidades, para lo cual se determina un porcentaje fijo sobre las ventas de cada producto en lo particular.

7. Tecnología y Sistemas de Información

a. Tecnología

A través de su área de investigación y desarrollo, la Compañía se enfoca en la tecnología aplicada, que instrumentan grupos especializados en panificación, botanas saladas y confitería. Entre los rubros de investigación más importantes se encuentran: mayor vida de los productos en el anaquel, desarrollo de nuevos productos, extensión de variedades de productos, productos saludables y étnicos, mejora de calidad de los productos, desarrollo de nuevos ingredientes y optimización en el uso de éstos, investigación para el mejoramiento de productos agrícolas, aseguramiento de calidad, cambios de proceso, automatización de procesos, análisis en línea de producción y cambios de empaques.

Debido a que los consumidores y los mercados se tornan cada día más exigentes, las tecnologías usadas por la Compañía han tenido que evolucionar continuamente para obtener mejoras en los procesos y en los productos que se elaboran. Tal es el caso de la inclusión de ingredientes funcionales en los procesos, como fibras, granos enteros, grasas libres de ácidos grasos trans, inclusión de vitaminas, productos prebióticos que han representado retos tecnológicos que se han tenido que solventar para todas las categorías de productos en los diferentes mercados.

En general, en los procesos productivos de panificación no se pagan regalías o bonos por concepto de asistencia técnica o transferencia de tecnología. Los contratos relativos a estos aspectos son fundamentalmente convenios con universidades o instituciones científicas, así como centros de investigación y desarrollo de los proveedores. Los acuerdos referentes a alcances, compromisos, propiedad de tecnología, confidencialidad, publicaciones y responsabilidades mutuas se determinan mediante convenios particulares y específicos. Todo lo anterior se realiza con la finalidad de encontrar tecnologías innovadoras y de vanguardia en los campos de panificación, tortillas y otro tipo de alimentos.

Con relación al suministro de maquinaria, BIMBO cuenta con una política muy selectiva de proveedores. Para la adquisición de maquinaria se consideran diversos criterios de selección, tales como: especialización y sofisticación técnica del fabricante; tecnología de punta; condiciones de operación a las que estarán sometidos los trabajadores, con especial énfasis en sus niveles de seguridad; servicios de asistencia técnica posterior a la venta; y precio y condiciones de pago. Dichos criterios están orientados a garantizar los rigurosos niveles de eficiencia, productividad y ecología en los procesos, así como los altos niveles de calidad en los productos de BIMBO.

La Compañía desarrolla muchos de los diseños de tecnología y automatismos relacionados; sin embargo, en lo concerniente a la fabricación de la maquinaria, recurre a la contratación de terceros. En este caso, con la finalidad de proteger la propiedad del diseño creado, la Compañía acuerda con el proveedor firmar un convenio de confidencialidad. Los desarrollos tecnológicos de BIMBO son patentados IMPI. Ver “La Compañía – Descripción del Negocio - Patentes, Licencias, Marcas y Otros Contratos”.

El Grupo considera que no depende en forma exclusiva de ningún proveedor de tecnología aplicada o de asistencia técnica, debido a que existen diversos proveedores de estos servicios.

b. Sistemas de Información

BIMBO utiliza sistemas de información automatizados tanto a nivel operativo como gerencial, los cuales se han desarrollado en diversas etapas. Los sistemas de información operativos enlazan sus procesos desde la recepción de insumos de producción hasta la liquidación en el proceso de venta, lo que da como resultado mayor control y eficiencia operativa.

Por su parte, los sistemas de información gerencial realizan una síntesis de la información operativa que se ha concentrado de las diferentes fábricas, centros de distribución y agencias en todos los sectores del negocio.

Uno de los principales objetivos de la integración de los sistemas mencionados anteriormente es que, dentro de la estructura organizacional de Grupo Bimbo, se permita delegar la máxima responsabilidad a

cada uno de sus miembros, incluidos todos los niveles del organigrama. De esta manera, se puede contar con un sistema descentralizado para la toma de decisiones ver “La Compañía – Descripción del Negocio - Recursos Humanos”.

Desde 2001, BIMBO opera una solución de negocio integrada por un sistema de tipo ERP, sobre una base de datos con capacidad para administrar grandes volúmenes de información.

Esto le ha permitido tener un modelo de negocio estandarizado y centralizado, que simplifica y soporta con tecnologías de información, montados en una infraestructura tecnológica robusta y moderna que permite la integración en todas las operaciones de la Compañía.

Al 31 de diciembre de 2008, el sistema ERP se encuentra instalado y operando en todo el Grupo. Las adquisiciones a la fecha se han integrado al proceso y a la plataforma única de sistemas de la Compañía. Durante septiembre de 2010, la región este de WFI fue integrada a la plataforma de ERP de Grupo Bimbo.

La operación en China funciona con el concepto de servicios bajo demanda mediante un sistema de outsourcing, tanto de infraestructura como de aplicación. Los servicios del ERP de China son atendidos desde Austin, Texas, y reciben soporte funcional desde México.

El canal de ventas al mayoreo de Barcel opera bajo el concepto “Software as a Service”. Por otro lado, las tiendas de El Globo se operan bajo un nuevo sistema de retail.

ii) Canales de Distribución

1. Proceso de Distribución y Ventas

Dentro de las estrategias del Grupo, la distribución directa a los puntos de venta ha sido uno de los factores clave del éxito, por lo que en el área comercial se emplea a más de 54,000 personas. La Compañía ha desarrollado una de las flotillas más grandes del continente americano con más de 41,000 unidades propias, más de 33,000 en reparto, más de 6,000 en transportes y alrededor de 1,300 unidades en supervisión, y adicionalmente a estas, las unidades de rutas de distribución tercerizada y/o de operadores independientes, tanto en EE.UU. como en Centro y Sudamérica.

Diariamente, la fuerza de ventas se encarga de visitar a más de 1.8 millones de puntos de venta. La Compañía cuenta con más de 1.000 agencias de distribución, cada una de las cuales puede depender operativamente de una o varias plantas, aun cuando no se ubique cerca de ella.

La flotilla de vehículos de reparto está compuesta en su mayoría por unidades pequeñas y eficientes, así como unidades de mayor tamaño (rabones), para la distribución a clientes institucionales. La transportación primaria, es decir, de fábrica a agencia, se realiza mediante ensambles de tráiler semiremolque, que pueden ser sencillos o dobles, dependiendo de la legislación del país correspondiente. Al 31 de diciembre de 2010, los vehículos utilizados por Grupo Bimbo alrededor del mundo se encontraban distribuidos de la siguiente forma:

Vehículos				Agencias de distribución
Reparto	Transporte	Supervisión	Total	
33,769	6,059	1,312	41,140	1,056

La flotilla se ubica en una antigüedad promedio de 6 años y anualmente se incorporan unidades nuevas, ya sea por reposición o por crecimiento, buscando siempre mejorar el servicio a nuestros clientes y optimizar los costos de operación

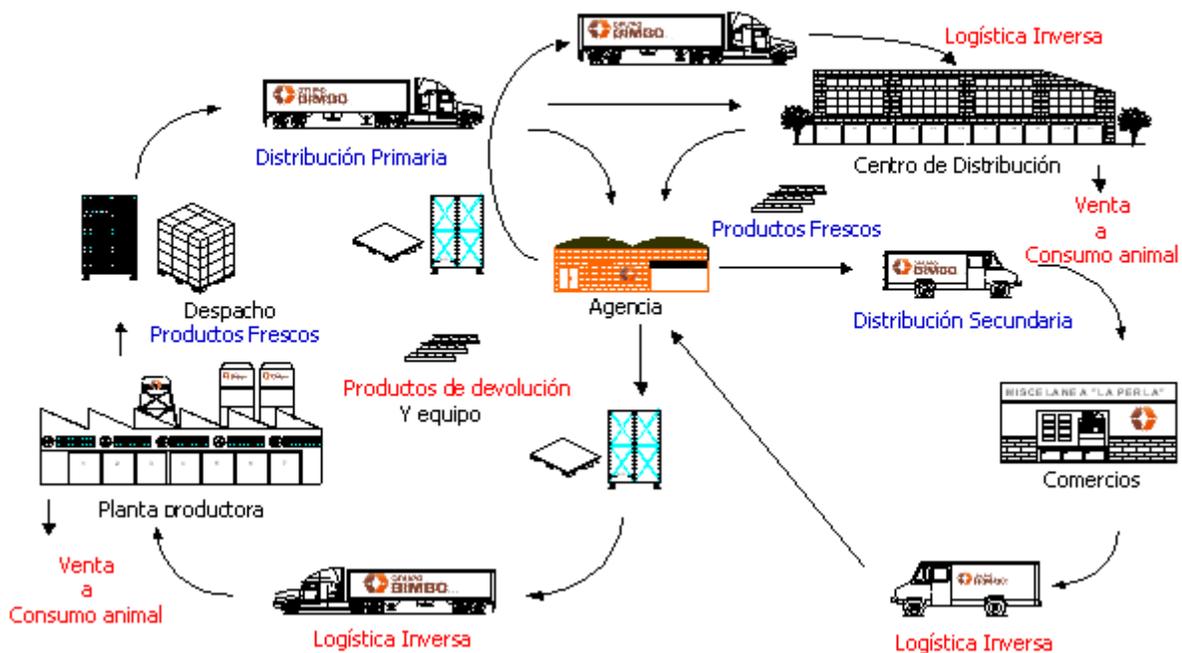
2. Transporte

El área de ventas elabora un pedido para el área de producción con una semana de anticipación, previo al envío del producto a las agencias o centros de distribución puede hacer ajustes cinco, cuatro o tres días antes, dependiendo de la línea y disponibilidad del producto en cuestión. Los productos terminados se entregan al área de despacho, cuyos encargados supervisan que cumplan los estándares establecidos en el Grupo, pudiendo realizar un cruce de andén para su envío directo a los centros de distribución (donde se consolida la carga), o bien para configurar los pedidos de acuerdo con la cantidad solicitada por cada agencia. Las jaulas o tinajas son cargadas en tráileres propios o tercerizados, los que diariamente realizan los viajes programados para la transportación y entrega del producto.

En las agencias de distribución los productos frescos se descargan de los remolques, se agrupan en el área asignada para su recepción y control, para posteriormente distribuirse conforme al pedido de cada ruta en las camionetas de ventas.

Simultáneamente, el tráiler que regresa a la fábrica y/o centro de distribución es cargado con el equipo vacío (jaulas y tinajas) y/o productos de devolución, resultado de la gestión del día anterior. El equipo vacío se entrega al área de producción para su lavado y reutilización.

LOGISTICA Y DISTRIBUCION DE PRODUCTOS



3. Ventas

En la agencia, los vendedores salen a su ruta para visitar a los clientes de acuerdo con el itinerario programado. Actualmente, el 100% de las rutas propias cuentan con hand held, donde llevan el control por cliente de los productos colocados y retirados en cada visita. Los productos que se retiran porque no se vendieron son sustituidos por otros frescos sin costo para el cliente. Conviene aclarar que, si bien dichos productos todavía se pueden consumir, en la fecha en que se recogen ya no tienen la calidad de "alta frescura".

Los destinos de los productos de devolución pueden ser los siguientes: (i) venta en expendios de "pan de ayer", en donde el producto que es devuelto se exhibe nuevamente de dos a cuatro días para su venta a

un precio más bajo (estos expendios pueden ser propios, concesionados o tercerizados); (ii) reproceso, con el fin de obtener otro producto que es puesto nuevamente a la venta; o (iii) venta por kilo, que son utilizados como alimento para ganado.

Los tiempos de exhibición de cada uno de los productos están en función de su duración, la cual puede oscilar entre siete días, como es el caso de la línea de panes, y varios meses, como ocurre con los chocolates, las galletas, las golosinas y las botanas.

En promedio, cada uno de los vendedores del Grupo visita diariamente entre 30 y 45 clientes del canal tradicional, mientras que en el caso de los clientes grandes, se visitan en promedio entre 4 y 8 clientes diarios. En función del producto que manejan y su nivel de venta, sus visitas pueden ser diarias, cada tercer día, dos veces por semana o semanales. Los clientes, a su vez, son segmentados de acuerdo con el volumen de compra, tipo de canal y por características propias. De este modo, hay cadenas de autoservicio, tiendas de conveniencia, clientes institucionales, cadenas de comida rápida (fast food), consumos, escuelas, clientes con máquinas expendedoras (vending machines) y clientes tradicionales (misceláneas, tiendas de abarrotes, etc.). Por ejemplo, éste último representa aproximadamente 70% del volumen total de ventas de México. Ver “La Compañía – Descripción del Negocio - Principales Clientes”.

En el caso de EE.UU., por las características de ese mercado en cuanto al tipo de clientes y las distancias que se tienen que recorrer, se visitan en promedio entre 15 y 20 clientes diariamente.

Mientras que el Grupo opera directamente todas las rutas de México, más del 50% de las rutas en EE.UU y la mayoría de las rutas en Latinoamérica son operadas por operadores independientes. Generalmente, el Grupo celebra contratos a largo plazo con estos operadores independientes de conformidad con los cuales se comprometen a vender exclusivamente los productos del Grupo. Los términos de estos contratos detallan cuales territorios deberán cubrir los operadores independientes y su compensación en base a las ventas que lleven a cabo. El Grupo mantiene un estricto control sobre el manejo de sus marcas, estrategias de mercado y precios y el derecho de comprar los contratos de cada uno de los operadores independientes bajo ciertas circunstancias. El Grupo utiliza operadores independientes con el fin de reducir sus costos de distribución e incrementar la flexibilidad para cubrir eficientemente puntos de venta mientras mantiene su calidad en los servicios.

Las ventas de BIMBO se efectúan en su mayoría en efectivo; aunque se cuenta con esquemas de crédito para los clientes del canal tradicional. Las condiciones de crédito y descuento otorgados a los grandes clientes y clientes de tamaño medio son variables dependiendo del producto y del propio cliente o cadena de tiendas.

iii) Patentes, Licencias, Marcas y Otros Contratos

1. Marcas y Logotipos

Las marcas, frases promocionales (“slogans”) y logotipos más representativos de BIMBO son marcas registradas en los países en los que el Grupo opera y en muchos otros más. La Compañía fabrica y/o comercializa más de 5,000 productos con marcas de reconocido prestigio como *Bimbo*, *Barcel*, *Marinela*, *Tía Rosa*, *Lara*, *El Globo*, *Oroweat*, *Mrs. Baird’s*, *Lonchibón*, *Ricolino*, *Coronado*, *La Corona*, *Milpa Real*, *Del Hogar*, *Suandy*, *Ideal*, *Plus Vita*, *Pullman*, *Monarca*, *Ideal*, *Entenmann’s*, *Thomas’* y *Boboli*, entre otras, de las cuales es titular en México como en el extranjero. Dichas marcas son relevantes en virtud de que amparan productos o grupos de productos que representan un volumen importante de las ventas.

Actualmente, la Compañía cuenta con alrededor de 5,355 expedientes y registros de marca en México y poco más del doble en el extranjero. A la fecha, el Grupo cuenta con registros marcarios en todos los continentes del planeta. Sin embargo, existen excepciones, como la marca *Bimbo* en Chile y la marca *Marinela* en El Salvador, Honduras y Colombia, las cuales ya se encontraban registradas por productores locales. Por lo anterior, los productos de la Compañía en dichos países son comercializados con las marcas *Ideal* y *Marisela*, respectivamente. No obstante, se emplean los diseños y empaques propios de la Compañía. En adición a lo anterior, a nivel mundial se cuenta con varios registros de nombres de dominio relacionados con las marcas más importantes de la Compañía.

Grupo Bimbo usa sus marcas en el mercado nacional por conducto de sus subsidiarias (Bimbo, S.A. de C.V. y Barcel, S.A. de C.V., entre otras), y en el extranjero por conducto de sus subsidiarias en cada país donde tiene operaciones. Por lo anterior, las marcas más importantes del Grupo se encuentran licenciadas a favor de dichas subsidiarias, por medio de los contratos respectivos. Asimismo, algunas de las empresas subsidiarias de la Compañía en el extranjero también cuentan con marcas propias que usan de forma directa.

2. Patentes y Derechos de Autor

Patentes

Aun cuando la venta de tecnología no es una actividad prioritaria de BIMBO, la protección de sus invenciones a través de patentes, modelos de utilidad y diseños industriales son muy importantes y una práctica común para integrar y consolidar el capital intelectual del Grupo. La Compañía opera preponderantemente con maquinaria desarrollada con tecnología de punta, y actualmente cuenta con una Dirección de Investigación y Desarrollo que constantemente solicita la protección de invenciones patentables, tanto en México como en el extranjero.

Al 17 de mayo de 2011 se tienen solicitadas y/o concedidas 157 patentes y/o diseños industriales en México y 172 en el extranjero, principalmente en EE.UU., Argentina, Chile, China, Colombia, Corea, Costa Rica, El Salvador, Filipinas, Guatemala, India, Perú, República Checa, Taiwán, Turquía, Venezuela y la Unión Europea.

Derechos de Autor

Los principales personajes, publicaciones, programas de cómputo, logotipos y diseños de envolturas propiedad del Grupo se encuentran protegidos bajo esta modalidad en México y el extranjero.

Litigios

Al 31 de diciembre de 2010, BIMBO no era parte, en México o el extranjero, de ningún proceso judicial, administrativo o arbitral relacionado con la propiedad intelectual fuera del curso ordinario o que pudiera tener un impacto significativo adverso en sus operaciones. Ver – “La Compañía – Descripción del Negocio – Procesos Judiciales, Administrativos o Arbitrales”.

3. Contratos

BIMBO celebra y mantiene diversos contratos dentro del curso ordinario de su negocio, tales como licencia de software, suministros de materia prima (trigo, harinas, cocoa, grasas, empaques, etc.), fabricación, compra o renta de maquinaria, contratos de maquila, de distribución y comercialización; los cuales pueden ser de corto, mediano o largo plazo, dependiendo de las necesidades y estrategias para su operación.

Adicionalmente, BIMBO celebra los contratos necesarios para el curso ordinario de su negocio.

iv) Principales Clientes

BIMBO atiende a más de 1.8 millones de puntos de venta. BIMBO tiene una sólida relación con sus clientes y se esfuerza en entender y satisfacer sus necesidades específicas. BIMBO tiene una base diversa de clientes en los países en los que opera, que van desde grandes clientes institucionales hasta pequeñas tiendas familiares.

En los EE.UU., más de la mitad de los clientes son cadenas de tiendas de autoservicio, seguidas por los clubes de precios, cadenas de restaurantes, clientes institucionales y tiendas de conveniencia. Entre los clientes principales del Grupo en EE.UU. se encuentran Basha's, Denny's, H.E.B., Kroger, Costco, Publix, Raley's, Safeway, Sam's, Supervalu, Target, Wal-Mart, Wegmans, 7 Eleven y el ejército norteamericano.

En México, la mayoría de los clientes de BIMBO son pequeñas tiendas familiares, pero también tiene una base significativa de clientes institucionales, incluyendo grandes cadenas de tiendas de autoservicio, hipermercados, bodegas, clubes de precios, tiendas de conveniencia y tiendas de autoservicio gubernamentales, tales como Al Super, Calimax, Casa Ley, Chedraui, Comercial Mexicana, Extra, H.E.B., Oxxo, 7 Eleven, Soriana, Smart y Wal-mart. El Grupo también atiende a cadenas de comida rápida y otros clientes institucionales importantes, tales como Burger King, McDonald's, Sistema Integral para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) y hospitales del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE) y del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), con los cuales se tienen acuerdos especiales para elaborar presentaciones especiales para satisfacer sus necesidades individuales.

En Sudamérica, más de la mitad de las ventas se realizan a cadenas de autoservicios e hipermercados. Entre los clientes principales del Grupo en esta región se encuentran Carrefour, Cativen, CBD, Cencosud, Central, Disco, Éxito, Coto, Olímpica, Santa Isabel, Selectos, Supermercados Peruanos y Wal-Mart.

En lo individual, ninguno de estos clientes representa más de 10% del total de las ventas consolidadas de la Compañía, por lo que ésta no depende de ninguno de ellos.

v) Legislación Aplicable y Situación Tributaria

El desarrollo de los negocios del Grupo está regulado por diversas leyes, reglamentos y disposiciones gubernamentales de carácter general que tienen por objeto asegurar su correcto desempeño. Las normas relacionadas con el medio ambiente, la salud, la publicidad y la propiedad intelectual son especialmente relevantes para los resultados de la Compañía.

En México, algunas de las principales leyes aplicables a BIMBO y a las operaciones del Grupo son las relativas al comercio, el gobierno corporativo y la regulación ambiental, tales como el Código de Comercio, la Ley General de Sociedades Mercantiles, la Ley del Mercado de Valores, la Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente, la Ley de Aguas Nacionales y la Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos. Asimismo, le son aplicables, entre otras, las siguientes leyes: Ley General de Salud, Ley Federal de Protección al Consumidor, Ley Federal sobre Metrología y Normalización, Ley Federal del Trabajo, Ley del Seguro Social, Ley Federal de Derechos, Ley Aduanera y Ley de la Propiedad Industrial.

Del mismo modo, la Compañía está obligada a tomar las acciones necesarias para apegarse a los siguientes reglamentos y NOMs: Reglamento de la Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente en Materia de Evaluación del Impacto Ambiental; Reglamento de la Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente en Materia de Prevención y Control de la Contaminación de la Atmósfera; Reglamento de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección del Ambiente en Registro de Emisiones y Transferencias de Contaminantes; Reglamento de la Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos; Reglamento de la Ley de Aguas Nacionales; Reglamento para la Protección del Ambiente contra la Contaminación originada por la Emisión de Ruido; Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad; Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios de la Ley General de Salud; Reglamento de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios; Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Control Sanitario de Actividades, Establecimientos, Productos y Servicios; Reglamento Interior de la Secretaría de Salud; NOM-030-SCFI-2006, Información comercial- Declaración de cantidad en la etiqueta-Especificaciones; NOM-050-SCFI-2004, Información comercial- Etiquetado general de productos; 051-SCFI/SSA1-2010 – Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados- Información Comercial y Sanitaria; NOM-186-SSA1/SCFI-2002, Productos y servicios: Cacao, productos y derivados, I. Cacao. II Chocolate. III Derivados, Especificaciones Sanitarias, Denominación comercial; NOM-015-SCFI-2007, Información comercial- Etiquetado para juguetes; NOM-247-SSA1-2008, Productos y servicios. Cereales y sus productos. Cereales, harinas de cereales, sémolas o semolinas. Alimentos a base de: cereales, semillas comestibles, de harinas, sémolas o semolinas o sus mezclas. Productos de panificación. Disposiciones y especificaciones sanitarias y nutrimentales. Métodos de prueba, NOM-028-SCFI-2007, Prácticas comerciales-Elementos de

información en las promociones coleccionables y/o promociones por medio de sorteos y concursos, entre otros.

Por lo que respecta a la regulación ambiental, la Compañía debe cumplir en México con la siguiente reglamentación: licencia de funcionamiento, manifiesto de empresa generadora de residuos peligrosos, manifiesto de entrega, transporte y disposición final de residuos peligrosos, estudio de riesgo para las actividades de alto riesgo y, en el caso de nuevas instalaciones o ampliaciones, estudio de impacto ambiental y análisis de riesgo, licencia de uso de suelo, permisos de descargas de aguas residuales. Títulos de concesión para uso y explotación de aguas nacionales, entre otras disposiciones.

Además, existen otras regulaciones que también son aplicables a las actividades del Grupo como son la Ley Aduanera, la Ley del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores, la Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal, la Ley del Instituto Mexicano del Seguro Social, el Código Fiscal de la Federación, la Ley del Servicio Público de Energía Eléctrica y sus respectivos reglamentos, así como disposiciones de orden Estatal y Municipal.

En EE.UU., la Compañía debe cumplir principalmente con la siguiente reglamentación: *Clean Water Act* (control de la contaminación del agua); *Storm Water Act* (control de la contaminación en el agua de lluvia); *Safe Drinking Water Act* (control de la contaminación en el agua potable); *Clean Air Act* (control de emisiones a la atmósfera), para lo cual tiene que instalar convertidores catalíticos oxidativos en las fábricas que así lo requieran; *Toxic Substances Control Act*, *Toxic Release Inventory* (títulos para el manejo de productos químicos), RCRA Hazardous Waste (títulos para la generación, manejo y disposición de residuos peligrosos), *Occupational Safety and Health Act* (control de seguridad e higiene), reglamentado por la *Occupational Safety and Health Administration* (OSHA), y *Bioterrorism Act* (control en materia de bioseguridad), entre otros.

En Latinoamérica, el Grupo debe cumplir con los siguientes requisitos básicos de regulación ambiental: licencia de funcionamiento o certificado de aptitud ambiental, certificado de uso de suelo, registro de actividades potencialmente contaminantes, precursores químicos y productos fiscalizables, emisión de ruido al medio ambiente, manifestación de impacto ambiental, permiso de descarga de aguas residuales, certificado de explotación del recurso hídrico, licencia ambiental en el caso de nuevas instalaciones o ampliaciones (Colombia), cédula de operación anual, inventario de emisiones a la atmósfera, control de las emisiones a la atmósfera e instalación de puertos y plataformas de muestreo, manejo de residuos especiales, peligrosos y hospitalarios. En Brasil, entre otras normas jurídicas, el Grupo debe cumplir con el Decreto No. 4,680, relativo a la información sobre ingredientes en alimentos.

Las plantas de Grupo Bimbo cumplen con todos los lineamientos y trámites establecidos. Debido a que la ley es dinámica, se programan actualizaciones en función de los cambios normativos, además de que se hacen adecuaciones a la normatividad vigente en los diferentes países, estados y municipios en los que las plantas del Grupo se localizan. Es importante señalar que, por política interna, BIMBO cubre una serie de requisitos adicionales.

Las operaciones de BIMBO también están sujetas a ciertas normas técnicas. En México, las más relevantes son:

- NOM-001-SEMARNAT-1996. Límites Máximos Permisibles de Contaminantes en las Descargas de Aguas Residuales a Bienes Nacionales.
- NOM-002-SEMARNAT-1996. Límites Máximos permisibles de contaminantes en las descargas de agua residuales a los sistemas de alcantarillado urbano o municipal.
- NOM-052-SEMARNAT-2005, Que establece las características, el procedimiento de identificación, clasificación y los listados de los residuos peligrosos. NOM 085- SEMARNAT-1994. Contaminación atmosférica – Fuentes fijas - Para fuentes fijas que utilizan combustibles fósiles sólidos, líquidos o gaseosos o cualquiera de sus combinaciones, que establece los niveles máximos permisibles de emisión a la atmósfera de humos, partículas suspendidas totales, bióxido de azufre y óxidos de nitrógeno y los requisitos y condiciones para la operación de los

equipos de calentamiento indirecto por combustión, así como los niveles máximos permisibles de emisión de bióxido de azufre en los equipos de calentamiento directo por combustión.

- NOM 043-SEMARNAT-1993. Establece los niveles máximos permisibles de emisión a la atmósfera de partículas sólidas provenientes de fuentes fijas.
- NOM-002-STPS-2000. Condiciones de Seguridad, Prevención y Protección y Combate de Incendios en los centros de trabajo.
- NOM-015-SCFI-2007. Información Comercial - Etiquetado para Juguetes.
- NOM-050-SCFI-2004, Información comercial-Etiquetado general de productos.
- NOM-051-SCFI/SSA1-2010 – Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados-Información Comercial y Sanitaria.
- NOM-051-SCFI-1994. Especificaciones Generales de Etiquetado para Alimentos y Bebidas No Alcohólicas Preenvasados.
- NOM-247-SSA1-2008, Productos y servicios. Cereales y sus productos. Cereales, harinas de cereales, sémolas o semolinas. Alimentos a base de: cereales, semillas comestibles, de harinas, sémolas o semolinas o sus mezclas. Productos de panificación. Disposiciones y especificaciones sanitarias y nutrimentales. Métodos de prueba,
- NOM-186-SSA1/SCFI-2002. Productos y Servicios. Cacao, Productos y Derivados, I. Cacao. II Chocolate. III Derivados, Especificaciones Sanitarias, Denominación comercial.
- NOM-012-SCT-2-2008. Sobre el peso y dimensiones máximas con los que pueden circular los vehículos de autotransporte que transitan en las vías generales de comunicación de jurisdicción federal.
- NOM-043-SSA2-2005. Servicios básicos de salud. Promoción y educación para la salud en materia alimentaria. Criterios para brindar orientación.

Situación Tributaria

Grupo Bimbo y sus compañías subsidiarias son contribuyentes personas morales y se encuentran obligadas al cumplimiento de las disposiciones fiscales de los diversos países en que se encuentran las compañías establecidas.

Impuestos a la utilidad en México

La Compañía está sujeta al ISR y al IETU.

ISR - La tasa es 30% para los años de 2010 a 2012, 29% para 2013 y 28% para 2014.

IETU - Tanto los ingresos como las deducciones y ciertos créditos fiscales se determinan con base en flujos de efectivo de cada ejercicio. La tasa es 17.5% a partir de 2010. Asimismo, al entrar en vigor esta ley se abrogó la Ley del IMPAC permitiendo, bajo ciertas circunstancias, la recuperación de este impuesto pagado en los diez ejercicios inmediatos anteriores a aquél en que se pague ISR, en los términos de las disposiciones fiscales. Adicionalmente, a diferencia del ISR, el IETU se causa en forma individual por la controladora y sus subsidiarias. El impuesto a la utilidad causado es el que resulta mayor entre el ISR y el IETU.

Con base en proyecciones financieras, la Compañía identificó que algunas de sus subsidiarias mexicanas, en algunos ejercicios pagarán ISR y en otros IETU. Derivado de lo anterior, calculó tanto el ISR como el IETU diferidos y reconoció el que representó el pasivo mayor en cada subsidiaria.

En las demás subsidiarias, con base en proyecciones financieras, la Compañía identificó que esencialmente sólo pagarán ISR, por lo tanto, la entrada en vigor del IETU no tuvo efectos sobre su información financiera, por lo que reconocen únicamente ISR diferido.

Debido a los cambios en la Ley del Impuesto Sobre la Renta, sobre el régimen de consolidación fiscal, la Compañía tomó la decisión de desconsolidarse a partir del ejercicio 2010, reconociendo los efectos en la información financiera de 2009 en los resultados acumulados de acuerdo con las reglas de la INIF 18 "Reconocimiento de los efectos de la Reforma fiscal 2010 en los impuestos a la utilidad". El efecto neto

de impuestos en el estado de resultados de 2009 por la desconsolidación es mínimo considerando los efectos que surgen de impuestos diferidos provenientes de dicha desconsolidación.

Impuestos a la utilidad en otros países

Las compañías subsidiarias establecidas en el extranjero, calculan el impuesto sobre la renta sobre los resultados individuales de cada subsidiaria y de acuerdo con los regímenes específicos de cada país. EUA cuenta con autorización para la presentación de una declaración de impuesto sobre la renta consolidada.

Las tasas fiscales aplicables en los otros países en donde opera la Compañía y el período en el cual pueden aplicarse las pérdidas fiscales son como sigue:

	Tasa legal (%)		Años de vencimiento
	2010	2009	
Argentina	35.0	35.0	(a) 5
Austria	25.0	25.0	(b)
Brasil	34.0	34.0	(c)
Colombia	33.0	33.0	(d)
Costa Rica	30.0	30.0	3
Chile	(e) 17.0	17.0	(f)
China	25.0	25.0	5
El Salvador	25.0	25.0	(g)
España	30.0	30.0	15
EUA	(h) 35.0	(h) 35.0	20
Guatemala	(i) 31.0	(i) 31.0	(g)
Holanda	25.5	25.5	9
Honduras	(j) 25.0	(j) 25.0	3
Hungría	19.0	16.0	(f)
Luxemburgo	21.0	21.0	(f)
Nicaragua	30.0	30.0	3
Panamá	27.5	30.0	5
Paraguay	10.0	10.0	(g)
Perú	30.0	30.0	(k)
República Checa	19.0	20.0	(l)
Uruguay	25.0	25.0	(m)
Venezuela	34.0	34.0	(n)

- (a) Las pérdidas por ventas de acciones, cuotas u otras participaciones sociales, sólo pueden ser compensadas contra ingresos de la misma naturaleza. Lo mismo para las pérdidas de derivados. Las pérdidas de fuente extranjera sólo pueden ser amortizadas con ingresos de fuente extranjera.
- (b) Las pérdidas generadas después de 1990 pueden amortizarse indefinidamente pero sólo puede ser compensado en cada año hasta por el 75% de la utilidad fiscal neta del año.
- (c) Las pérdidas fiscales pueden amortizarse indefinidamente pero sólo puede compensarse en cada año hasta el 30% de la utilidad fiscal neta del año.
- (d) Las pérdidas generadas en los ejercicios 2003, 2004, 2005 y 2006, pueden ser amortizadas dentro de los 8 años siguientes, pero sólo se puede hasta por el 25% de la utilidad fiscal del año. A partir de 2007, las pérdidas se podrán amortizar sin límite de cuantía en cada ejercicio y sin límite en el tiempo.
- (e) La tasa de impuesto será del 20% en 2011, 18.5% en 2012 y en 2013 regresará a la tasa del 17%.
- (f) Sin fecha de vencimiento.
- (g) Las pérdidas operacionales no son amortizables.

- (h) A este porcentaje debe sumarse un porcentaje de impuesto estatal, el cual varía en cada estado de la Unión Americana. La tasa legal ponderada para la Compañía en 2010 y 2009 fue de 39.6% y 38.3%, respectivamente.
- (i) El régimen general tiene tasa del 5% pero la Base Gravable se calcula de la siguiente manera: Total de ingresos brutos menos Ingresos exentos y no afectos. El régimen optativo tiene una tasa del 31% pero la Base gravable es distinta: Utilidad contable menos Ingresos exentos y no afectos más Gastos no deducibles menos Otras deducciones.
- (j) En caso de obtener un ingreso gravable mayor a 1 millón de Lempiras se deberá pagar un 10% adicional de Contribución Temporal de Solidaridad.
- (k) Existen dos alternativas permitidas para amortizar pérdidas fiscales: 1) En los 4 años siguientes ó 2) Sin caducidad pero con aplicación hasta el 50% de la utilidad de cada año. Seleccionada una opción, no se puede cambiar hasta que no se hubieran agotado las pérdidas acumuladas de ejercicios anteriores.
- (l) Las pérdidas generadas a partir de 2004 pueden amortizarse en los siguientes 5 ejercicios. Las pérdidas generadas anteriormente a 2004 se amortizan en los siguientes 7 ejercicios.
- (m) Las pérdidas generadas a partir de 2007 se pueden amortizar en los siguientes 5 ejercicios.
- (n) Dependiendo de su naturaleza también puede variar el periodo de amortización: 1) Operativas, 3 años siguientes; 2) Las del ajuste por inflación fiscal, 1 año; 3) Las del exterior, que sólo se pueden amortizar con ganancias del exterior, 3 años siguientes; y 4) Las generadas en los paraísos fiscales solo aplicables a ganancias en tales jurisdicciones, 3 años.

Las operaciones en Argentina, Colombia, Guatemala y Nicaragua están sujetas a pagos mínimos de impuesto sobre la renta o al impuesto sobre activos.

Las operaciones en Brasil y Venezuela se encuentran sujetas al pago de PTU conforme a ciertos mecanismos aplicados a sus resultados. No ha habido pago por este concepto durante 2010 y 2009.

Integración de provisión, tasa efectiva y efectos diferidos

- a. Los impuestos a la utilidad consolidados de la Compañía se integran como sigue:

	2010	2009
ISR:		
Causado	\$ 2,308	\$ 3,964
Diferido	<u>27</u>	<u>(1,203)</u>
	<u>\$ 2,335</u>	<u>\$ 2,761</u>
IETU:		
Causado	\$ 1	\$ 77
Diferido	<u>27</u>	<u>(11)</u>
	<u>\$ 28</u>	<u>\$ 66</u>
	<u>\$ 2,363</u>	<u>\$ 2,827</u>

- b. La conciliación de la tasa legal del ISR en México y la tasa efectiva expresadas como un porcentaje de la utilidad antes de impuestos a la utilidad por el año terminado el 31 de diciembre de 2010 y 2009 es como sigue:

	2010	%	2009
Tasa legal de impuestos en México	30.0		28.0
Efectos inflacionarios de cuentas monetarias de balance	6.3		5.3
Gastos no deducibles, Ingresos no acumulables y otros	0.1		1.6
Diferencia en tasas y moneda de subsidiarias en distintas jurisdicciones fiscales	2.2		5.5
Efectos inflacionarios en los valores fiscales de inmuebles, maquinaria y equipo	(1.2)		(1.9)
IETU	0.3		0.7
Cancelación de reservas de valuación de pérdidas fiscales amortizables	<u>(7.8)</u>		<u>(7.4)</u>
Efecto de impuesto por cambios de tasa legal en México	-		<u>(0.1)</u>
Tasa efectiva	<u>29.9</u>		<u>31.7</u>

Los principales conceptos que originan el activo de impuesto a la utilidad diferido neto al 31 de diciembre de 2010 y 2009 son los siguientes:

	2010		2009
Anticipo de clientes	\$ (3)	\$	(8)
Reserva para cuentas de cobro dudoso	(109)		(89)
Inventarios	9		52
Inmuebles, maquinaria y equipo	2,358		2,894
Activos intangibles	3,812		3,803
Otras reservas	(3,254)		(3,342)
PTU corriente y diferida	(287)		(278)
Pérdidas fiscales por amortizar	(3,502)		(4,602)
Reserva de valuación de pérdidas fiscales	173		788
IETU Diferido	205		190
Efectos de conversión	(260)		262
Otras partidas	<u>(59)</u>		<u>(39)</u>
Total activo, neto	<u>\$ (917)</u>	\$	<u>(369)</u>

Los activos y pasivos de impuesto a la utilidad diferido se presentan por separado en el balance general, ya que corresponden a diferentes entidades gravadas y autoridades tributarias y son como sigue:

	2010		2009
Impuestos a la utilidad diferido activo	\$ (1,539)	\$	(635)
Impuestos a la utilidad diferido pasivo	<u>622</u>		<u>266</u>
Total (activo) pasivo, neto	<u>\$ 917</u>	\$	<u>(369)</u>

- c. Debido a que las pérdidas fiscales que tiene la Compañía corresponden principalmente a sus operaciones de EE.UU. y algunos países de OLA, considera que algunas de las mismas no se utilizarán antes de su fecha de vencimiento, por lo cual, se ha reconocido una reserva de valuación sobre parte de dichas pérdidas fiscales.
- d. Los beneficios de las pérdidas fiscales actualizadas pendientes de amortizar por las que ya se ha

reconocido parcialmente el activo por ISR diferido, pueden recuperarse cumpliendo con ciertos requisitos. Las pérdidas fiscales generadas en los diferentes países tienen los siguientes vencimientos:

Años	Importe
2011	\$ 4,8
2012	28
2013	125
2014	96
2015	28
2016 y posteriores	<u>5,100</u>
	10,335
 Pérdidas fiscales reservadas	 <u>(576)</u>
 Total	 <u>\$ 9,759</u>

vi) Recursos Humanos

Desde su fundación, BIMBO trazó una política de personal tendiente a la armonización de sus intereses con los de los trabajadores, lo que ha generado la consolidación de una excelente relación laboral. Esta situación ha sido reconocida ampliamente no sólo por los colaboradores del Grupo, sino también por las comunidades empresarial y universitaria. Asimismo, esta filosofía ha buscado extenderse a las empresas que se van integrando al Grupo. Lo anterior, fue avalado con el reconocimiento al que se hizo acreedor BIMBO como una de las cinco empresas líderes de México, de acuerdo con las encuestas realizadas por HayGroup y la revista Gestión de Negocios.

La participación de los colaboradores en las decisiones sobre el funcionamiento de la Compañía ha sido un factor fundamental para su buen desarrollo. Esto se ha logrado a través de la creación de un clima de confianza, la administración por objetivos, la organización por equipos, y la formación y desarrollo de los jefes en todos los niveles.

La Compañía pone especial énfasis en la selección de su personal, al que busca mantener informado acerca de la situación financiera y operativa del Grupo. Además, realiza evaluaciones periódicas de desempeño, orienta y canaliza las inquietudes de sus colaboradores, impulsa la capacitación (entre otras medidas, a través de programas de apoyo a la educación en todos los niveles de escolaridad) y promueve la realización plena y el desarrollo integral dentro de la Compañía.

La tabla siguiente muestra el número de colaboradores del Grupo, sindicalizados y no sindicalizados, al cierre de los últimos tres años:

	Al 31 de diciembre de		
	2010	2009	2008
Sindicalizados	74,367	71,885	76,898
No sindicalizados	33,697	30,501	21,286
Total	108,064	102,386	98,184

BIMBO atiende una serie de lineamientos que le permiten mantener una relación positiva con el personal sindicalizado. La mayoría de las empresas del Grupo cuenta con un contrato colectivo de trabajo, que es revisado anualmente en lo referente al tabulador de salarios y cada dos años respecto del resto de su contenido.

Cabe señalar que, desde su fundación, el Grupo se ha caracterizado por fomentar y preservar un sano clima laboral. Por tal motivo, BIMBO ha merecido en diversas ocasiones el reconocimiento como empresa ejemplar por parte de la Confederación de Trabajadores de México (CTM) y la propia autoridad laboral mexicana.

El sindicato mayoritario del Grupo cuenta con una constancia, autorizada por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS), como Agente Capacitador Externo, que avala su orientación e interés por diseñar cursos y capacitar a sus afiliados.

Los principales sindicatos con los que BIMBO mantiene relación laboral en México son:

- Sindicato Nacional de Trabajadores Harineros, Panificadores, del Transporte, Similares y Conexos de la República Mexicana (CTM).
- Sindicato Nacional de Trabajadores de la Industria Alimenticia, Similares y Conexos de la República Mexicana (CTM).

Del total de trabajadores sindicalizados de BIMBO, 75% están afiliados a dichos sindicatos.

A nivel internacional, conviene señalar que las relaciones laborales en los países en los cuales BIMBO tiene operaciones han seguido las mismas políticas de cooperación. En algunos países, incluso, el modelo laboral de la Compañía ha servido como ejemplo a seguir.

vii) Desempeño Ambiental

La Compañía reconoce la administración de los recursos naturales como una de nuestras prioridades para alcanzar sus fines sociales y económicos. Es por ello que desde 1995, Grupo Bimbo ha demostrado su preocupación e interés por realizar esfuerzos a favor del medio ambiente, a través de su Sistema de Gestión Ambiental cuyo compromiso es trabajar de manera responsable identificando y controlando los factores que afectan al medio ambiente, cumpliendo con los requerimientos legales y de la Compañía, buscando siempre la mejora de su desempeño ambiental.

El 16 de noviembre de 2007, Grupo Bimbo inició con el proyecto “Comprometidos con el medio ambiente” con el fin de consolidar las acciones ambientales en cada una de las áreas de la organización para llevarlas así a la aplicación en todo el Grupo. Este proyecto se enfoca en cinco líneas de acción:

1) ahorro de energía, 2) manejo integral de residuos, 3) sustentabilidad de agua, 4) reducción de emisiones, y 5) conservación y mejora del entorno. En cada una de ellas se tienen los siguientes objetivos: 1) implementar el uso de energías alternativas para las operaciones del Grupo, así como la estandarización de los programas de ahorro de energía, 2) asegurar los sistemas de tratamiento de agua para lograr la descarga cero en todas las plantas del Grupo, 3) reutilizar al máximo el agua tratada, 4) disminuir el consumo de agua en plantas, 5) disminuir las emisiones a la atmósfera, 6) reducir, reutilizar y/o reciclar los desechos de nuestros productos y servicios, 7) generar una cultura ecológica en el personal, y 8) replicar las mejores prácticas del cuidado del medio ambiente hacia todas las plantas.

Dichas líneas de acción se han instrumentado tanto en las instalaciones productivas como en la flotilla de distribución. En la actualidad, el Grupo cuenta con diversas certificaciones, incluyendo los certificados en México de “Industria Limpia” en treinta y tres de sus instalaciones, así como dos reconocimientos de Excelencia Ambiental emitidos por la PROFEPA, organismo descentralizado de la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), quien otorga este certificado a las empresas que demuestran cumplir con todas las normas aplicables en materia de protección al medio ambiente.

Algunos de los resultados obtenidos en 2010 son:

En el 2010, el consumo indicador de energía eléctrica, en las plantas de Grupo Bimbo se redujo en 1.84% respecto al año anterior, expresado en kilowatt-hora por tonelada de producción [kWh/Ton], porcentaje que representa un poco más de 11 millones de kWh.

En cuanto al indicador de energía térmica respecto al año anterior, en nuestras plantas logramos una disminución del 5%, expresado en Gigacalorías por tonelada de producción [Gcal/Ton].

En México la eficiencia de combustible en el 2010 fue de 4.81 km/lt. Una de las medidas que contribuyeron fue la migración de gasolina y gas l.p. a Diesel.

Estas tareas nos han permitido en las plantas de México: Barcel y Bimbo; reducir en el 2010 el 14% de los residuos generados por unidad de producción y reciclar un poco más de 32,000 toneladas de residuos, dando como resultado el reciclaje de un poco más del 80% del total de los residuos generados.

Además de la implementación de la tecnología para hacer los empaques degradables, en Grupo Bimbo se han enfocado esfuerzos con el fin de reducir la cantidad de material empleada en los empaques, manteniendo la calidad e inocuidad de los productos. Por lo que a lo largo del 2010 se llevaron a cabo proyectos con el fin de lograr una reducción en el espesor de nuestros empaques así como recortar las dimensiones de los mismos.

Con estas reducciones potencialmente se dejará de emitir al medio ambiente cerca de 394 mil kilogramos anuales de empaque, de los cuales el 97% lo representan plásticos; lo que equivale a dejar de emitir alrededor de 704 toneladas de gases de efecto invernadero.

Los resultados en el periodo de reporte de ahorro de agua en las plantas de Grupo Bimbo son: reducción de 229,400 m³ en el consumo de agua potable, equivalente al 6% menos que en el 2009.

Adicionalmente, para colaborar en la mejora del medio ambiente, Grupo Bimbo ha desarrollado programas nacionales para la conservación y mantenimiento de áreas naturales protegidas, de reforestación, al fundar Reforestamos México, A.C. Esta tiene como misión conservar y recuperar los árboles y los ecosistemas forestales de México, a través de la promoción del manejo forestal sustentable, la cultura ambiental y la participación de todos los sectores de la sociedad, en beneficio de las personas y el entorno a través de cinco líneas de acción: conservación de áreas naturales, reforestación de zonas que han perdido su cobertura forestal, desarrollo forestal comunitario, promoción de educación forestal y combate al cambio climático. Durante 2010, Reforestamos México participó en la constitución de la Alianza ECOFORCE (Alianza de Ejidos y Comunidades Forestales Certificadas de México), la cual cuenta con una superficie total de 246,557 hectáreas bajo manejo forestal sustentable (superficie comparable a la extensión del Estado de Hidalgo), de las cuales 149,633 están certificadas bajo estándar del Forest Stewardship Council.

Grupo Bimbo considera que sus operaciones no representan un riesgo ambiental considerable.

viii) Información del Mercado

A menos que se indique lo contrario, las referencias a tamaños de mercados, consumos, participaciones de mercado y demás referencias contenidas en la siguiente sección, se basan en información de Datamonitor, las cuales la Compañía considera que son razonables.

En la mayoría de sus líneas de productos, la Compañía posee una participación importante de mercado, debido a las ventajas competitivas que mantiene; entre otras, la red de distribución más extensa del país, costos y precios competitivos, servicio integral al cliente, más puntos de venta, eficiencia operativa, imagen de líder y sólido posicionamiento y crecimiento en el mercado.

Además, conviene mencionar que, aunque existe una fuerte competencia y, en algunos casos, competencia directa entre las mismas empresas del Grupo, esto no constituye un aspecto negativo. La Compañía considera que, en todo momento, esta situación ha representado una competencia sana y, al mismo tiempo, ha provocado que cada organización arroje los mejores resultados, tanto de operación como de ventas, siempre bajo un esquema de respeto mutuo entre líneas de productos y entre organizaciones pertenecientes a la Compañía.

1. Panorama General de la Industria de Panificación

México

La industria del pan en México comprende, en primer lugar, el pan tradicional, que recibe varios nombres dependiendo de la región geográfica de que se trate. Esta industria produce una gran variedad de panes que se fabrican en aproximadamente 40 mil establecimientos de panificación tradicional en México. En este mismo sector, durante los últimos años, un gran número de cadenas de tiendas de autoservicio han integrado panaderías dentro de sus establecimientos.

En segundo lugar, la industria de panificación incluye al segmento de galletas. En 2010, éste alcanzó un valor de \$2,513 millones de dólares. BIMBO tiene un fuerte reconocimiento en esta categoría, a través de sus marcas *Marinela*, *Lara*, *Gabi*, *Tía Rosa* y *Suandy*. Son varios los competidores en este mercado, pero el principal de ellos es Gamesa, empresa perteneciente a PepsiCo., la cual cuenta con una penetración de mercado de más de 52%, mientras que BIMBO ocupa el segundo lugar, con 35%.

La industria de panificación en México, incluyendo pan, pasteles y galletas, tiene un valor de mercado de \$14,807 millones de dólares, mientras que el consumo per cápita asciende a 53.4 kilos al año y el gasto destinado a este concepto es de \$131.6 dólares.

Tradicionalmente, el pan blanco ha sido el tipo de pan más popular en México, con una penetración fuerte en los hogares de bajos recursos. Sin embargo, con la adopción de los consumidores de dietas más saludables el consumo de pan blanco ha disminuido y las ventas de los productos sustitutos tales como panes integrales ha incrementado.

Dado que el pan de caja manufacturado por BIMBO tiene más de 60 años de existencia en el mercado, ha logrado penetrar en los hogares de prácticamente todas las familias mexicanas. A lo anterior habría que agregar que se prevé que siga incrementando la demanda de este tipo de producto debido a la creciente incursión de la mujer al mercado laboral.

Las áreas rurales del país no son ajenas a esta forma de vida, por lo que, gracias a la ampliación de la red carretera, BIMBO puede llegar a un gran número de hogares en el campo, colaborando así a la alimentación de este sector de la población.

En la actualidad son varios los competidores en el mercado de pan empacado, cuyas marcas tienen presencia local, tales como: Dulcipán, S.A. de C.V., que elabora productos bajo la marca *Don Toño* en la Ciudad de México, y El Panqué, S.A. de C.V., con la marca *El Panqué*, en la zona centro de México, especialmente en el estado de Durango. Adicionalmente, en las ciudades de México y Mérida, a través de tiendas de autoservicio, se tienen como competidores a: Pan Filler, S.A. de C.V. que produce, bajo la marca *Pan Filler*, pan de especialidades (negro, de centeno y alemán); Industrializadora de Alimentos del Sureste, S.A., con la marca de pan de caja *Boni Bon*, y Panadería El Cometa, S.A. de C.V., con la marca de pan de caja *Don Rico*, también está la marca *La Superior* compitiendo en el estado de San Luis Potosí. En el 2009 Walmart introduce su marca propia de pan de caja y bollería bajo la marca Great Value a nivel nacional. En Sinaloa se encuentra *Pan Panamá* y en la frontera norte del país están las siguientes marcas de importación de pan de caja y bollería: *Nature's Own* y *Butter Krust*, producidas por Flowers Foods, Inc. y *Hill Country* producida por la cadena de autoservicio H.E.B. Asimismo, en la frontera de Baja California Norte existe pan empacado bajo las marcas de *Bontri*, *Pantry Select* y *Sara Lee*, principalmente. En el caso de Ciudad Juárez, existe competencia de Flowers Foods con productos que importa de EE.UU.

BIMBO mantiene una participación en el mercado de panificación (lo que incluye pan tradicional, pasteles, galletas y pan empacado) de aproximadamente 26%. Lo anterior permite suponer que la Compañía tiene un amplio potencial de crecimiento.

En el segmento de barras, una categoría con menos de una década de desarrollo, la competencia ha sido alta, al buscar alternativas para proporcionar a los consumidores que desean tener una alimentación más saludable. En 2010, Bimbo mantuvo su liderazgo en esta categoría a través de la innovación. Sus principales competidores en este segmento son Kellogg's, Quaker y otras barras de importación.

Es importante destacar, sin embargo, que la principal competencia que enfrenta Bimbo con respecto a sus líneas de panificación está integrada por las cerca de 40 mil panaderías tradicionales y en la considerable presencia de panaderías en las cadenas de autoservicio, quienes durante 2009 y 2010 dieron un impulso especial a las marcas propias de pan empacado.

Estados Unidos

BIMBO participa en EE.UU. a través de BBU, que se dedica a la producción, distribución y comercialización de pan empacado y pan dulce a clientes minoristas e institucionales. Las principales marcas incluyen *Arnold, Brownberry, Orowheat, Thomas', Stroehmann, Mrs. Bairds, D'Italiano, Maier's, Entenmann's, Bimbo y Marinela*. BBU es uno de los jugadores más importantes de la industria en este país. Algunos de sus competidores son: Flowers Foods, Hostess Brands y Pepperidge Farm, además de los productos con marca privada. La industria de pan empacado en EE.UU. es mucho más competitiva que en Latinoamérica y los consumidores tienen un mayor interés en dietas de bajos carbohidratos y panes integrales. Es un mercado maduro con marcas establecidas. Sin embargo, la diferenciación de productos, controles sólidos de precios y la densidad de la distribución y su eficiencia son factores claves en los resultados de este mercado.

Estados Unidos representa el segundo mercado más grande de la industria del pan en ingresos y producción de acuerdo con el IBIS World. En 2010, de conformidad con Datamonitor, en EE.UU., el valor de mercado de la industria del pan, incluyendo pan, pan dulce y galletas, es de aproximadamente \$41,300 millones de dólares, lo que equivale a un consumo per cápita de 29 kilos por año en contraste con un consumo global per cápita de 23 kilos por año. La industria del pan en EE.UU. está altamente fragmentada, siendo los cuatro productores los que representan el 50% de las ventas.

A principios de la década pasada, la industria fue impactada por las dietas de bajos carbohidratos. Sin embargo, la industria se ha adaptado bien a esta nueva tendencia y las ventas de pan se han recuperado, atrayendo a los consumidores a panes con valores alimenticios agregados así como alternativas saludables. El mercado de pan ha recuperado su camino, apoyado por campañas tales como "*Grains for Life*" por la *American Bakers Association* y *American Millers Association*. La Compañía ha introducido una variedad de productos integrales y una sofisticada serie de productos saludables. BBU ofrece productos bajo las marcas *Oroweat, Arnold* y *Brownberry* con una presencia fuerte en el sector de pan saludable. Otras marcas propiedad de BBU tales como *Thomas'*, son productos altamente diferenciados por su originalidad con baja competencia en marcas privadas.

El sector privado, especialmente en la categoría de pan blanco, es un sector clave que ha continuado creciendo contra las marcas de bajo costo. Las marcas regionales de BBU son mayormente afectadas por esta tendencia; sin embargo, debido a que cada una de estas marcas es la gran favorita a nivel regional, la posibilidad de que sean afectadas es menor que las marcas locales secundarias.

En los últimos años los consumidores en Estados Unidos han mostrado una mayor preferencia por grandes cadenas minoristas, por lo tanto la mezcla de los canales de ventas ha cambiado significativamente. Las cadenas de super mercados tradicionales se han visto desafiadas por grandes minoristas como Walmart, Sam's Club, Costco y Target.

La inflación en materias primas ha sido el mayor reto para la industria de panificación en Estados Unidos, particularmente los aumentos en costos de trigo, energéticos y costos relacionados con la salud. La industria experimentó un periodo de hiperinflación en 2007 y 2008 cuando los costos de harina de trigo estaban por arriba de 10 dólares por bushel (comparado con un promedio histórico de 5 dólares por bushel). Los costos de la harina de trigo bajaron a un rango entre 5 y 6 dólares americanos por bushel a lo largo del 2009 y 2010, sin embargo se espera que alcancen los 10 dólares a lo largo del 2011.

Latinoamérica

El Grupo participa activamente en Latinoamérica, donde el comportamiento y las preferencias de los consumidores son muy similares a las observadas en México. Los países latinoamericanos donde la Compañía tiene operaciones son: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala,

Honduras, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela. En el caso de Nicaragua, aunque no cuenta con fábricas, distribuye sus productos a través de agencias estratégicamente localizadas.

A continuación se muestra la participación de mercado de la Compañía en la industria de panificación en Latinoamérica en 2010, así como los competidores más importantes en cada país de la región donde tiene operaciones:

<i>Total Panificación</i>	<i>2010⁽¹⁾</i>
Argentina¹ Algunos competidores: La Salteña y Marcas Propias	1.0%
Brasil¹ Algunos competidores: Panco, Seven Boys y Wickbold	1.2%
Chile¹ Algunos competidores: Pierre y Castaño	1.1%
Colombia² Algunos competidores: Comapan, Guadalupe y Ramo	2.2%
Costa Rica² Algunos competidores: Girasol, Konig y Ruiseñor	4.8%
El Salvador² Algunos competidores: Aladino y Lido	34.3%
Guatemala² Algunos competidores: Americana y Victorias	4.2%
Honduras² Algunos competidores: Bambino, Hawitt , La Popular y Tabora	8.1%
Nicaragua² Algunos competidores: Aurora, Puropan y Corazón de Oro	21.6%
Panamá² Algunos competidores: Tasty Choice y Rimith	44.8%
Paraguay¹ Algunos competidores: Bimbi, Fargo y My friend	ND
Perú¹ Algunos competidores: Unión y Grupo Once	1.0%
Uruguay¹ Algunos competidores: marcas propias	1.8%
Venezuela¹ Algunos competidores: Croipan y Venepan	4.3%

(1) Fuente: Datamonitor. Incluye la categoría de Bread & Rolls artesanal e industrial

(2) Fuente: Nielsen

Asia

Después de un largo periodo de investigación y análisis, en 2006, Grupo Bimbo inició operaciones en el continente asiático. China fue seleccionada como el país que mejores condiciones económicas y de crecimiento potencial ofrece en la región, por lo que, a través de la adquisición de una empresa panadera con fuerte presencia en la ciudad de Beijing, BIMBO incursionó en este mercado.

2. Panorama General de la Industria de la Tortilla

BIMBO participa en el mercado de tortillas de harina de trigo, que comercializa bajo las marcas *Tortillitas Tia Rosa, Wonder y Del Hogar*, entre otras.

El principal competidor en este sector es Maseca, con las marcas *Paninas, Tortiricas y Misión*, en tortillas de harina de trigo. En la región norte del país hay un gran número de competidores, que elaboran tortillas de manufactura casera para satisfacer los gustos locales y que representan un pequeño porcentaje del mercado.

En EE.UU., el mercado de la tortilla empacada reporta uno de los más altos crecimientos dentro del sector de alimentos en ese país. Las tortillas, tanto de harina de trigo como de maíz, presentan más variedades, tamaños y cantidades que en el mercado mexicano. Además se prevé que, en el mediano plazo, la población hispana sea la comunidad extranjera más grande en EE.UU. Ello aunado al PIB que genera dicha comunidad (calculada en 35 millones de personas), que es igual al PIB generado en México, hace de la tortilla una línea de negocio con potencial de crecimiento en ese país.

En este mercado, las tortillas de harina de maíz y de trigo que se producen y comercializan bajo la marca *Tia Rosa* tienen una presencia importante en las regiones oeste y suroeste de EE.UU. y están orientadas tanto al mercado hispano como al anglosajón. En este ramo, *Tia Rosa* enfrenta la competencia de Gruma Corp., así como de un gran número de pequeños productores.

3. Panorama General de la Industria de la Botana Salada

Al cierre de 2010, la industria de botana en México, incluyendo la categoría de cacahuates, tuvo un valor de mercado estimado en \$3,036 millones de dólares, representando un incremento del 10% con respecto al año anterior.

Se calcula que el 90% de las personas han consumido botanas (maíz, papa y extruidos) en el último mes y el 50% cacahuates. Los consumidores de botanas lo hacen de 2 a 3 veces a la semana y los que lo hacen con mayor frecuencia son los jóvenes.

La mayor proporción de consumidores de botanas no se limitan a hacerlo en algún lugar determinado y las consumen tanto en el hogar como fuera.

La presentación más comprada es la de bolsa en tamaño individual adquiridas principalmente en tiendas de abarrotes, mientras que las presentaciones distintas a la bolsa tradicional así como las presentaciones grandes son mayormente adquiridas en autoservicios.

El mercado de botanas en términos generales está conformado en su mayoría por personas leales a la marca y de repertorio.

Barcel ocupa el segundo lugar en el mercado de botanas saladas en México con 19% de participación de mercado, después de Sabritas quien tiene el 72% de participación, empresa perteneciente a PepsiCo. y el segundo lugar en cacahuates. Tomando en cuenta que BIMBO inició en 1977 su participación en estos segmentos, ha logrado una muy buena posición dentro de estos mercados, gracias a que ha construido una fuerte imagen de marca a partir de productos diferenciados.

Barcel tiene 33 años de historia en el mercado de botanas saladas y como parte del Grupo, es una empresa 100% mexicana con presencia internacional. La distribución de sus productos tiene cobertura nacional, además de contar con presencia en EE.UU. con las marcas *Takis, Churritos, Tostachos Chipotles, Toreadas, Chicharrones, Hot Nuts y Barcel Peanuts*.

Es importante mencionar que al cierre del año 2010 las marcas regionales de bajo precio aumentaron de forma considerable su participación con respecto al año pasado, para el caso de Bokados, empresa de botanas que principalmente opera en México, tuvo un crecimiento del 25% mientras que Encanto, empresa mexicana de botanas que opera principalmente en el norte del país, del 15%. Éste crecimiento se vio impulsado principalmente por el segmento de cacahuates.

4. Panorama General de la Industria de la Confitería

La industria de la confitería en México es altamente diversificada y competitiva, ya que está compuesta por más de 1,200 jugadores, que comprenden tanto empresas pequeñas como grandes competidores de escala mundial. Este mercado se compone de tres grandes segmentos: (i) gomas de mascar (21% del volumen total), el cual incluye el segmento de gomas de mascar con y sin azúcar; (ii) chocolates (21% del volumen total), el cual incluye, principalmente, chocolate nacional e importado en barra, malvavisco cubierto de chocolate, sorpresa, untable y chocolates finos rellenos; y (iii) dulces (58% del volumen total), el cual incluye paletas de caramelo, gomitas, caramelos envueltos y golosinas cubiertas.

El valor estimado de este sector en México es de \$4,230 millones de dólares. Adicionalmente, se estima que un 13% de las ventas corresponde a pequeños fabricantes “caseros”, que producen y distribuyen productos sin marca y en regiones muy concentradas, principalmente en el norte y centro de México. El consumo per capita de productos de confitería en México es de tres kilos por año, inferior al de países como Argentina, Brasil, EE.UU. y, especialmente, Europa, donde el promedio anual sobrepasa los 8 kilos.

El segmento de golosinas de azúcar se encuentra fragmentada en 18 categorías, entre las que destacan las de goma de mascar, paletas de caramelo, pastillas y gomitas. La categoría de chocolates se divide en diez diferentes segmentos.

Es importante destacar que 60% de la distribución de dulces y chocolates en México se hace a través del canal mayorista y el 40% se realiza en el canal moderno y detalle.

La gran diversidad de productos en este mercado obedece a una fuerte y constante innovación y productos nuevos de corta vida. Una característica principal de los productos de confitería es que se basan en la “moda” y en un mercado principalmente infantil y juvenil, que ha cambiado sus preferencias de manera dramática en los últimos años, principalmente por las nuevas restricciones y legislación vs. el problema de la obesidad.

Organización Barcel = Ricolino + Dulces Vero, participamos en todos los segmentos de la confitería y en suma ocupan el segundo lugar en el mercado. Los principales competidores que enfrenta Organización Barcel son: Adams, Canels, Ferrero, Mars, Hershey’s, De la Rosa, Nestlé, Sonric’s, EFFEM y Turin.

ix) Estructura Corporativa

BIMBO es una sociedad controladora que, al 31 de diciembre de 2010 era propietaria directa o indirectamente de acciones en 101 subsidiarias y asociadas. En la tabla que se muestra a continuación se enumeran las empresas más importantes, su actividad principal y el porcentaje de tenencia accionaria que BIMBO mantiene en ellas.

Empresas subsidiarias	Actividad principal	Tenencia
Bimbo, S.A. de C.V.	Panificación	97%
Barcel, S.A. de C.V.	Dulces y botanas	97%
Bimbo Bakeries USA, Inc.	Panificación	100%
Bimbo do Brasil, Ltda.	Panificación	100%

x) Descripción de los Principales Activos

1. Instalaciones

a. Instalaciones Productivas

Al 31 de diciembre de 2010, BIMBO contaba con 103 instalaciones de manufactura distribuidas en México, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Honduras Guatemala, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela, por lo que respecta a Latinoamérica; en lo relativo a Estados Unidos de América cuenta con plantas productivas en los estados de California, Colorado, Oregon,

Texas, Wisconsin, Carolina del Norte, Indiana, Florida, Pensilvania, Nueva York, Maryland; y Beijing en China. Las instalaciones incluyen líneas de pan de caja y dulce, bollería, tortillas empacadas de harina de trigo y de maíz, tostadas, pastelitos, galletas, comida rápida, chicles, confitería, botanas y otras manufacturas afines. En conjunto, las plantas tienen un área de construcción de 1,446,620 m², sobre una superficie total de 3,556,470 m², además de contar con una reserva de terrenos de 619,820 m². Cabe señalar que, del total de activos arriba descritos, aproximadamente 95% es propiedad de BIMBO y el resto corresponde a locales rentados a terceros. Ver “Descripción del Negocio – Actividad Principal – Procesos Productivos”.

Históricamente, incluyendo durante 2010, la Compañía ha realizado inversiones de capital equivalentes al monto de la depreciación mostrada en sus estados financieros. En el 2010, la Compañía realizó inversiones de capital por aproximadamente EUA\$288 millones de Dólares, las cuales fueron financiadas con recursos propios o con préstamos de terceros. Dichas inversiones de capital consistirían principalmente en la construcción de nuevas plantas de producción.

A continuación se muestra la localización de los principales activos de la Compañía por área geográfica.

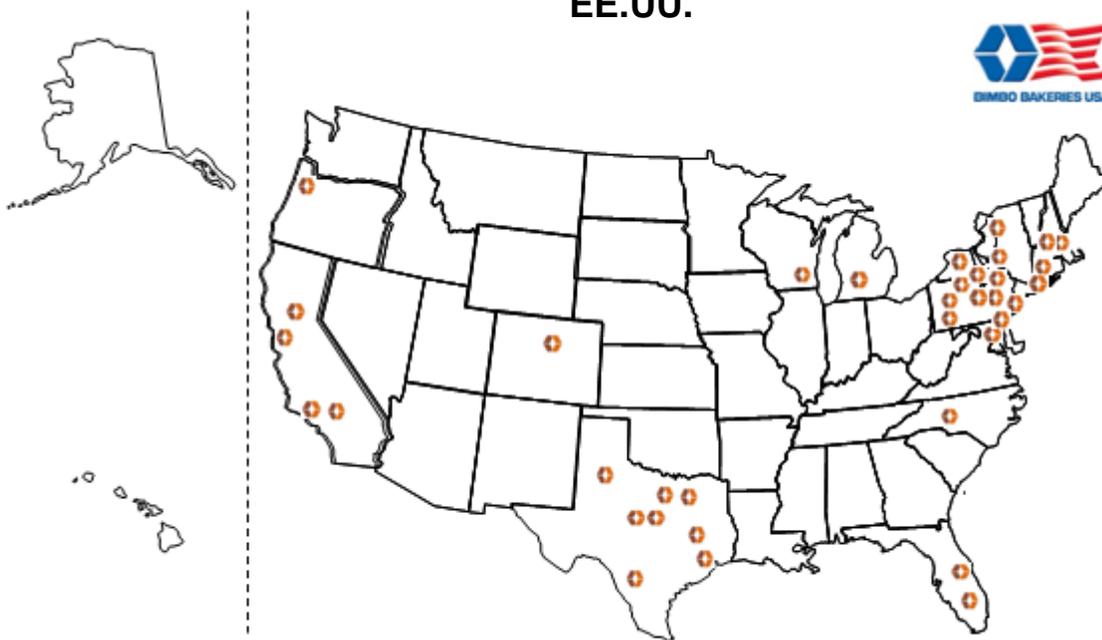
MÉXICO



MÉXICO METROPOLITANA



EE.UU.



 Plantas

CENTRO AMÉRICA



SUDAMERICA



ASIA



La siguiente tabla, muestra el porcentaje de utilización de la capacidad instalada de las líneas de mayor inversión de capital al 31 de diciembre de 2010:

Organización y tipo de producto	
<u>Bimbo, S.A. de C.V.</u> Pan, bollería, donas, panquelería, tostado, galletas, pastelillos, suavicremas, tortillas de harina de trigo	52%
<u>BBU</u> Pan, bollería, donas, panquelería, pays, tortillas, tostadas y frituras	61%
<u>OLA</u> Pan, bollería, donas, panquelería, tostado, pastelillos, galletas, swiss roll, hojaldre y tortillas	41%
<u>Asia</u> Pan, bollería dulce, donas, hojaldre y pastelería	31%
<u>Barcel, S.A. de C.V.</u> Botanas y confitería	61%

Las capacidades utilizadas se calcularon sobre una base de 150 horas productivas por semana. Se emplean horas como parámetro de medición debido a que la mezcla de los diferentes productos de cada línea implica la utilización de volúmenes y pesos diferentes, lo cual impide la comparación directa de todos los productos y capacidades de líneas.

b. Agencias

Como parte importante de su proceso de distribución, la Compañía cuenta con más de 1,000 agencias de distribución, cada una de las cuales depende operativamente de una planta en específico, aunque no se encuentre ubicada cerca de ella.

2. Mantenimiento de los Activos

A fin de que las operaciones de BIMBO no se vean repentinamente afectadas, se tiene como política el contar con programas de mantenimiento preventivo predictivo, aplicados a todos sus activos, incluyendo maquinaria, equipos diversos y flota vehicular. El objetivo es que todas las instalaciones y equipos del Grupo, presenten condiciones óptimas de operación y apariencia, y que no sólo cumplan con todas las normas y regulaciones gubernamentales, sino que, en primera instancia, mantengan un clima de bienestar y seguridad para el personal.

Cuando la situación así lo requiere, se recurre al mantenimiento correctivo. Sin embargo, tal situación se presenta eventualmente y, por lo tanto, no representa una costumbre en la Compañía.

A este respecto, la Compañía destina aproximadamente el 2% de las ventas netas al mantenimiento preventivo, predictivo y correctivo descritos anteriormente. Asimismo, es importante mencionar que durante los últimos dos años, la Compañía ha destinado entre 1.5 y 2.5 puntos porcentuales adicionales en inversiones para apoyar el crecimiento, la modernización de equipos y la productividad de sus líneas. Todos estos recursos han sido financiados con recursos propios de la Compañía.

3. Garantías sobre Activos

A la fecha del presente Reporte Anual, la Compañía no ha constituido gravámenes sobre sus activos importantes.

4. Seguros

En línea con los estándares de la industria, BIMBO cuenta con pólizas de seguro formal que cubren de manera adecuada sus propiedades en caso de incendio, explosión, terremoto, inundación y huracanes, entre otros riesgos.

En el caso de la flota vehicular, BIMBO tiene como política no recurrir a un seguro convencional, para lo cual creó un programa de "autoseguro", basado tanto en los flujos de efectivo disponibles como en su política de mantenimiento y manejo de vehículos. Por su parte, para algunas operaciones en el extranjero se tienen contratados seguros de responsabilidad civil. Asimismo, la Compañía cuenta con talleres para realizar las reparaciones de los vehículos. De acuerdo con un estudio, dichas reparaciones resultan más económicas que el pago de una póliza de seguro, considerando la proporción que éstas representan en relación con el monto total invertido en flota vehicular.

Cabe mencionar que el índice de accidentes viales de la Compañía es muy bajo en comparación con el número de vehículos de transporte y reparto que integran la flotilla.

xi) Procesos Judiciales, Administrativos o Arbitrales

BIMBO y algunas de sus subsidiarias enfrentan ciertos procesos judiciales como consecuencia del curso ordinario de sus negocios. Al 31 de diciembre de 2010, no se tenía conocimiento de que el Grupo o sus subsidiarias, sus consejeros, principales accionistas o principales funcionarios estén involucrados en procesos judiciales, administrativos o arbitrales que hayan tenido o pudieran tener un impacto significativo adverso sobre los resultados de operación y la posición financiera de la Compañía o sus subsidiarias.

Conforme a lo establecido en el "Anexo N" de las Disposiciones de Carácter General aplicables a las Emisoras de Valores y a otros Participantes del Mercado de Valores, a la fecha del presente Reporte Anual, la Compañía no se encuentra dentro de los supuestos establecidos en los artículos 9 y 10 de la Ley de Concursos Mercantiles y no ha sido declarada ni podría ser declarada en concurso mercantil.

xii) Acciones Representativas del Capital Social

A la fecha del presente Reporte Anual, el capital social a valor nominal de BIMBO asciende a la cantidad de \$1,902, representado por 4,703,200,000 acciones emitidas en circulación, Serie "A", ordinarias, nominativas, sin expresión de valor nominal, íntegramente suscritas y pagadas, todas representativas del capital mínimo fijo sin derecho a retiro. Ver la Nota 14 a los Estados Financieros Auditados.

BIMBO se constituyó el 15 de junio de 1966 con un capital mínimo fijo de \$50,000,000.00 pesos nominales, representado por 50,000 acciones, con valor nominal de \$1,000.00 cada una.

Desde su constitución, BIMBO ha tenido diversas modificaciones en su estructura de capital social. A partir de 1998, las modificaciones son las siguientes:

De acuerdo con los Estatutos, el capital social es variable. El capital social estará representado por acciones de la Serie "A", ordinarias, nominativas, sin expresión de valor nominal. Adicionalmente, la Compañía podrá emitir acciones sin voto y/o de voto limitado, nominativas, sin expresión de valor nominal, las cuales serán denominadas con el nombre de serie que determine la Asamblea que apruebe su emisión. En ningún momento, las acciones sin voto y/o de voto limitado podrán representar más de veinticinco por ciento (25%) del total del capital social que se coloque entre el público inversionista ni del total de acciones que se encuentren colocadas en el mismo. Sin embargo, la CNBV o, en su defecto, la autoridad competente, podrán ampliar el límite antes mencionado hasta por un veinticinco por ciento (25%) adicional, siempre que este porcentaje esté representado por acciones sin derecho a voto, con la limitante de otros derechos corporativos, o por acciones de voto restringido, que deberán ser convertibles en acciones ordinarias en un plazo no mayor a cinco (5) años, contados a partir de su colocación ver "Administración – Estatutos Sociales y Otros Convenios").

El 28 de abril de 2011 BIMBO realizó una división ("Split") de las acciones representativas de su capital social, poniendo en circulación la Emisión 2011-I, mediante la cual el capital social de la Sociedad no fue modificado y quedó representado por 4,703,200,000 acciones.

xiii) Dividendos

La información señalada a continuación se refiere a las acciones en circulación de la Compañía a la fecha del presente Reporte Anual (ver 2) b) xii) "Acciones Representativas de Capital Social").

El decreto, monto y pago de dividendos a los tenedores de las acciones Serie "A" de BIMBO es propuesto por el Consejo de Administración y aprobado por la Asamblea General de Accionistas.

Los dividendos pagados durante 2011, 2010 y 2009 ascendieron a:

Año	Número de acciones Serie "A" en circulación (miles)	Dividendo por acción Serie "A"	Monto total de dividendos pagados (millones de pesos)
2008 (abril)	1,175,800	0.46	\$541
2009 (abril)	1,175,800	0.46	\$541
2010 (abril)	1,175,800	0.50	\$588
2011 (abril)	1,175,800	0.55	\$647

Históricamente, la Compañía ha pagado dividendos provenientes de las utilidades generadas durante cada período. La Administración de la Compañía considera que esta situación se seguirá presentando en el futuro, sin embargo, no puede garantizar que así sea.

Las utilidades retenidas incluyen la reserva legal. De acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles, de las utilidades netas del ejercicio debe separarse un 5% como mínimo para formar la reserva legal, hasta que su importe ascienda al 20% del capital social a valor nominal. La reserva legal puede capitalizarse, pero no debe repartirse a menos que se disuelva la sociedad, y debe ser reconstituida cuando disminuya por cualquier motivo.

La distribución del capital contable, excepto por los importes actualizados del capital social aportado y de las utilidades retenidas fiscales, causará el impuesto sobre la renta sobre dividendos a cargo de la Compañía a la tasa vigente al momento de la distribución. El impuesto que se pague por dicha distribución, se podrá acreditar contra el impuesto sobre la renta del ejercicio en el que se pague el impuesto sobre dividendos y en los dos ejercicios inmediatos siguientes, contra el impuesto del ejercicio y los pagos provisionales de los mismos.

Los saldos de las cuentas fiscales del capital contable al 31 de diciembre son:

	2010	2009
Cuenta de capital de aportación	\$ 24,473	\$ 8,132
Cuenta de utilidad fiscal neta	<u>18,253</u>	<u>32,830</u>
Total	<u>\$ 42,726</u>	<u>\$ 40,962</u>

Los dividendos sobre las acciones que se tengan a través del Indeval serán distribuidos por BIMBO también a través del Indeval. Los dividendos sobre las acciones representadas por títulos o certificados físicos serán pagados a la presentación del cupón correspondiente. De existir certificados provisionales al momento de decretarse el dividendo, y si dichos certificados provisionales no tuvieran cupones adheridos, se pagará el dividendo contra el recibo correspondiente.

3) INFORMACIÓN FINANCIERA

a) INFORMACIÓN FINANCIERA SELECCIONADA

Los Estados Financieros auditados adjuntos cumplen con las NIF. Su preparación requiere que la administración de la Compañía efectúe ciertas estimaciones y utilice determinados supuestos para valorar algunas de las partidas de los estados financieros y para efectuar las revelaciones que se requieren en los mismos. Sin embargo, los resultados reales pueden diferir de dichas estimaciones. La administración de la Compañía, aplicando el juicio profesional, considera que las estimaciones y supuestos utilizados fueron los adecuados en las circunstancias. Las principales políticas contables seguidas por la Compañía son las siguientes:

a. **Cambios contables**

A partir del 1 de enero de 2010, la Compañía adoptó las siguientes nuevas NIF:

NIF C-1, Efectivo y equivalentes de efectivo.- Requiere la presentación del efectivo y equivalentes de efectivo restringido en el rubro de efectivo y equivalentes de efectivo, a diferencia del Boletín C-1, que requería la presentación en forma separada; sustituye el término de inversiones temporales a la vista por el de inversiones disponibles a la vista y considera como una característica de este tipo de inversiones el vencimiento hasta de tres meses a partir de la fecha de adquisición.

Mejoras a las NIF 2010. Las principales mejoras que generan cambios contables, son:

NIF B-1, Cambios contables y correcciones de errores.- Se amplían las revelaciones cuando la Compañía aplica una nueva norma particular.

NIF B-2, Estado de flujos de efectivo.- Se requiere mostrar en un renglón por separado, denominado efectos por cambios en el valor del efectivo, los efectos en los saldos de efectivo y equivalentes de efectivo por cambios en su valor resultantes de fluctuaciones en el tipo de cambio y en su valor razonable, además de los efectos por conversión a la moneda de informe de los saldos y flujos de efectivo de operaciones extranjeras y de los efectos de inflación asociados con los saldos y flujos de efectivo de cualquiera de las entidades que conforman la entidad y que se encuentre en un entorno económico inflacionario.

NIF B-7, Adquisiciones de negocios.- Se precisa que el reconocimiento de activos intangibles o provisiones cuando el negocio adquirido tiene un contrato en condiciones favorables o desfavorables en relación con el mercado, sólo procede cuando el negocio adquirido es el arrendatario y el contrato es de arrendamiento operativo. Este cambio contable se reconoce en forma retrospectiva sin ir más allá del 1 de enero de 2010.

NIF C-7, Inversiones en asociadas y otras inversiones permanentes.- Se modifica la forma mediante la cual se determinan los efectos derivados de incrementos en el porcentaje de participación en una asociada. Asimismo, se establece que los efectos determinados por incrementos o disminuciones en el porcentaje de participación en la asociada se deben reconocer en el rubro de participación en los resultados de asociadas y no en el rubro de partidas no ordinarias.

NIF C-13, Partes relacionadas.- Se requiere que en caso de que la controladora directa o la controladora principal de la entidad informante no emitan estados financieros disponibles para uso público, la entidad informante debe revelar el nombre de la controladora, directa o indirecta, más próxima, que emita estados financieros disponibles para uso público.

b. **Reconocimiento de los efectos de la inflación** - La inflación acumulada en México de los tres ejercicios anuales anteriores es inferior al 26% por lo tanto, el entorno económico califica como no inflacionario. A partir del 1 de enero de 2008 la Compañía suspendió el reconocimiento de los efectos de la inflación en los estados financieros consolidados, excepto por aquellos que corresponden a las subsidiarias que operan en entornos inflacionarios; sin embargo, los activos, pasivos y capital contable al 31 de diciembre de 2010 y 2009 incluyen los efectos de reexpresión reconocidos en todas las operaciones hasta el 31 de diciembre de 2007.

La inflación acumulada en la mayoría de los países en donde opera la Compañía, aparte de México, de los tres ejercicios anuales anteriores es también inferior al 26% por lo que califican como no inflacionarios; sin embargo, existen países donde opera la Compañía que su entorno califica como inflacionario, cuyas inflaciones de los tres ejercicios anuales anteriores y por los cuales se reconocieron los efectos de la inflación en 2010 y 2009, son las siguientes:

	2010	2009
Argentina	26%	28%
Costa Rica	31%	38%
Venezuela	100%	87%
Nicaragua	34%	49%

Y las inflaciones de los tres ejercicios anuales anteriores de los países que su entorno califica como inflacionario en 2009 y por los cuales se reconocieron los efectos de la inflación únicamente en 2009, son las siguientes:

	2009
Uruguay	26%
Guatemala	26%
Honduras	27%
Paraguay	28%

Hasta el 31 de diciembre de 2007 en todas las operaciones y a partir del 1 de enero de 2008 sólo por aquellas bajo entorno económico inflacionario, el reconocimiento de los efectos de la inflación resultó principalmente, en ganancias o pérdidas por inflación sobre partidas no monetarias y monetarias, que se presentan en los estados financieros bajo el siguiente rubro:

- **Resultado por posición monetaria** - Representa la erosión del poder adquisitivo de las partidas monetarias originada por la inflación; se calcula aplicando factores derivados de los índices de inflación de cada país a la posición monetaria neta mensual. La ganancia se origina de mantener una posición monetaria pasiva neta.
- c. **Efectivo y equivalentes de efectivo** - Consisten principalmente en depósitos bancarios en cuentas de cheques e inversiones en valores a corto plazo, de gran liquidez, fácilmente convertibles en efectivo, con vencimiento hasta de tres meses a partir de su fecha de adquisición y sujetos a riesgos poco significativos de cambios en valor. El efectivo se presenta a valor nominal y los equivalentes de efectivo están representados principalmente por inversiones en instrumentos de deuda gubernamental con vencimiento diario.
- d. **Inventarios y costo de ventas** - Los inventarios de las entidades que operan en entornos económicos no inflacionarios, se valúan al menor de su costo o valor de realización. En aquellas subsidiarias que operan en entornos económicos inflacionarios, los inventarios se valuaron a costos promedio, que fueron similares a su valor de reposición sin exceder su valor de realización, y el costo de ventas al último costo de producción real, que fue similar al costo de reposición al momento de su venta.
- e. **Inmuebles, maquinaria y equipo** - Se registran al costo de adquisición en las entidades bajo entornos económicos no inflacionarios. Los saldos que provienen de adquisiciones realizadas hasta el 31 de diciembre de 2007 en todas las operaciones, y actualmente de los que provienen de las subsidiarias que operan en entornos económicos inflacionarios, se actualizaron aplicando factores derivados de los índices de inflación de cada país hasta esa fecha. La depreciación se calcula conforme al método de línea recta con base en las vidas útiles de los siguientes activos:

Edificios	5
Equipo de fabricación	8, 10 y 35
Vehículos	10 y 25
Equipo de oficina	10
Equipo de cómputo	30

- f. ***Inversión en acciones de asociadas y otras inversiones permanentes*** - Las inversiones permanentes en las entidades en las que se tiene influencia significativa, se reconocen inicialmente con base en el valor razonable neto de los activos y pasivos identificables de la entidad a la fecha de la adquisición. Dicho valor es ajustado con posterioridad al reconocimiento inicial por la porción correspondiente tanto de las utilidades o pérdidas integrales de la asociada como de la distribución de utilidades o reembolsos de capital de la misma. Cuando el valor razonable de la contraprestación pagada es mayor que el valor de la inversión en la asociada, la diferencia corresponde al crédito mercantil, el cual se presenta como parte de la misma inversión. Cuando el valor razonable de la contraprestación pagada es menor que el valor de la inversión, éste último se ajusta al valor razonable de la contraprestación pagada. En caso de presentarse indicios de deterioro las inversiones en asociadas se someten a pruebas de deterioro.

Aquellas inversiones permanentes efectuadas por la Compañía en entidades en las que no tiene el control conjunto, ni influencia significativa inicialmente se registran al costo de adquisición y los dividendos recibidos se reconocen en los resultados del periodo salvo que provengan de utilidades de periodos anteriores a la adquisición, en cuyo caso se disminuyen de la inversión permanente.

- g. ***Deterioro de activos de larga duración en uso*** - La Compañía revisa el valor en libros de los activos de larga duración en uso, ante la presencia de algún indicio de deterioro que pudiera indicar que el valor en libros pudiera no ser recuperable, considerando el mayor del valor presente de los flujos netos de efectivo futuros o el precio neto de venta en el caso de su eventual disposición. El deterioro se registra si el valor en libros excede al mayor de los valores antes mencionados. Los indicios de deterioro que se consideran para estos efectos son, entre otros, las pérdidas de operación o flujos de efectivo negativos en el periodo si es que están combinados con un historial o proyección de pérdidas, depreciaciones y amortizaciones cargadas a resultados que en términos porcentuales, en relación con los ingresos, sean substancialmente superiores a las de ejercicios anteriores, efectos de obsolescencia, reducción en la demanda de los productos que se fabrican, competencia y otros factores económicos y legales. Durante 2009 se reconoció un deterioro de la operación de República Checa por \$56. Esta operación fue vendida en enero de 2010 y el monto de la desinversión no es representativo para Grupo Bimbo. En 2010 se reconoció deterioro de ciertas marcas por \$19.
- h. ***Política de administración de riesgos financieros*** - La Compañía, dentro del marco de sus operaciones cotidianas, se encuentra expuesta a riesgos intrínsecos a distintas variables de tipo financiero, así como a variaciones en el precio de algunos insumos que cotizan en mercados formales internacionales. En virtud de lo anterior, la Compañía utiliza instrumentos financieros derivados para mitigar el posible impacto de fluctuaciones en dichas variables y precios sobre sus resultados. La Compañía considera que dichos instrumentos otorgan flexibilidad que permite una mayor estabilidad de ingresos y una mejor visibilidad y certidumbre con relación a los costos y gastos que se habrán de solventar en el futuro.

El diseño e implementación de la estrategia de contratación de instrumentos financieros derivados recae formalmente en dos órganos: 1) El Comité de Riesgos Financieros, responsable de la administración de riesgo de tasas de interés y tipo de cambio y, 2) El Subcomité de Riesgo de Mercado de Materias Primas, encargado de administrar el riesgo de materias primas. Ambos órganos reportan de manera continua sus actividades al Comité Corporativo de Riesgos de Negocio, quien se encarga de dictar los lineamientos generales de la estrategia de administración de riesgos de la Compañía, así como de establecer límites y restricciones a las operaciones que estos pueden realizar. El Comité Corporativo de Riesgos de Negocio, a su vez, reporta las posiciones de riesgo de la Compañía al Comité de Auditoría y al Comité Directivo.

La política de la Compañía sobre la contratación de instrumentos financieros derivados, es que sus objetivos sean exclusivamente de cobertura. Esto es, la eventual contratación de un instrumento financiero derivado debe de estar necesariamente asociado a una posición primaria que represente algún riesgo. Consecuentemente, los montos nominales de uno o todos los instrumentos financieros derivados contratados para la cobertura de cierto riesgo serán consistentes con las cantidades de las posiciones primarias que representan una posición de riesgo.

La Compañía no realiza operaciones en las que el beneficio pretendido o fin perseguido sean los ingresos por primas. Si la Compañía decide llevar a cabo una estrategia de cobertura en donde se combinen opciones, el pago neto de las primas asociadas deberá representar un egreso para la

Compañía.

- i. **Instrumentos financieros derivados** - La Compañía valúa todos los derivados en el balance general a valor razonable, independientemente del propósito de su tenencia. El valor razonable se determina con base en precios de mercados reconocidos y cuando los instrumentos no cotizan en un mercado, se determina con base en técnicas de valuación aceptadas en el ámbito financiero.

Los derivados designados como cobertura reconocen los cambios en valuación de acuerdo al tipo de cobertura de que se trate: (1) cuando son de cobertura de valor razonable, las fluctuaciones tanto del derivado como de la partida cubierta se valúan a valor razonable y se reconocen en resultados; (2) cuando son de cobertura de flujo de efectivo, la porción efectiva se reconoce temporalmente en la utilidad integral y se aplica a resultados cuando la partida cubierta los afecta; la porción inefectiva se reconoce de inmediato en resultados; (3) cuando la cobertura es de una inversión en una subsidiaria extranjera, la porción efectiva se reconoce en la utilidad integral como parte del ajuste acumulado por conversión; la porción no efectiva de la ganancia o pérdida del instrumento de cobertura se reconoce en los resultados del periodo, si es un instrumento financiero derivado y, si no lo es, se reconoce en la utilidad integral hasta que se enajene o transfiera la inversión.

La Compañía principalmente utiliza swaps de tasa de interés para administrar su exposición a las fluctuaciones de tasas de interés y de moneda extranjera de sus financiamientos; así como futuros y opciones para fijar el precio de compra de materias primas o insumos utilizados en la producción. Los derivados son contratados con la finalidad de cubrir riesgos y cumplen con todos los requisitos de cobertura, por lo que se documenta su designación al inicio de la operación de cobertura, describiendo el objetivo, estrategia, características, reconocimiento contable y como se llevará a cabo la medición de la efectividad, aplicables a esa operación. La negociación con instrumentos derivados se realiza sólo con instituciones de reconocida solvencia y se han establecido límites para cada institución.

Los instrumentos financieros derivados de cobertura se registran como un activo o pasivo sin compensarlos con la partida cubierta.

- j. **Crédito mercantil** - Se reconoce al costo de adquisición, en la moneda local de origen y se actualizó hasta el 31 de diciembre de 2007 aplicando el índice de inflación de cada país. En las subsidiarias que operan en entornos económicos inflacionarios se continúa actualizando aplicando el índice de inflación correspondiente. El crédito mercantil no se amortiza pero se sujeta, cuando menos anualmente, a pruebas de deterioro.
- k. **Activos intangibles** - Se integra principalmente por marcas, derechos de uso y relaciones con clientes. Se reconocen al costo de adquisición en la moneda de origen y se actualizaron hasta el 31 de diciembre de 2007 aplicando el índice de inflación de cada país. En las subsidiarias que operan en entornos económicos inflacionarios se continúa actualizando aplicando el índice de inflación correspondiente. Este rubro se integra principalmente por la adquisición de los negocios en EUA y algunas marcas en Sudamérica. Las marcas y derechos de uso no se amortizan pero se sujetan cuando menos anualmente, a pruebas de deterioro. Al 31 de diciembre de 2010 la Compañía reconoció un deterioro en ciertas marcas por \$19. Las relaciones con clientes tienen una vida útil estimada de 18 años y su método de amortización es en línea recta con base en su vida útil. Al 31 de diciembre de 2010 y 2009 la amortización del año registrada por los activos intangibles con vida definida fue de \$258 y \$257, respectivamente.
- l. **Provisiones** - Se reconocen cuando se tienen una obligación presente como resultado de un evento del pasado, que probablemente resulte en la salida de recursos económicos y que pueda ser estimada razonablemente.
- m. **Beneficios directos a los empleados** - Se valúan en proporción a los servicios prestados, considerando los sueldos actuales y se reconoce el pasivo conforme se devengan. Incluye principalmente participación de los trabajadores en las utilidades ("PTU") por pagar, ausencias compensadas, como vacaciones y prima vacacional, e incentivos y se incluyen en el rubro de Otras cuentas por pagar y pasivos acumulados.
- n. **Beneficios a los empleados por terminación, al retiro y previsión social** - El pasivo por primas de antigüedad, pensiones e indemnizaciones por terminación de la relación laboral se registra conforme se devenga, el cual se calcula por actuarios independientes con base en el método de crédito unitario proyectado utilizando tasas de interés nominales.

El pasivo de previsión social cubre gastos médicos que los empleados elegibles en EUA incurran con posterioridad a su retiro. Dicho pasivo se registra con base en la información histórica de la Compañía conforme a cálculos actuariales.

- o. Participación de los trabajadores en las utilidades** - La PTU se registra en los resultados del año en que se causa y se presenta en el rubro de otros gastos en los estados de resultados adjuntos. La PTU diferida que se genera en las subsidiarias en México, se determina por las diferencias temporales que resultan de la comparación de los valores contables y fiscales de los activos y pasivos.
- p. Impuestos a la utilidad** - El impuesto sobre la renta (“ISR”) en cada país y el impuesto empresarial de tasa única (“IETU”) en México si es mayor al ISR, se registran en los resultados del año en que se causan. Para reconocer el impuesto diferido de las operaciones en México, se determina si, con base en proyecciones financieras, la Compañía causará ISR o IETU y reconoce el impuesto diferido que corresponda al impuesto que esencialmente pagará. El impuesto diferido se reconoce aplicando la tasa correspondiente a las diferencias temporales que resultan de la comparación de los valores contables y fiscales de los activos y pasivos, y en su caso, se incluyen los beneficios de las pérdidas fiscales por amortizar y de algunos créditos fiscales. El impuesto diferido activo se registra sólo cuando existe alta probabilidad de que pueda recuperarse.
- q. Impuesto al activo** - El impuesto al activo (“IMPAC”) que se causaba en México hasta 2007 que se espera recuperar, se registra como un crédito fiscal y se presenta en el balance general en el rubro de impuestos diferidos.
- r. Transacciones en moneda extranjera** - Las transacciones en moneda extranjera se registran al tipo de cambio vigente a la fecha de su celebración. Los activos y pasivos monetarios en moneda extranjera se valúan en moneda nacional al tipo de cambio vigente a la fecha de los estados financieros. Las fluctuaciones cambiarias se registran en los resultados, salvo las transacciones que han sido designadas como de cobertura por una inversión en el extranjero.
- s. Reconocimiento de ingresos** - Los ingresos por ventas se reconocen en el momento en el que se transfieren los riesgos y beneficios de los productos a los clientes que los adquieren, lo cual generalmente ocurre cuando se entregan al cliente y éste asume responsabilidad sobre los mismos. La Compañía descuenta de las ventas los gastos de mercantilización tales como promociones de productos.
- t. Utilidad por acción** - La utilidad básica por acción ordinaria se calcula dividiendo la utilidad neta mayoritaria entre el promedio ponderado de acciones en circulación durante el ejercicio.

Para una mejor comprensión, el resumen de información financiera debe revisarse en conjunto con los Estados Financieros y con sus respectivas notas.

Asimismo, dicho resumen deberá revisarse con todas las explicaciones proporcionadas por la Administración del Grupo a lo largo del capítulo 3) “Información Financiera”, especialmente en la sección de “Comentarios y Análisis de la Administración sobre los Resultados de Operación y Situación Financiera de la Compañía”.

Estados de Resultados Consolidados			
Al 31 de diciembre de:	2010	2009	2008
Ventas Netas (1)	117,163	116,353	82,317
Costo de Ventas	55,317	54,933	40,293
Utilidad Bruta	61,846	61,420	42,024
Gasto de Distribución y Venta	42,933	41,724	29,621
Gasto de Administración	7,520	7,642	5,075
Gastos Generales	50,453	49,366	34,696
Utilidad después de Gastos Generales	11,393	12,054	7,328
Otros Ingresos (Gastos) Neto	(297)	(613)	(8)
Participación de los Trabajadores en las Utilidades	653	563	467
Total Otros Ingresos y (Gastos) Netos	(950)	(1,176)	(475)
Intereses Netos	(2,574)	(2,318)	(461)
Utilidad (Pérdida) Cambiaria	(94)	207	(153)
Resultado por Posición Monetaria	45	99	75
Resultado Financiero Integral	(2,623)	(2,012)	(539)
Participación en los Resultados de Compañías Asociadas	87	42	24
Utilidad antes de Impuestos a la Utilidad	7,907	8,908	6,338
Impuestos a la Utilidad	2,309	4,041	2,099
Impuestos a la Utilidad Diferida	54	(1,214)	(205)
Provisiones	2,363	2,827	1,894
Utilidad antes de Operaciones Discontinuas	5,544	6,081	4,444
Utilidad Neta	5,544	6,081	4,444
Participación Controladora	5,395	5,956	4,320
Participación No Controladora	149	125	124
Utilidad Básica por Acción	4.59	5.07	3.67
Dividendo por Acción	0.50	0.46	0.46
Utilidad Antes de Financiamiento, Intereses, Depreciación y Amortización	15,468	15,837	9,829

Notas a los Estados de Resultados Consolidados:

- (1) Durante 2010, 2009 y 2008, las ventas netas de Bimbo, S.A. de C.V., y Barcel, S.A. de C.V., que se encuentran en México, representaron aproximadamente 45%, 63% y 64%, respectivamente, de las ventas netas consolidadas (ver la Nota 2 de los Estados Financieros Auditados).

Balance General Consolidado			
Al 31 de diciembre de:	2010	2009	2008
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	3,325	4,981	7,339
Cuentas y Documentos por Cobrar - Neto	13,118	12,430	8,557
Inventarios, Neto	3,149	2,969	2,573
Pagos Anticipados	440	499	431
Instrumentos Financieros Derivados	180	146	225
Total del Activo Circulante	20,212	21,025	19,125
Cuentas por cobrar a largo plazo operadores independientes	2,140	1,940	451
Inmuebles, Planta y Equipo Neto	32,028	32,763	26,039
Inversión en Acciones de Asociadas y Obligaciones	1,553	1,479	1,416
Instrumentos Financieros Derivados	393	159	-
Impuestos a la Utilidad Diferidos	1,539	635	1,417
Crédito Mercantil - Neto	19,884	20,394	6,313
Activos Intangibles, Neto	19,372	19,602	4,951
Activo Intangible por Obligaciones Laborales al Retiro			
Otros Activos Neto	1,948	1,669	498
Activo Total	99,069	99,666	60,210
Cuentas por Pagar a Proveedores	5,954	5,341	4,881
Deuda a Corto Plazo y Porción Circulante de Deuda a Largo Plazo	1,624	4,656	2,054
Otras Cuentas por Pagar y Pasivos Acumulados	6,302	6,228	1,499
Cuentas por Pagar a Partes Relacionadas	802	238	584
Impuesto Sobre la Renta	624	3,272	3,624
Participación de los Trabajadores en las Utilidades	709	637	524
Instrumentos Financieros Derivados	-	74	17
Total del Pasivo Circulante	16,015	20,446	13,183
Deuda a Largo Plazo (1)	31,586	32,084	9,079
Instrumentos Financieros Derivados	231	54	51
Beneficios a Empleados y Previsión Social	4,621	4,644	982
Participación de los Trabajadores en las Utilidades Diferidas	249	290	351
Impuestos a la Utilidad Diferidos (2)	622	266	1,257
Otros Pasivos a Largo Plazo	1,208	925	333
Pasivo Total	54,532	58,709	25,236
Participación Controladora	43,710	40,104	34,264
Participación No Controladora	827	853	710
Capital Contable Total	44,537	40,957	34,974

Notas a los Balances Generales Consolidados:

- (2) Exceso del costo sobre el valor contable de subsidiarias en la fecha de adquisición. Se actualiza aplicando el INPC y se sujeta, cuando menos anualmente, a pruebas de deterioro (ver la Nota 3 de los Estados Financieros Auditados).
- (3) Algunos pasivos bancarios establecen ciertas restricciones y obligaciones a la estructura financiera de la Compañía (ver la Nota 11 de los Estados Financieros Auditados).
- (4) Ver la Nota 17 de los Estados Financieros Auditados.

Información Financiera Adicional			
Al 31 de diciembre de:	2010	2009	2008
Depreciación y Amortización	3,729	3,783	2,501
Recursos Generados por la Operación	-	-	-
Recursos Utilizados en Actividades de Financiamiento	-	-	-
Recursos Utilizados en Actividades de Inversión	-	-	-
Saldo al Final del Año	-	-	-
Flujos Netos de Efectivo de Actividades de Operación	11,375	13,449	8,850
Flujos Netos de Efectivo de Actividades de Inversión	(5,974)	(38,398)	(7,160)
Flujos Netos de Efectivo de Actividades de Financiamiento	(6,983)	22,606	1,734
Efectivo y Equivalentes de Efectivo al Final del Periodo	3,325	4,981	7,339
Margen Después de Gastos Generales	9.7%	10.4%	8.9%
Margen UAFIDA	13.2%	13.6%	11.9%
Margen Neto	4.7%	5.2%	5.2%
Retorno Sobre Activos	5.6%	6.3%	7.6%
Retorno Sobre el Capital Invertido	11.6%	12.0%	12.0%
UAFIDA	15,468	15,837	9,829
Deuda Total / UAFIDA	2.15	2.32	1.13
Deuda Neta / UAFIDA	1.93	2.01	0.39
UAFIDA / Gastos de Interés	4.94	5.58	13.14

b) INFORMACIÓN FINANCIERA POR NEGOCIO, ZONA GEOGRÁFICA Y VENTAS DE EXPORTACIÓN

Grupo Bimbo, a través de sus principales subsidiarias, se dedica principalmente a la producción, distribución y comercialización de pan de caja, pan dulce, pastelería de tipo casero, galletas, barras de cereales, dulces, chocolates, botanas dulces y saladas, tortillas empacadas de harina de trigo, tostadas, cajeta y comida rápida. La Compañía fabrica más de 7,000 productos. La venta de dichos productos constituye la única línea de negocios de Grupo Bimbo. La división entre productos de panificación, y botana salada y confitería a que hace referencia este Reporte Anual es una división organizacional que tiene como único fin el lograr eficiencias administrativas y que deriva de razones históricas. En algunos casos, dicha división se muestra exclusivamente para efectos de diferenciar los mercados para dichos productos. Por otro lado, Grupo Bimbo no cuenta con ventas de exportación significativas.

La siguiente tabla muestra cierta información financiera de Grupo Bimbo por zona geográfica por los últimos tres ejercicios:

	Al 31 de diciembre de ⁽¹⁾		
	2010	2009	2008
	Ventas Netas		
México ⁽¹⁾	57,870	55,388	54,845
EE.UU.	47,875	49,850	18,049
Latinoamérica	14,207	13,606	11,346
Utilidad Después de Gastos Generales			
México ⁽¹⁾	8,013	7,499	6,854
EE.UU.	3,738	4,261	124
Latinoamérica	(340)	301	431
UAFIDA			
México ⁽¹⁾	9,628	9,166	8,504
EE.UU.	5,196	5,727	539
Latinoamérica	662	951	867
Activos Totales			
México ⁽¹⁾	36,121	36,709	36,529
EE.UU.	49,380	53,361	14,221
Latinoamérica	16,045	13,563	11,360

⁽¹⁾ Incluye las operaciones en Asia.

c) INFORME DE CRÉDITOS RELEVANTES

A continuación se detallan los créditos relevantes de la Compañía, es decir, aquellos que representan el 10% o más de su pasivo total.

A la fecha del presente Reporte Anual, el Grupo se encuentra al corriente en el pago del capital e intereses de todos sus créditos relevantes.

En los contratos de préstamo se establecen ciertas obligaciones de hacer y de no hacer para los acreditados; adicionalmente requieren que, con base en los estados financieros consolidados, se mantengan determinadas razones y proporciones financieras. Al 31 de diciembre de 2010, la Compañía ha cumplido con todas las obligaciones establecidas en los contratos de crédito.

1. Certificados Bursátiles

La Compañía emitió certificados bursátiles (pagaderos a su vencimiento) para refinanciar deuda a corto plazo contratada para la adquisición de ciertos activos en EUA, dichas emisiones se estructuran como sigue:

- Bimbo 09- Emitidos el 15 de junio de 2009 por \$5,000,000,000 (Cinco mil millones de pesos) con vencimiento en junio de 2014 con una tasa de interés aplicable a esta emisión de TIIE de 28 días más 1.55 puntos porcentuales. La presente emisión cuenta con el aval de las cuatro principales subsidiarias operativas de Grupo Bimbo.

- Bimbo 09-2- Emitidos el 15 de junio de 2009 por \$2,000,000,000 (Dos mil millones de pesos) con vencimiento en junio de 2016 con una tasa de interés del 10.60%. La presente emisión cuenta con el aval de las cuatro principales subsidiarias operativas de Grupo Bimbo.

- Bimbo 09U- Emitidos el 15 de junio de 2009 por un monto de 706,302,200 Unidades de Inversión(UDIS) con vencimiento en junio de 2016, devengando una tasa de interés fija del 6.05%. EL valor de la UDI al 31 de diciembre de 2010 es de \$4.5263 por UDI. La presente emisión cuenta con el aval de las cuatro principales subsidiarias operativas de Grupo Bimbo.

- Bimbo 02-2- Emitidos el 17 de mayo de 2002 por \$750,000,000 (Setecientos cincuenta millones de pesos) con vencimiento en mayo de 2012, con una tasa de interés fija de 10.15%;A partir del 5 de junio de 2009 esta emisión cuenta con el aval de las cuatro principales subsidiarias operativas de Grupo Bimbo.

La Compañía emitió títulos de deuda (pagaderos a su vencimiento) para el refinanciamiento de deuda existente y para fines corporativos en general.

- Bono Internacional- Emitido el 30 de junio de 2010 bajo la regla 144A y la Regla S por \$800 millones de Dólares con vencimiento el 30 de junio de 2020. Dicho financiamiento, devenga intereses a una tasa fija de 4.875% con pago de intereses semestrales. Los recursos provenientes de la presente emisión tuvieron como destino el refinanciamiento de deuda de la Compañía, ampliando así la vida promedio de la misma. Esta emisión cuenta con la garantía de las principales subsidiarias del Grupo.

2. Línea Comprometida Revolvente Multimoneda

El 20 de julio de 2005, la Compañía celebró un convenio modificatorio al contrato de línea revolvente y comprometida de fecha 21 de mayo de 2004 por un monto original de \$250 millones de dólares, con vencimiento en mayo de 2008. El importe de la línea tras haber celebrado dicho convenio es de \$600 millones de dólares, estando disponible hasta el 50% en moneda nacional., La vigencia de la línea era de 5 años, por lo que su fecha de vencimiento era julio de 2010.

Las condiciones financieras aplicables eran las siguientes: por disposiciones en dólares americanos, la Compañía debería pagar la tasa LIBOR + 0.40% hasta el tercer aniversario y LIBOR + 0.45% durante el plazo remanente, mientras que, en el caso de las disposiciones en moneda nacional, debería pagar TIIE + 0.35% hasta el tercer aniversario y TIIE + 0.40% a partir de dicho aniversario y hasta el vencimiento. Durante la vida del crédito se realizaron pagos por el total del monto dispuesto, con lo cual a su vencimiento, el crédito había sido liquidado en su totalidad.

3. Crédito bancario

El 15 de enero de 2009 la Compañía contrató un crédito bancario de largo plazo por un importe equivalente a 1,700 millones de dólares americanos, en el cual participa BBVA Bancomer S.A., Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero BBVA Bancomer como agente administrador y un sindicato bancario integrado a la fecha por quince instituciones. El crédito estaba compuesto por dos tramos, el primero con vencimiento en enero de 2012 (Tramo A) y el segundo con vencimientos semestrales desde julio de 2012 hasta enero de 2014 (Tramo B).

Durante el mes de julio de 2010, la Compañía utilizó los recursos provenientes de la emisión del Bono Internacional, para liquidar en su totalidad el Tramo A.

A la fecha, la Compañía debe pagar una sobretasa TIEE + 1% por la porción denominada en pesos mexicanos y LIBOR + 1.25% por la porción denominada en dólares americanos. Del saldo insoluto, por un monto de 869 millones de dólares americanos, el 68% se encuentra denominado en pesos mexicanos y el 32% restante se encuentra denominado en dólares americanos.

Esta línea de crédito cuenta con el aval o garantía de las principales subsidiarias de la Compañía.

La totalidad de los recursos obtenidos a través de este financiamiento, sumados a aquellos obtenidos del crédito puente multimonedado, fueron utilizados por Grupo Bimbo para liquidar parcialmente la adquisición de WFI.

4. Otros Créditos

Algunas subsidiarias del Grupo tienen contratados préstamos directos para solventar principalmente, sus necesidades de capital de trabajo; ninguno de dichos créditos representa más del 10% del total de pasivos consolidados de la Compañía.

d) COMENTARIOS Y ANÁLISIS DE LA ADMINISTRACIÓN SOBRE LOS RESULTADOS DE OPERACIÓN Y SITUACIÓN FINANCIERA DE LA EMISORA

El siguiente análisis debe leerse en forma conjunta con los Estados Financieros Auditados y con las notas que los acompañan. A menos que se especifique lo contrario, todas las cifras incluidas en este documento están expresadas en millones de pesos mexicanos y fueron preparadas de conformidad con las Normas de Información Financiera en México (NIF). En las cifras consolidadas se han considerado las eliminaciones entre las regiones.

i) Resultados de Operación

Análisis comparativo de los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2010 y 2009

Ventas Netas

En 2010, las ventas netas totalizaron \$117,163 millones, lo que representó un incremento de 0.7% con respecto a 2009. Dicho incremento fue impulsado, fundamentalmente, por el aumento en volúmenes en todas las regiones, a lo largo del año, a pesar de que la recuperación en el consumo ha sido tardía. El tipo de cambio, significativamente más bajo, y el aumento de precio en las materias primas no pudieron contrarrestar el crecimiento en volúmenes.

Ventas Netas	2010	2009	% Cambio
México	57,870	55,388	4.5
EE.UU.	47,875	49,850	(4.0)
Latinoamérica	14,207	13,606	4.4
Consolidado	117,163	116,353	0.7

En México, las ventas crecieron 4.5%, llegando a \$57,870 millones, como resultado del crecimiento de los volúmenes en las categorías de botanas, pan dulce y pan de caja, entre otras.

En Estados Unidos, a pesar de que en el año se registró un aumento en los volúmenes, las ventas netas disminuyeron 4.0%, a \$47,875, debido a precios promedio más bajos de los productos y al impacto de la conversión del tipo de cambio. En términos de dólares, las ventas se incrementaron 2.0% gracias al

crecimiento en las categorías de pan premium y los lanzamientos nacionales de Pan Bimbo y sándwich Thins, entre otros productos.

En Latinoamérica, las ventas netas registraron un incremento de 4.4%, para un total de \$14,207, como resultado del aumento en los volúmenes, lo que se debió a los lanzamientos de nuevos productos, la incorporación de nuevos clientes y a la continua expansión de la red de distribución. Destacando con un mejor desempeño Brasil, Chile y Colombia.

Margen Bruto

El margen bruto permaneció sin cambios con respecto al año anterior, situándose en 52.8%, a pesar de que los precios de las materias primas comenzaron a incrementarse a partir del segundo semestre del año anterior, la revaluación del peso fortaleció el desempeño en México durante el año, lo cual fue suficiente para contrarrestar el impacto negativo del incremento en los costos de las materias primas y disminución en los precios promedio de los productos en Estados Unidos.

Por regiones, el margen bruto en México se expandió 0.9 puntos porcentuales, a 56.0%, lo que refleja la disminución de los costos de las materias primas durante la mayor parte del año, junto con la revaluación del peso antes mencionada. Ambos factores fueron suficientes para contrarrestar el incremento en los costos en el último trimestre.

En Estados Unidos, el margen se situó en 49.5% lo que significa una disminución de 1.0 punto porcentual, el efecto combinado del incremento en los precios de las materias primas y las disminución de los precios promedio de los productos no alcanzó a ser contrarrestado por el crecimiento en los volúmenes de ventas.

En Latinoamérica, el margen bruto fue de 40.5%, 1.8 puntos porcentuales menos que en el 2009. Lo anterior se debió principalmente al incremento en los costos laborales en algunas de las operaciones de la Compañía en la región, así como a la presión de determinadas materias primas.

Gastos Generales

Los gastos generales representaron 43.1% de las ventas netas, es decir, un incremento de 0.7 puntos porcentuales en comparación con el año anterior principalmente por: i) un mayor nivel de inversión en publicidad y promoción, encaminada a alentar el consumo e impulsar los volúmenes; ii) la incorporación de nuevas rutas de distribución, principalmente en Latinoamérica; iii) un gasto extraordinario no monetario de \$346 para contingencias legales en Brasil, en línea con un enfoque más conservador de crear una reserva para el costo esperado de demandas abiertas, en comparación con la práctica previa de registrar los pagos reales desembolsados cada año; y iv) un gasto en la controladora por \$222 relacionados con adquisiciones que usualmente hubieran sido considerados como parte del costo de adquisición, pero que, conforme a un cambio en las NIF, fueron reconocidos en su totalidad a nivel controladora.

Utilidad después de Gastos Generales

Sobre una base consolidada, la utilidad después de gastos generales disminuyó 5.5% en 2010, a \$11,393 millones, con un margen de 9.7%, lo que equivale a una disminución de 0.7 puntos porcentuales en relación con 2009. Una mejor absorción de los gastos fijos en todas las regiones ayudó a contrarrestar la presión en el margen bruto por el incremento de las materias primas.

Utilidad después de Gastos Generales	2010	2009	% Cambio
México	8,013	7,499	6.9
EE.UU.	3,738	4,261	(12.3)
Latinoamérica	(340)	301	(213)
Consolidado	11,393	12,054	(5.5)

En México, la utilidad después de gastos generales totalizó \$8,013, lo que significa un incremento de 6.9% con respecto al 2009. El margen después de gastos generales aumentó 0.3 puntos porcentuales, para un total de 13.8%, debido al crecimiento de los ingresos y la mejora del margen bruto. Excluyendo el gasto extraordinario a nivel controladora relacionado con las adquisiciones, el margen después de gastos generales se hubiera incrementado 0.7 puntos porcentuales, a 14.2%.

En Estados Unidos, la utilidad después de gastos generales fue de \$3,738, una disminución de 12.3%, con una contracción en el margen de 0.7 puntos porcentuales, a 7.8%. Esto se debió a la presión en el margen bruto antes mencionada, combinada con el incremento planeado en la distribución para aumentar la penetración de las marcas de la Compañía; estos factores fueron en cierta medida contrarrestados por las eficiencias administrativas en la operación.

Finalmente, en Latinoamérica, la presión en el margen bruto, una mayor inversión en nuevas rutas y el gasto extraordinario de Brasil derivaron en una pérdida después de gastos generales de \$340 en 2010. Excluyendo el gasto extraordinario, el margen después de gastos generales hubiera sido ligeramente superior al punto de equilibrio, al situarse en 0.1%.

Otros Gastos

Este renglón descendió a \$950 millones, debido a que en el 2009 hubo un reconocimiento de pasivos totales laborales acumulados en ejercicios anteriores.

Resultado Integral de Financiamiento

En 2010, el costo integral de financiamiento fue de \$2,623, en comparación con \$2,012 en el año anterior. Esto obedeció al incremento en las tasas de interés, relacionado con vencimientos de deuda más largos para alcanzar un perfil de amortizaciones alineado con la estrategia de la Compañía y una pérdida cambiaria.

Impuestos

La tasa efectiva del impuesto sobre la renta para 2010 fue de 29.9%, menor que el 31.7% en 2009, debido al beneficio de la creación de impuestos diferidos por pérdidas en periodos previos.

Utilidad Neta Mayoritaria

En el año, la utilidad neta mayoritaria disminuyó 9.4%, a \$5,395, mientras que el margen se contrajo 50 puntos base, a 4.6%. Este resultado se explica por la presión en el margen bruto y el margen después de gastos generales, así como por el incremento en el costo integral de financiamiento.

Utilidad después de Gastos Generales más Depreciación y Amortización (UAFIDA)

La UAFIDA totalizó \$15,468, una disminución de 2.3% en relación con el 2009. El margen UAFIDA fue de 13.2%, lo que equivale a 40 puntos base menos que en 2009.

UAFIDA	2010	2009	% Cambio
México	9,628	9,166	5.0
EE.UU.	5,196	5,727	9.3
Latinoamérica	662	951	(30.4)
Consolidado	15,468	15,837	(2.3)

Estructura Financiera

Al 31 de diciembre de 2010, la posición de efectivo de la Compañía fue de \$3,325, contra \$4,981 en 2009, debido entre otras cosas al pago por la adquisición de Dulces Vero y los \$300 millones de dólares de recursos en efectivo utilizados para pagar la deuda durante el año.

La deuda total al 31 de diciembre de 2010 ascendió a \$33,210, en comparación con \$36,740 en el ejercicio anterior. Lo anterior reflejó los pagos relativos a las obligaciones de deuda a lo largo del año. La deuda a corto plazo comprendió únicamente el 5% del total y en cuanto a la mezcla cambiaria, 49% correspondió a pesos mexicanos.

El sólido perfil de deuda de la Compañía estuvo respaldado por la emisión en junio de deuda en el mercado internacional por \$800 millones de dólares con vencimiento a 10 años. La primera emisión global de la Compañía fue fuertemente suscrita por inversionistas estadounidenses y europeos, en tanto que los recursos fueron utilizados para refinanciar las obligaciones y ampliar la vida promedio de la deuda a más de cinco años.

La sólida generación de efectivo dio como resultado una disminución en la posición de deuda neta, al pasar de \$31,759 registrados en 2009 a \$29,885 en diciembre de 2010.

Análisis comparativo de los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2009 y 2008

Ventas Netas

En 2009, las ventas netas ascendieron a \$116,353 millones, lo que representó un incremento de 41.3% en relación con 2008. Dicho incremento fue impulsado, fundamentalmente, por la incorporación de BBU East en Estados Unidos y, en menor medida, por el crecimiento de doble dígito en las ventas de Latinoamérica.

En México, las ventas crecieron 1.0%, a \$55,388 millones, principalmente como resultado de los lanzamientos de nuevos productos, lo cual contrarrestó el débil entorno de consumo. Por categoría, las botanas tuvieron un desempeño sobresaliente, al igual que las ventas en los canales modernos.

En Estados Unidos, las ventas netas aumentaron 176.2% en términos de pesos, a \$49,850 millones, mientras que las ventas en dólares fueron de \$3,693 millones, es decir, 128% superiores a lo registrado en 2008. Lo anterior es atribuible a la incorporación de BBU East y al estable desempeño de los volúmenes de venta, como reflejo de los exitosos lanzamientos de nuevos productos, y a la distribución a escala nacional de marcas que originalmente sólo eran regionales.

En Latinoamérica, las ventas netas crecieron 19.9% con respecto a 2008, a \$13,606. Esto principalmente se debió al incremento en los volúmenes generados por la continua expansión de la red de distribución. En 2009 se agregaron aproximadamente 76,700 nuevos clientes, principalmente en el canal tradicional. Los resultados más sólidos se registraron en Brasil y Colombia.

Ventas Netas	2009	2008	% Cambio
México	55,388	54,845	1.0
EE.UU.	49,850	18,049	176.2
Latinoamérica	13,606	11,346	19.9
Consolidado	116,353	82,317	41.3

Margen Bruto

El margen bruto aumentó 1.7 puntos porcentuales en el año, para ubicarse en 52.8%, como resultado de una menor presión en los costos de materias primas, lo que contrasta con los precios pico alcanzados en 2008, además de un tipo de cambio más estable, así como a los programas de ahorro de costos implementados en el año, que dieron como resultado menores costos indirectos de producción.

Por región, el margen bruto en México aumentó 1.7 puntos porcentuales, a 55.1%, debido a la mejoría anteriormente mencionada en los costos de materias primas y aun tipo de cambio más estable, así como a los programas de ahorro de costos implementados en el año, que dieron como resultado menores costos indirectos de producción.

En Estados Unidos se reportó un margen de 50.6%, lo que significa una expansión de 6.5 puntos porcentuales. Lo anterior fue consecuencia de una combinación de factores: i) la incorporación de BBU East y su más eficiente estructura de costos, ii) precios de materias primas y energía más bajos en relación con el 2008, iii) mayor productividad en el área de manufactura en el oeste, incluyendo el beneficio derivado del cierre de una planta, y iv) una mejor absorción de costos fijos como resultado de mayores volúmenes.

En Latinoamérica, el margen se mantuvo en 42.2%, lo que se debió en gran medida al entorno más favorable de costos en materias primas. Lo cual fue contrarrestado por un incremento en los costos laborales en algunas de las operaciones de la Compañía en esta región.

Gastos Generales

Los gastos de operación representaron 42.4% de las ventas netas, 0.3 puntos porcentuales por debajo de lo registrado el año anterior. Este resultado fue fundamentalmente reflejo de: i) la menor absorción de gastos fijos en México, ii) gastos de distribución más altos en Latinoamérica, debido a los esfuerzos de la Compañía para aumentar la penetración del pan de caja en esa región, y iii) un cargo, que no representa salida de efectivo, por aproximadamente \$20 millones de dólares, registrado en Estados Unidos por la amortización de ciertos activos intangibles incluidos en la adquisición de BBU East.

Estos factores más que contrarrestaron el beneficio de una estructura de distribución más eficiente en México, al igual que los sobresalientes resultados en Estados Unidos como resultado de: i) la integración de BBU East y su más eficiente estructura de gastos, ii) las iniciativas en curso en BBU West, tales como la consolidación de rutas, y iii) la mayor absorción de gastos derivada del incremento en el volumen de ventas.

Utilidad después de Gastos Generales

De forma consolidada, la utilidad después de gastos generales creció 64.5%, a \$12,504 millones, lo que representó un margen récord de 10.4%. Esto equivale a una expansión de 1.5 puntos porcentuales en relación con 2008.

Utilidad después de Gastos Generales	2009	2008	% Cambio
México	7,499	6,854	9.4
EE.UU.	4,261	124	3,336.3
Latinoamérica	301	431	(30.2)
Consolidado	12,504	7,328	64.5

En México, el margen se expandió 1.0 punto porcentual con respecto al año anterior, para situarse en 13.5%. A pesar del ligero crecimiento de las ventas, la menor absorción de gastos fijos y los esfuerzos publicitarios y de promoción para impulsar el consumo.

En Estados Unidos, la utilidad después de gastos generales fue de \$4,261, en comparación con \$124 registrados en 2008, mientras que el margen pasó de 0.7% en 2008 a 8.5% en 2009. Lo anterior derivó de: i) la expansión del margen bruto antes mencionada; ii) la incorporación de BBU East; iii) los resultados de las iniciativas de productividad en BBU West, tales como la optimización de activos, rutas y gastos de administración, y iv) las mejores prácticas compartidas entre regiones.

En Latinoamérica, el margen se contrajo 1.6 puntos porcentuales con respecto al año anterior, para ubicarse en 2.2%. Esta contracción se explica principalmente por el aumento en los gastos de venta y distribución asociado con los esfuerzos para incrementar la penetración de pan empaquetado en la región, además de costos laborales más altos. Es importante mencionar que, si bien el desempeño operativo en varios países generó resultados positivos durante el año, principalmente en Brasil, tal mejoría fue contrarrestada por el considerable deterioro de los resultados de la operación de Venezuela.

Resultado Integral de Financiamiento

El costo integral de financiamiento ascendió a \$2,012 millones, esto es, \$1,473 más que en 2008. Este incremento es fundamentalmente el resultado de el incremento en el pago de intereses relacionado con la nueva deuda contratada en enero de 2009 para financiar la adquisición de BBU East.

Utilidad Neta Mayoritaria

La utilidad neta mayoritaria fue de \$5,956, 37.9% superior al 2008. El margen neto se ubicó en 5.1%, un nivel similar al registrado en 2008. Lo anterior se explica por los factores antes mencionados: i) incremento en el renglón de otros gastos, ii) aumento en el costo integral de financiamiento, y iii) impacto fiscal neto derivado de la decisión de la Compañía de proceder con una desconsolidación fiscal en México. Dichos factores más que contrarrestaron la expansión en el margen después de gastos generales en el año.

Utilidad después de Gastos Generales más Depreciación y Amortización (UAFIDA)

Consistente con el desempeño a nivel operativo, la UAFIDA totalizó \$15,837, es decir, 61.1% superior a 2008, en tanto que el margen fue de 13.6%, es decir, 1.7 puntos porcentuales mayor que en 2008. La diferencia entre la expansión del margen UAFIDA y la expansión del margen después de gastos generales se explica por el cargo de amortización en Estados Unidos, el cual fue reincorporado a la UAFIDA.

UAFIDA	2009	2008	% Cambio
México	9,166	8,504	7.8
EE.UU.	5,727	539	962.5
Latinoamérica	951	867	9.7
Consolidado	15,837	9,829	61.1

Estructura Financiera

Al cierre de 2009, la posición de efectivo de la Compañía fue de \$4,981, en comparación con \$7,339 en 2008. La disminución se debió, fundamentalmente, al prepago de \$300 millones de dólares correspondientes a la línea revolvente con vencimiento en julio de 2010, lo que refleja la sólida generación de efectivo de la operación de Estados Unidos, así como la continua fortaleza del flujo en la operación mexicana.

Como resultado del financiamiento de la Compañía en el mercado local de bonos en junio de 2009, en combinación con la sólida generación de efectivo, la deuda neta al final del año sumó \$36,740 millones, con un vencimiento promedio de 3.2 años; la deuda corto plazo comprendió solamente el 13% del total, de manera que el 87% restante correspondió al largo plazo. La mezcla de monedas se ubicó 62% en pesos mexicanos y 38% en dólares estadounidenses.

En 2009, la deuda neta fue de \$31,759, contra \$3,793 registrados en el 2008. Este incremento obedece a la deuda contratada para financiar la adquisición de BBU East en Estados Unidos en enero de 2009, con lo cual el balance general de la compañía se modificó estructuralmente.

La decisión de Grupo Bimbo de proceder a la desconsolidación fiscal en México, anunciada el 8 de enero de 2010, no tuvo efectos materiales en su posición financiera.

ii) Situación Financiera, Liquidez y Recursos de Capital

a. Fuentes Internas y Externas de Liquidez

BIMBO dispone de fuentes internas y externas de capital tradicionales, a las cuales ha acudido en el pasado. La liquidez con la que regularmente cuenta la Compañía está fundamentada en su propia operación e, históricamente, ha contado con niveles suficientes de capital propio. Por otro lado, las fuentes externas a las cuales el Grupo ha recurrido con anterioridad son el mercado bancario y los mercados locales de capitales y deuda.

Asimismo, BIMBO cuenta con diversas líneas de crédito otorgadas por varias instituciones financieras que, en la mayoría de los casos, no han sido utilizadas. Sin embargo, la Compañía no puede garantizar que en el futuro cuente con las mismas fuentes de capital antes mencionadas. Cabe destacar que BIMBO no ha presentado en el pasado necesidades de crédito de manera estacional.

b. Nivel de Endeudamiento

La tabla contenida en Información Financiera Seleccionada contiene información sobre la deuda de la Compañía al final de los últimos tres ejercicios. Ver "Información Seleccionada". No hay estacionalidad en los requerimientos de Créditos de la Compañía.

Pasivos Relevantes

Certificados Bursátiles

Durante 2009, la Compañía emitió certificados bursátiles (pagaderos a su vencimiento) para refinanciar deuda a corto plazo contratada a principios de 2009 para la adquisición de BFI, dichas emisiones se sumaron a aquellas emitidas durante 2002. ver "Información Financiera - Informe de Créditos Relevantes".]

Nueva Línea Comprometida Revolvente (Multimoneda)

El 26 de abril de 2010, la Compañía contrató, una nueva línea comprometida multimoneda por un importe de hasta 750 millones de dólares americanos. La fecha de vencimiento de esta línea es el 31 de julio de 2012 ver "Información Financiera - Informe de Créditos Relevantes".

Nueva Línea Comprometida Revolvente (Pesos mexicanos)

El 24 de octubre de 2010, la Compañía contrató con Banco Inbursa, una nueva línea comprometida en pesos mexicanos por un importe de hasta 5,200 millones con vencimiento en abril de 2012 ver “Información Financiera - Informe de Créditos Relevantes”.

Crédito Bancario

El 15 de enero de 2009 la Compañía contrató un crédito bancario de largo plazo por un importe equivalente a 1,700 millones de dólares americanos. El crédito estaba compuesto por dos tramos, el primero con vencimiento en enero de 2012 (Tramo A) y el segundo con vencimientos semestrales desde julio de 2012 hasta enero de 2014 (Tramo B).

Durante el mes de julio de 2010, la Compañía utilizó los recursos provenientes de la emisión del Bono Internacional, para liquidar en su totalidad el Tramo A.

Del saldo insoluto, por un monto de 869 millones de dólares americanos, el 68% se encuentra denominado en pesos mexicanos y el 32% restante se encuentra denominado en dólares americanos.

Otros Créditos

Algunas subsidiarias del Grupo tienen contratados préstamos directos para solventar, principalmente, sus necesidades de capital de trabajo.

Liquidez

La liquidez representa la capacidad del Grupo para generar suficiente flujo de efectivo proveniente de sus operaciones para cumplir con sus obligaciones, así como para obtener financiamientos adecuados. Por lo tanto, la liquidez no puede ser considerada en forma separada de recursos de capital que consisten principalmente en fondos líquidos y potencialmente disponibles para el cumplimiento de sus objetivos.

Actualmente, las principales necesidades de liquidez del Grupo son para cubrir capital de trabajo, pagar deuda, realizar inversiones de capital y pagar dividendos. Con el fin de cumplir con sus requerimientos de capital y liquidez, el Grupo se basa principalmente en su propio capital, incluyendo efectivo generado por sus operaciones, así como en sus líneas de crédito comprometidas. El Grupo considera que el efectivo de sus operaciones, sus líneas de créditos actuales y sus financiamientos de largo plazo le dan la liquidez suficiente para satisfacer sus necesidades de capital de trabajo, inversiones de capital, así como sus pagos de deuda y de dividendos futuros.

Al 31 de diciembre la Compañía cuenta con una línea revolvente multimoneda de 750 millones de dólares con vencimiento al 30 de julio de 2013 y otra línea por 5,200 millones de pesos con vencimiento al 27 de abril de 2012.

Compromisos

Al 31 de diciembre de 2010, la Compañía, junto con algunas de sus subsidiarias, ha garantizado a través de cartas de crédito ciertas obligaciones comerciales ordinarias, así como algunos riesgos contingentes asociados a obligaciones laborales de algunas de sus subsidiarias. El valor de dichas cartas de crédito, asciende a 98.2 millones de dólares, de las cuales ya se tiene un pasivo registrado por previsión social en EE.UU. que asciende a 113 millones de dólares (ver la Nota 19 de los Estados Financieros Auditados).

Asimismo, la Compañía ha garantizado algunas obligaciones contingentes de asociadas por un monto de 1.2 millones de dólares al 31 de diciembre de 2010. De la misma manera, existían a la fecha garantías o avales otorgados por la Compañía para garantizar obligaciones de terceros derivadas de la venta de activos en años anteriores por un monto de 14 millones de dólares (ver la Nota 19 de los Estados Financieros Auditados).

c. Políticas de Tesorería

La Compañía mantiene políticas de tesorería congruentes con sus compromisos financieros y las necesidades de sus operaciones, y mantiene sus recursos financieros invertidos en instrumentos con alta liquidez, no especulativos y de bajo riesgo. Se mantienen en tesorería diversas divisas, principalmente las de aquellas en las que el Grupo tiene operaciones.

d. Inversiones relevantes en capital comprometidas

A la fecha del presente Reporte Anual, la Compañía no tenía inversiones relevantes en capital comprometidas.

e. Cambios en las Cuentas del Balance

A continuación se muestra información respecto del flujo de efectivo generado por las operaciones, inversiones y financiamientos de la Compañía durante 2010, 2009 y 2008. La tabla contenida en la sección "Información Financiera Seleccionada" incluye ciertas razones financieras que muestran los cambios en la situación financiera de la Compañía durante esos mismos años.

Flujos de Efectivo por Operaciones

Por el ejercicio terminado el 31 de diciembre del 2010 y 2009

Para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2010, el flujo neto de efectivo de las operaciones disminuyó en \$2,074 Pesos para quedar en \$11,375 Pesos en comparación con \$13,449 Pesos en el 2009, principalmente como resultado de la caída en la utilidad operativa de Estados Unidos.

Por el ejercicio terminado el 31 de diciembre del 2009 y 2008

Para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2009, el flujo neto de efectivo de las operaciones incrementó en \$5,062 millones de Pesos para quedar en \$13,912 millones de Pesos en comparación con \$8,850 millones de Pesos en el 2008, principalmente como resultado de la recuperación en nuestras operaciones en Estados Unidos.

Flujos de Efectivo Neto por Inversiones

Por el ejercicio terminado el 31 de diciembre del 2010 y 2009

Para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2010, el efectivo neto utilizado en actividades de inversión disminuyó en \$32,424 Pesos para quedar en \$5,974 Pesos en comparación con \$38,398 Pesos en el 2009, principalmente como resultado de la menor aplicación de recursos a adquisición de negocios, en comparación con el año pasado cuando Grupo Bimbo adquirió WFI.

Por el ejercicio terminado el 31 de diciembre del 2009 y 2008

Para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2009, el efectivo neto utilizado en actividades de inversión incrementó en \$31,238 millones de Pesos para quedar en \$38,398 millones de Pesos en comparación con \$7,160 millones de Pesos en el 2008, principalmente como resultado de los recursos utilizados para adquisición de WFI durante el 2009.

Flujos de Efectivo Neto por Actividades de Financiamiento

Por el ejercicio terminado el 31 de diciembre del 2010 y 2009

Para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2010, el efectivo neto por actividades de financiamiento disminuyó en \$(29,589) Pesos para quedar en \$(6,983) Pesos en comparación con \$22,606 Pesos en el 2009, principalmente como resultado de menores ingresos obtenidos por medio de préstamos comparado con el año pasado.

Durante el 2010, se pagó un dividendo de \$0.50 Pesos por acción sumando \$588 millones de Pesos.

Por el ejercicio terminado el 31 de diciembre del 2009 y 2008

Para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2009, el efectivo neto por actividades de financiamiento incrementó en \$20,409 millones de Pesos para quedar en \$22,143 millones de Pesos en comparación con \$1,734 millones de Pesos en el 2008, principalmente como resultado del efectivo obtenido de conformidad con las líneas de crédito para financiar la adquisición de WFI.

Durante el 2009, se pagó un dividendo de \$0.46 Pesos por acción sumando \$541 millones de Pesos.

f. Operaciones no registradas.

Al 31 de diciembre de 2010, la Compañía no había celebrado ninguna operación relevante que no estuviera registrada en los Estados Financieros Auditados.

iii) Control Interno

La Compañía cuenta con un Comité de Auditoría que desempeña las actividades en materia de auditoría que establece la LMV, así como aquellas actividades en materia de prácticas societarias que establece la misma ley y que determine el Consejo de Administración. El Comité de Auditoría está conformado por, al menos, tres consejeros independientes designados por el Consejo de Administración o la Asamblea de Accionistas. El presidente de este comité es designado por la Asamblea General de Accionistas.

Asimismo, la Compañía cuenta con un Comité de Prácticas Societarias que desempeña las actividades en materia de prácticas societarias que establece la LMV, salvo por las actividades en dicho sentido que el Consejo de Administración le otorgue al Comité de Auditoría o a otros Comités que cumplan con los requisitos y obligaciones que disponga la LMV. El Comité de Prácticas Societarias está conformado por, al menos, tres consejeros independientes designados por el Consejo de Administración o la Asamblea de Accionistas. El presidente de este comité es designado por la Asamblea General de Accionistas.

e) ESTIMACIONES, PROVISIONES O RESERVAS CONTABLES CRÍTICAS

Los Estados Financieros Auditados que se acompañan a este Reporte Anual cumplen con las NIF. Su preparación requiere que la administración de la Compañía efectúe ciertas estimaciones y utilice determinados supuestos para valorar algunas de las partidas de los estados financieros y para efectuar las revelaciones que se requieren en los mismos. Sin embargo, los resultados reales pueden diferir de dichas estimaciones. La administración de la Compañía, aplicando el juicio profesional, considera que las estimaciones y supuestos utilizados fueron los adecuados en las circunstancias en las que se emitieron.

Las notas a los Estados Financieros Auditados que se acompañan al presente Reporte Anual contienen una descripción de las políticas contables más significativas de la Compañía, entre las que se encuentran:

- 1. Efectivo y equivalentes de efectivo** - Consisten principalmente en depósitos bancarios en cuentas de cheques e inversiones en valores a corto plazo, de gran liquidez, fácilmente convertibles en efectivo, con vencimiento hasta de tres meses a partir de su fecha de adquisición y sujetos a riesgos poco significativos de cambios en valor. El efectivo se presenta a valor nominal y los equivalentes de efectivo están representados principalmente por inversiones en instrumentos de deuda gubernamental con vencimiento diario.
- 2. Inventarios y costo de ventas** - Los inventarios de las entidades que operan en entornos económicos no inflacionarios, se valúan al menor de su costo o valor de realización. En aquellas subsidiarias que operan en entornos económicos inflacionarios, los inventarios se valoraron a costos promedio, que fueron similares a su valor de reposición sin exceder su valor de realización, y el costo de ventas al último costo de producción real, que fue similar al costo de reposición al momento de su venta.

3. **Inmuebles, maquinaria y equipo** - Se registran al costo de adquisición en las entidades bajo entornos económicos no inflacionarios. Los saldos que provienen de adquisiciones realizadas hasta el 31 de diciembre de 2007 en todas las operaciones, y actualmente de los que provienen de las subsidiarias que operan en entornos económicos inflacionarios, se actualizaron aplicando factores derivados de los índices de inflación de cada país hasta esa fecha. La depreciación se calcula conforme al método de línea recta con base en las vidas útiles de los siguientes activos:

Edificios	5
Equipo de fabricación	8, 10 y 35
Vehículos	10 y 25
Equipo de oficina	10
Equipo de cómputo	30

4. **Inversión en acciones de asociadas y otras inversiones permanentes** - Las inversiones permanentes en las entidades en las que se tiene influencia significativa, se reconocen inicialmente con base en el valor razonable neto de los activos y pasivos identificables de la entidad a la fecha de la adquisición. Dicho valor es ajustado con posterioridad al reconocimiento inicial por la porción correspondiente tanto de las utilidades o pérdidas integrales de la asociada como de la distribución de utilidades o reembolsos de capital de la misma. Cuando el valor razonable de la contraprestación pagada es mayor que el valor de la inversión en la asociada, la diferencia corresponde al crédito mercantil, el cual se presenta como parte de la misma inversión. Cuando el valor razonable de la contraprestación pagada es menor que el valor de la inversión, éste último se ajusta al valor razonable de la contraprestación pagada. En caso de presentarse indicios de deterioro las inversiones en asociadas se someten a pruebas de deterioro.

Aquellas inversiones permanentes efectuadas por la Compañía en entidades en las que no tiene el control conjunto, ni influencia significativa inicialmente se registran al costo de adquisición y los dividendos recibidos se reconocen en los resultados del periodo salvo que provengan de utilidades de periodos anteriores a la adquisición, en cuyo caso se disminuyen de la inversión permanente.

5. **Deterioro de activos de larga duración en uso** - La Compañía revisa el valor en libros de los activos de larga duración en uso, ante la presencia de algún indicio de deterioro que pudiera indicar que el valor en libros pudiera no ser recuperable, considerando el mayor del valor presente de los flujos netos de efectivo futuros o el precio neto de venta en el caso de su eventual disposición. El deterioro se registra si el valor en libros excede al mayor de los valores antes mencionados. Los indicios de deterioro que se consideran para estos efectos son, entre otros, las pérdidas de operación o flujos de efectivo negativos en el periodo si es que están combinados con un historial o proyección de pérdidas, depreciaciones y amortizaciones cargadas a resultados que en términos porcentuales, en relación con los ingresos, sean substancialmente superiores a las de ejercicios anteriores, efectos de obsolescencia, reducción en la demanda de los productos que se fabrican, competencia y otros factores económicos y legales. Durante 2009 se reconoció un deterioro de la operación de República Checa por \$56. Esta operación fue vendida en enero de 2010 y el monto de la desinversión no es representativo para Grupo Bimbo. En 2010 se reconoció deterioro de ciertas marcas por \$19.
6. **Política de administración de riesgos financieros** - La Compañía, dentro del marco de sus operaciones cotidianas, se encuentra expuesta a riesgos intrínsecos a distintas variables de tipo financiero, así como a variaciones en el precio de algunos insumos que cotizan en mercados formales internacionales. En virtud de lo anterior, la Compañía utiliza instrumentos financieros derivados para mitigar el posible impacto de fluctuaciones en dichas variables y precios sobre sus resultados. La Compañía considera que dichos instrumentos otorgan flexibilidad que permite una mayor estabilidad de ingresos y una mejor visibilidad y certidumbre con relación a los costos y gastos que se habrán de solventar en el futuro.

El diseño e implementación de la estrategia de contratación de instrumentos financieros derivados recae formalmente en dos órganos: 1) El Comité de Riesgos Financieros, responsable

de la administración de riesgo de tasas de interés y tipo de cambio y, 2) El Subcomité de Riesgo de Mercado de Materias Primas, encargado de administrar el riesgo de materias primas. Ambos órganos reportan de manera continua sus actividades al Comité Corporativo de Riesgos de Negocio, quien se encarga de dictar los lineamientos generales de la estrategia de administración de riesgos de la Compañía, así como de establecer límites y restricciones a las operaciones que estos pueden realizar. El Comité Corporativo de Riesgos de Negocio, a su vez, reporta las posiciones de riesgo de la Compañía al Comité de Auditoría y al Comité Directivo.

La política de la Compañía sobre la contratación de instrumentos financieros derivados, es que sus objetivos sean exclusivamente de cobertura. Esto es, la eventual contratación de un instrumento financiero derivado debe de estar necesariamente asociado a una posición primaria que represente algún riesgo. Consecuentemente, los montos nominales de uno o todos los instrumentos financieros derivados contratados para la cobertura de cierto riesgo serán consistentes con las cantidades de las posiciones primarias que representan una posición de riesgo.

La Compañía no realiza operaciones en las que el beneficio pretendido o fin perseguido sean los ingresos por primas. Si la Compañía decide llevar a cabo una estrategia de cobertura en donde se combinen opciones, el pago neto de las primas asociadas deberá representar un egreso para la Compañía.

- 7. Instrumentos financieros derivados** - La Compañía valúa todos los derivados en el balance general a valor razonable, independientemente del propósito de su tenencia. El valor razonable se determina con base en precios de mercados reconocidos y cuando los instrumentos no cotizan en un mercado, se determina con base en técnicas de valuación aceptadas en el ámbito financiero.

Los derivados designados como cobertura reconocen los cambios en valuación de acuerdo al tipo de cobertura de que se trate: (1) cuando son de cobertura de valor razonable, las fluctuaciones tanto del derivado como de la partida cubierta se valúan a valor razonable y se reconocen en resultados; (2) cuando son de cobertura de flujo de efectivo, la porción efectiva se reconoce temporalmente en la utilidad integral y se aplica a resultados cuando la partida cubierta los afecta; la porción inefectiva se reconoce de inmediato en resultados; (3) cuando la cobertura es de una inversión en una subsidiaria extranjera, la porción efectiva se reconoce en la utilidad integral como parte del ajuste acumulado por conversión; la porción no efectiva de la ganancia o pérdida del instrumento de cobertura se reconoce en los resultados del periodo, si es un instrumento financiero derivado y, si no lo es, se reconoce en la utilidad integral hasta que se enajene o transfiera la inversión.

La Compañía principalmente utiliza swaps de tasa de interés para administrar su exposición a las fluctuaciones de tasas de interés y de moneda extranjera de sus financiamientos; así como futuros y opciones para fijar el precio de compra de materias primas o insumos utilizados en la producción. Los derivados son contratados con la finalidad de cubrir riesgos y cumplen con todos los requisitos de cobertura, por lo que se documenta su designación al inicio de la operación de cobertura, describiendo el objetivo, estrategia, características, reconocimiento contable y como se llevará a cabo la medición de la efectividad, aplicables a esa operación. La negociación con instrumentos derivados se realiza sólo con instituciones de reconocida solvencia y se han establecido límites para cada institución.

Los instrumentos financieros derivados de cobertura se registran como un activo o pasivo sin compensarlos con la partida cubierta.

- 8. Crédito mercantil** - Se reconoce al costo de adquisición, en la moneda local de origen y se actualizó hasta el 31 de diciembre de 2007 aplicando el índice de inflación de cada país. En las subsidiarias que operan en entornos económicos inflacionarios se continúa actualizando aplicando el índice de inflación correspondiente. El crédito mercantil no se amortiza pero se sujeta, cuando menos anualmente, a pruebas de deterioro.
- 9. Activos intangibles** - Se integra principalmente por marcas, derechos de uso y relaciones con clientes. Se reconocen al costo de adquisición en la moneda de origen y se actualizaron hasta el 31 de diciembre de 2007 aplicando el índice de inflación de cada país. En las subsidiarias que

operan en entornos económicos inflacionarios se continúa actualizando aplicando el índice de inflación correspondiente. Este rubro se integra principalmente por la adquisición de los negocios en EUA y algunas marcas en Sudamérica. Las marcas y derechos de uso no se amortizan pero se sujetan cuando menos anualmente, a pruebas de deterioro. Al 31 de diciembre de 2010 la Compañía reconoció un deterioro en ciertas marcas por \$19. Las relaciones con clientes tienen una vida útil estimada de 18 años y su método de amortización es en línea recta con base en su vida útil. Al 31 de diciembre de 2010 y 2009 la amortización del año registrada por los activos intangibles con vida definida fue de \$258 y \$257, respectivamente.

10. **Provisiones** - Se reconocen cuando se tienen una obligación presente como resultado de un evento del pasado, que probablemente resulte en la salida de recursos económicos y que pueda ser estimada razonablemente.
11. **Beneficios directos a los empleados** - Se valúan en proporción a los servicios prestados, considerando los sueldos actuales y se reconoce el pasivo conforme se devengan. Incluye principalmente participación de los trabajadores en las utilidades ("PTU") por pagar, ausencias compensadas, como vacaciones y prima vacacional, e incentivos y se incluyen en el rubro de Otras cuentas por pagar y pasivos acumulados.
12. **Beneficios a los empleados por terminación, al retiro y previsión social** - El pasivo por primas de antigüedad, pensiones e indemnizaciones por terminación de la relación laboral se registra conforme se devenga, el cual se calcula por actuarios independientes con base en el método de crédito unitario proyectado utilizando tasas de interés nominales.

El pasivo de previsión social cubre gastos médicos que los empleados elegibles en EUA incurran con posterioridad a su retiro. Dicho pasivo se registra con base en la información histórica de la Compañía conforme a cálculos actuariales.
13. **Participación de los trabajadores en las utilidades** - La PTU se registra en los resultados del año en que se causa y se presenta en el rubro de otros gastos en los estados de resultados adjuntos. La PTU diferida que se genera en las subsidiarias en México, se determina por las diferencias temporales que resultan de la comparación de los valores contables y fiscales de los activos y pasivos.
14. **Impuestos a la utilidad** - El impuesto sobre la renta ("ISR") en cada país y el impuesto empresarial de tasa única ("IETU") en México si es mayor al ISR, se registran en los resultados del año en que se causan. Para reconocer el impuesto diferido de las operaciones en México, se determina si, con base en proyecciones financieras, la Compañía causará ISR o IETU y reconoce el impuesto diferido que corresponda al impuesto que esencialmente pagará. El impuesto diferido se reconoce aplicando la tasa correspondiente a las diferencias temporales que resultan de la comparación de los valores contables y fiscales de los activos y pasivos, y en su caso, se incluyen los beneficios de las pérdidas fiscales por amortizar y de algunos créditos fiscales. El impuesto diferido activo se registra sólo cuando existe alta probabilidad de que pueda recuperarse.
15. **Impuesto al activo** - El impuesto al activo ("IMPAC") que se causaba en México hasta 2007 que se espera recuperar, se registra como un crédito fiscal y se presenta en el balance general en el rubro de impuestos diferidos.
16. **Transacciones en moneda extranjera** - Las transacciones en moneda extranjera se registran al tipo de cambio vigente a la fecha de su celebración. Los activos y pasivos monetarios en moneda extranjera se valúan en moneda nacional al tipo de cambio vigente a la fecha de los estados financieros. Las fluctuaciones cambiarias se registran en los resultados, salvo las transacciones que han sido designadas como de cobertura por una inversión en el extranjero.
17. **Reconocimiento de ingresos** - Los ingresos por ventas se reconocen en el momento en el que se transfieren los riesgos y beneficios de los productos a los clientes que los adquieren, lo cual generalmente ocurre cuando se entregan al cliente y éste asume responsabilidad sobre los mismos. La Compañía descuenta de las ventas los gastos de mercantilización tales como promociones de productos.
18. **Utilidad por acción** - La utilidad básica por acción ordinaria se calcula dividiendo la utilidad neta

mayoritaria entre el promedio ponderado de acciones en circulación durante el ejercicio.

Ver Estados Financieros Auditados y sus notas, los cuales se acompañan al presente Reporte Anual.

4) ADMINISTRACIÓN

a) AUDITORES EXTERNOS

La selección del auditor externo está a cargo del Comité de Auditoría, quien recomienda al Consejo de Administración su contratación. El Consejo de Administración es el órgano que aprueba la contratación de la persona moral que proporcione los servicios de auditoría externa y, en su caso, de servicios adicionales o complementarios a los de auditoría externa.

El Comité de Auditoría lleva a cabo una licitación de los servicios de auditoría externa cada 5 años, sin perjuicio de considerar la posibilidad de hacerlo con una periodicidad menor. El Comité selecciona de entre las firmas que por sus antecedentes, reputación, socios, cobertura internacional, metodología y tecnología, la que cubre de la mejor manera las expectativas y necesidades, tanto del Consejo de Administración, del propio Comité, así como la de la Administración de la Sociedad.

En algunos casos, dados los resultados en la evaluación de los servicios de la firma seleccionada, el Comité de Auditoría puede considerar suficiente cambiar al socio de la firma en cuestión, para lo cual solicita una terna y escoge el que tendrá a su cargo la auditoría de los estados financieros de la Sociedad, caso en el que no se llevaría a cabo el proceso de licitación correspondiente.

A partir de 2002, el despacho GYRU, firma miembro de Deloitte Touche Tohmatsu, ha sido el encargado de auditar los Estados Financieros Consolidados de la Compañía. Hasta 2007, soportaba su opinión, mediante el dictamen de otros auditores independientes. Asimismo, a partir de 2008, GYRU realiza la auditoría de los Estados Financieros sin basarse en las opiniones de otras firmas.

En las diferentes revisiones y dictámenes que en forma periódica ha realizado de los Estados Financieros del Grupo, dicho despacho de auditores no ha emitido ninguna opinión con salvedad o una opinión negativa, ni se ha abstenido de emitir opinión acerca de los mismos.

Durante 2008, el despacho GYRU prestó a la Compañía servicios distintos a los de auditoría, consistentes en estudios de precios de transferencia, elaboración de declaratorias para la devolución del IVA y asesoría fiscal. Por la prestación de dichos servicios, la Compañía pagó a GYRU \$16, cantidad que representó 57% del total de las erogaciones realizadas a dicho despacho en México.

b) OPERACIONES CON PERSONAS RELACIONADAS Y CONFLICTOS DE INTERÉS

En el curso normal de sus actividades, BIMBO realiza operaciones de tipo comercial con algunas empresas asociadas o afiliadas. BIMBO contempla seguir realizando operaciones con sus asociadas y afiliadas en el futuro. Las operaciones con empresas relacionadas se llevan a cabo en términos de mercado, por lo que el Grupo considera que los términos no son menos favorables que los que podrían obtenerse en una operación comparable con una empresa no relacionada (ver Nota 16 de los Estados Financieros Auditados).

- a. Las operaciones con partes relacionadas efectuadas en el curso normal de las operaciones del Grupo fueron las siguientes:

	2010	2009	2008
Ingresos por:			
Intereses cobrados	\$77	\$76	--

	2010	2009	2008
Egresos por:			
Compras de materias primas	\$4,705	\$4,403	\$5,158
Productos terminados	\$1,099	\$575	\$769
Papelería, uniformes y otros	\$467	\$312	\$473

b. Los saldos netos por pagar a partes relacionadas son:

	2010	2009	2008
Beta San Miguel, S.A. de C.V.	295	89	74
Eform, S.A. de C.V.	27	18	23
Frexport, S.A. de C.V.	80	14	41
Grupo Altex, S.A. de C.V.	159	29	229
Industrial Molinera Montserrat, S.A. de C.V.:	20	14	32
Industrial Molinera San Vicente de Paul S.A. de C.V.	-	-	19
Makymat, S.A. de C.V.	6	5	8
Ovoplus del Centro, S.A. de C.V.	48	13	30
Pan-Glo de México, S. De R.L. de C.V.	4	1	4
Paniplus, S.A. de C.V.	24	21	27
Proarce, S.A. de C.V.	35	22	36
Fábrica de Galletas La Moderna, S.A. de C.V.	21	4	11
Mundo Dulce, S.A. de C.V.	64	5	39
Uniformes y Equipo Industrial, S.A. de C.V.	19	3	11
Suma	\$ 802	\$ 238	\$ 584

En relación con las operaciones con partes relacionadas, los principales proveedores de la Compañía son:

- Grupo Altex y ciertas de sus subsidiarias, en relación con la harina de trigo y materias primas relacionadas;
- Proarce, S.A. de C.V., en relación con charolas y bandejas utilizadas en los procesos de producción de la Compañía; y
- Ovoplus del Centro, S.A. de C.V., como proveedor principal de huevos.

El 28 de mayo de 2010, Bimbo Foods recompró los derechos de distribución exclusivos en Florida, Georgia y Alabama en relación con los productos que se venden bajo las marcas Bimbo, Marinela y Tía Rosa. Bimbo Foods, quien previamente había otorgado los derechos de distribución exclusivos a BMB Foods para dichas marcas de conformidad con un convenio de distribución, ejerció sus derechos bajo dicho convenio de distribución. El precio de compra que pago Bimbo Foods fue de aproximadamente \$34 millones de Dólares. Asimismo, como parte de las operaciones, una afiliada de Bimbo Foods, Orograin Bakeries Sales, Inc., asumió dos arrendamientos de BMB Foods, uno en Dorazille, Georgia y otro en Lakeland, Florida. El convenio de distribución celebrado entre BMB Foods y Bimbo Foods se dió por terminado en la fecha de cierre. Lorenzo Servtije Montull, hermano del Director General de la Compañía, es titular de aproximadamente el 10% de las acciones en circulación de BMB Foods.

c) ADMINISTRADORES Y ACCIONISTAS

Consejo de Administración

De acuerdo con 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. El Consejo de Administración 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. Por cada consejero propietario podrá designarse a su respectivo suplente, en el entendido de que los Consejeros

suplentes de los Consejeros independientes deberán tener este mismo carácter. Los miembros del Consejo de Administración pueden ser accionistas o personas ajenas a la Sociedad.

Se entenderá por Consejeros independientes aquellas personas que no estén impedidas para desempeñar sus funciones libres de conflictos de interés y que cumplan con los requisitos de la LMV para ser considerados como tales, las disposiciones emanadas de la misma, y en las leyes y normas de jurisdicciones y bolsas de valores o mercados en las que llegaren a cotizar los valores de la Sociedad, en su caso.

El Consejo de Administración nombrado y ratificado durante la Asamblea General Ordinaria de Accionistas celebrada el 15 de abril de 2011, está integrado por dieciocho (18) consejeros propietarios, quienes durarán en su puesto hasta que las personas designadas para sustituirlos tomen posesión de sus cargos. La siguiente tabla muestra los nombres de los miembros del Consejo de Administración y el período durante el cual se han desempeñado como consejeros:

Consejeros Propietarios	Antigüedad en el Consejo	Cargo
Roberto Servitje Sendra	35	Consejero / Presidente
Henry Davis Signoret	11	Consejero
José Antonio Fernández Carbajal	11	Consejero
Arturo Fernández Pérez	3	Consejero
Ricardo Guajardo Touché	7	Consejero
Agustín Irurita Pérez	6	Consejero
Luis Jorba Servitje	3	Consejero
Mauricio Jorba Servitje	16	Consejero
Fernando Lerdo de Tejada Luna	-	Consejero
Nicolás Mariscal Servitje	1	
José Ignacio Mariscal Torroella	23	Consejero
María Isabel Mata Torrallardona	4	Consejero
Raúl Obregón del Corral	15	Consejero
Javier de Pedro Espínola	-	Consejero
Ignacio Pérez Lizaur	-	Consejero
Alexis E. Rovzar de la Torre	10	Consejero
Lorenzo Sendra Mata	31	Consejero
Daniel Servitje Montull	18	Consejero / Presidente Suplente
Luis Miguel Briola Clement ⁽¹⁾	5	Secretario

⁽¹⁾ Secretario propietario y Secretario suplente de BIMBO y no forman parte del Consejo de Administración.

Daniel Servitje Montull es sobrino de Don Roberto Servitje Sendra y primo hermano de Luis y Mauricio Jorba Servitje. Estos últimos son hijos de Don Jaime Jorba Sendra (QEPD). Lorenzo Sendra Mata es primo hermano de Don Roberto Servitje Sendra.

A continuación se señalan las empresas donde los Consejeros se encuentran laborando como ejecutivos principales o como miembros de consejos de administración:

Roberto Servitje Sendra es miembro del Consejo de Administración de Chrysler de México, Fomento Económico Mexicano (FEMSA), Grupo Altex, Escuela Bancaria y Comercial, Memorial Hermann International Advisory Board (Houston, Texas) y Grupo Aeroportuario del Sureste.

Henry Davis Signoret es Presidente de Promotora DAC. Es miembro del Consejo de Administración de Grupo Financiero IXE, Grupo Aeroportuario del Pacífico, Kansas City Southern y Telefónica Móviles México.

José Antonio Fernández Carbajal es Presidente del Consejo de Administración y Director General de Fomento Económico Mexicano (FEMSA), Presidente del Consejo de Coca-Cola FEMSA, Vicepresidente del Consejo del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) y Co-Presidente del Consejo de Woodrow Wilson Center Mexico Institute. Es miembro del Consejo de Administración de Grupo Financiero BBVA Bancomer, Industrias Peñoles, Grupo Televisa, Volaris y Xignux.

Arturo Manuel Fernández Pérez es Rector del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) y miembro del Consejo de Administración de Crédito Afianzador; Fomento Económico Mexicano (FEMSA); Fresnillo, Grupo Financiero BBVA Bancomer; Grupo Nacional Provincial; Grupo Palacio de Hierro; Industrias Peñoles; y Valores Mexicanos, Casa de Bolsa.

Ricardo Guajardo Touché es miembro del Consejo de Administración del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Fomento Económico Mexicano (FEMSA), Coca-Cola FEMSA, Grupo Financiero BBVA Bancomer, Grupo Industrial Alfa, El Puerto de Liverpool, Grupo Aeroportuario del Sureste (ASUR), Grupo Coppel y Nacional Monte de Piedad. Es Presidente de BBVA Holding U.S.A., SOLFI y del Fondo para la Paz.

Agustín Irurita Pérez es Consejero de Grupo ADO. Es consejero vitalicio de la Cámara Nacional de Autotransporte de Pasaje y Turismo, así como miembro del Consejo de Administración de Afianzadora Aserta, Fincomún Servicios Financieros Comunitarios, Grupo Comercial Chedraui y consejero nacional y miembro de la Comisión Ejecutiva de la Confederación Patronal de la República Mexicana.

Luis Jorba Servitje es Director General de Frialsa Frigoríficos, Presidente del Consejo de Administración de Efform y miembro del Consejo de Administración de Texas Mexico Frozen Food Council, de International Association of Refrigerated Warehouses y del World Food Logistics Organization.

Mauricio Jorba Servitje es Director General de la Operación Europa y miembro del Consejo de Administración de VIDAX.

Fernando Lerdo de Tejada Luna se desempeña actualmente como Presidente y Director General en Asesoría Estrategia Total, S.C. y es miembro de los Consejos de Administración de Consultoría Estratégica Primer Círculo, S.C., Get Digital, S.A. de C.V., Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural, A.C., y Club de Golf Chapultepec, S.A.

Nicolás Mariscal Servitje es Director General de Grupo Marhnos. Es Vicepresidente del Comité Empresarial México-Guatemala del COMCE y miembro del Consejo de Administración de la Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural.

José Ignacio Mariscal Torroella es Presidente Ejecutivo de Grupo Marhnos, Presidente de la UNIAPAC Internacional, del Comité por Una Sola Economía del Consejo Coordinador Empresarial, Vicepresidente de Fincomún Servicios Financieros Comunitarios. Es miembro del Consejo de Administración de la Sociedad de Inversión de Capital de Posadas de México Grupo Calidra, Aserta y de la Comisión Ejecutiva de la Confederación USEM.

María Isabel Mata Torrallardona es Directora General de la Fundación José T. Mata y miembro del Consejo de Administración de Tepeyac.

Raúl Obregón del Corral es Socio Director de Alianzas, Estrategia y Gobierno Corporativo, y de Proxy Gobernanza Corporativa. Es miembro del Consejo de Administración de Industrias Peñoles; Grupo Palacio de Hierro, Envases y Laminados, Invermat, Altamira Unión de Crédito y Comercializadora Círculo

CCK. Es miembro independiente del sub-comité de evaluación y financiamiento del Fondo Nacional de Infraestructura y miembro de la Junta de Gobierno del Instituto Autónomo de México.

Javier de Pedro Espínola se desempeña actualmente como Director Administrativo y Financiero en MXO Trade SA de CV y es Presidente del Consejo de Test Rite de Mexico S.A. de C.V. Es miembro del consejo de administración de Industrias Rampe, MXO Trade S.A. de C.V. y Fundación Jose T Mata.

Ignacio Pérez Lizaur se desempeña actualmente como socio en Consultores Pérez Lizaur, S.C. y es miembro de los consejos de administración de FINANCIERA LABOR SAPI DE CV y CHAIRMAN (LATINOAMERICA) DE GOLD BUYERS INC.

Alexis E. Rovzar de la Torre es miembro de la Práctica Latinoamericana de White & Case basado en Nueva York, EE.UU. y miembro del Consejo de Administración de Coca-Cola FEMSA, Fomento Económico Mexicano (FEMSA), The Bank of Nova Scotia, Grupo Acir, Grupo Comex, Endeavor México, Appleseed México, Provivah, Council of the Americas, Procura y Qualitas of Life Foundation.

Lorenzo Sendra Mata es Presidente del Consejo de Administración de Proarce. Es miembro del Consejo de Administración de Fundación Ronald McDonald, Fomento de Nutrición y Salud, Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural y de Financiera Promotora para el Desarrollo Rural.

Daniel Servitje Montull es miembro del Consejo de Administración de Grupo Financiero Banamex, Coca-Cola FEMSA y Grocery Manufacturers of America (EE.UU).

En el curso ordinario de sus negocios, la Compañía ha celebrado operaciones con algunas de las empresas en las que laboran los miembros de su Consejo de Administración o en las que laboraron sus directivos relevantes. Dichas operaciones se han realizado en términos de mercado y la Compañía no considera que ninguna de ellas sea significativa.

Facultades del Consejo de Administración

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 igual forma, el Consejo de Administración cuenta con facultades para aprobar los presupuestos de la Compañía y las modificaciones que sufra el presupuesto en atención a los resultados que se vayan reportando, así como autorizar partidas extraordinarias.

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, un Comité de Prácticas Societarias, un Comité de Evaluación de Resultados y un Comité de Finanzas y Planeación, cuyas funciones e integración se describen más adelante. Ver "Administradores y Accionistas – Órganos Intermedios de administración".

Principales Funcionarios

La siguiente tabla muestra los nombres de los principales funcionarios del Grupo a la fecha del presente Reporte Anual, su cargo actual y su antigüedad en la Compañía:

Nombre	Cargo	Edad	Años en el Grupo
Roberto Servitje Sendra	Presidente del Consejo de Administración	83	66
Daniel Servitje Montull	Director General de Grupo Bimbo	52	33
Guillermo Quiroz Abed	Director de Finanzas y Administración	58	12
Reynaldo Reyna Rodríguez	Director General de Información y Análisis Estratégico	56	10
Javier Millán Dehesa	Director de Personal y Relaciones	63	34
Luis Rene Martínez S.	Director de Asuntos Corporativos	45	4
Guillermo Sánchez Arrieta	Director de Auditoría de Operaciones	57	33
Javier A. González Franco	Director General de Bimbo, S.A. de C.V.	56	34
Miguel Angel Espinoza	Director Comercial de Bimbo, S.A. de C.V.	54	30
José Rosalío Rodríguez Rosas	Director de Sistemas de Producción y Operaciones de Bimbo, S.A. de C.V.	58	35
Ricardo Padilla Anguiano	Director de Admón. y Servicios de Bimbo, S.A. de C.V.	57	30
Gary Prince	Presidente BBU	59	2
Alfred Penny	Vicepresidente Ejecutivo BBU	55	2
Pablo Elizondo Huerta	Director General Adjunto de Grupo Bimbo	58	34
Alberto Díaz Rodríguez	Director General de OLA	55	31
Alejandro Pintado López	Subdirector General de OLA	44	22
Gabino Gómez Carbajal	Director General de Barcel, S.A. de C.V.	52	30
José Manuel González Guzmán	Director General de El Globo	45	19
Jorge Zarate Lupercio	Director Organización Asia	46	24
Esteban Giraldo	Director Organización Centro-América y Colombia	58	7

Roberto Servitje Sendra es Presidente del Consejo de Administración de BIMBO desde 1994. Se incorporó a la Compañía en 1945. Es funcionario del Grupo desde 1956, desempeñando puestos como Gerente General de Bimbo en Guadalajara, Monterrey y la Ciudad de México; y Vicepresidente de BIMBO durante nueve años.

Daniel Servitje Montull es Director General de BIMBO desde 1997. Es Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad Iberoamericana, en México. En 1987 obtuvo el título de Master of Business Administration en la Universidad de Stanford, en California, EE.UU. Es funcionario del Grupo desde 1978, ocupando puestos tales como Subdirector de Organización Bimbo, Director General de Organización Marinela y Vicepresidente de BIMBO.

Guillermo Quiroz Abed es Director de Administración y Finanzas, responsable de las Direcciones de Finanzas, Contraloría y Jurídica de BIMBO, desde febrero de 1999. Tiene estudios de licenciatura en Actuaría por la Universidad Anáhuac, en México, y una maestría en Administración de Empresas por el IPADE. Es miembro del Consejo de Administración de Grupo Altex.

Reynaldo Reyna Rodríguez es Director General de Información y Análisis Estratégico desde enero de 2010. Estudió Ingeniería Industrial y de Sistemas en el ITESM y la maestría en Investigación de Operaciones y Finanzas en Wharton, en la Universidad de Pennsylvania, EE.UU. En mayo de 2001 se integró al Grupo y ha ocupado los puestos de Director General Corporativo, Director General de BBU y Vicepresidente Ejecutivo de BBU West.

Javier Millán Dehesa es Director de Personal y Relaciones de BIMBO desde 1979. Tiene estudios de licenciatura en Filosofía y en Administración de Empresas por la Universidad Iberoamericana, en México. Es egresado del Programa de Alta Dirección de Empresas del IPADE. Es consejero de la Asociación Mexicana en Dirección de Recursos Humanos. Es Presidente de la asociación Reforestamos México,

creada por el Grupo en 2002. Ha ocupado diversos puestos en la Compañía, tales como: Jefe de Desarrollo, Gerente de Personal en Productos Marinela y Gerente Corporativo de Desarrollo.

Luis Rene Martínez Souvervielle Gorozpe es Director de Asuntos Corporativos desde septiembre de 2007. Tiene estudios de licenciatura en Derecho por la Libre de Derecho en México y especialización en Teoría y Análisis Político.

Guillermo Sánchez Arrieta es Director de Auditoría Operacional desde 1998. Es Contador Público por la Universidad Autónoma de Hidalgo y cursó el diplomado en Alta Dirección del IPADE. Ingresó al Grupo en 1978, y entre sus principales cargos están los siguientes: Contralor de Productos Marinela, Contralor Corporativo de Organización Bimbo y Barcel, y Gerente General de Ricolino y Barcel México.

Javier Augusto González Franco es Director General de Bimbo, S. A. de C.V. desde enero de 2008. Es Ingeniero Químico por la UNAM y tiene una maestría en Administración de Negocios por la Universidad Diego Portales, en Chile. Ingresó al Grupo en 1977 y se ha desempeñado en distintos puestos, entre ellos, Subdirector General de OLA, Subdirector General de Organización Bimbo y Director General de Barcel, S.A. de C.V.

Miguel Ángel Espinoza Ramírez es Director Comercial de Bimbo, S.A. de C.V. desde enero de 2002. Tiene estudios de Ingeniería Industrial por el Instituto Tecnológico de Chihuahua, cursó el programa en Dirección de Empresas D-1 en el IPADE y el Advanced Management Program en la Universidad de Harvard. Ingresó al Grupo en 1981 y ha ocupado diversos puestos, tales como Gerente General de Dulces y Chocolates Ricolino, Gerente General de Barcel del Norte, Director Administrativo de Organización Barcel y Director General de esa misma empresa.

José Rosalío Rodríguez Rosas es Director de Sistemas de Producción y Operaciones de Bimbo, S.A. de C.V. desde Marzo de 2010. Es Ingeniero Bioquímico por el Instituto Politécnico Nacional en México. Ha tomado cursos en Administración de Negocios en Harvard Business School en USA, en el IMD en Suiza y en el IPADE en México y diplomados de Mercadotecnia en Kellogg's University y de Administración, Decisiones Financieras en el Instituto de Estudios Superiores de Monterrey, y el curso de Ciencia y Tecnología de la Panificación en la escuela American Institute of Baking en Manhattan, Kansas. Ingresó a GB en el año de 1976. Durante los años 2008 y 2009 fungió como Director General Comercial de Bimbo S.A. Fue Director Corporativo Staff de Grupo Bimbo y Presidente de Operaciones del Grupo en Asia. Ha sido Director de Operaciones de Organización Bimbo México y Centro América. Ocupó diversas posiciones en el Corporativo y en plantas como Gerente de Investigación y Desarrollo, Gerente de Producción, Capacitación.

Ricardo Padilla Anguiano es Director de Servicios de Bimbo, S.A. de C.V. desde diciembre de 2001. Es Contador Público por la Universidad de Guadalajara y egresado del Programa de Alta Dirección de Empresas del IPADE. Se unió al Grupo en 1981 y ha ocupado diversas posiciones, tales como: Gerente General de Bimbo Noroeste, Bimbo Golfo y Bimbo San Luis.

Gary Prince es Presidente de Bimbo Bakeries USA desde enero de 2009. Gary Prince se incorporó a George Weston Limited en julio de 1974. Fue Presidente de Stroehman Bakeries, L.C. en EE.UU. hasta julio de 2001. Fue nombrado Presidente de Weston Foods y George Weston Bakeries ese año, después de la adquisición que hizo esa compañía de Best Foods Baking Company de Unilever. En enero de 2009, cuando Grupo Bimbo adquirió Weston Foods Inc., fue nombrado Presidente de BBU.

Fred Penny es Vicepresidente Ejecutivo de BBU desde marzo de 2010. De 1987 a 1997 formó parte de Kraft Baking ocupando los puestos de Contralor en el Noreste de los EE.UU., Director de Planeación Estratégica y Productividad, así como Gerente General de la región Intermountain. En 1997 fue nombrado Vicepresidente y Gerente General de Entenmann's, Inc. En 2007, fue nombrado Vicepresidente Ejecutivo de George Weston Bakeries Inc. En enero de 2009, cuando Grupo BIMBO adquirió Weston Foods Inc., fue nombrado Vicepresidente Ejecutivo de BBU.

Pablo Elizondo Huerta es Director General Adjunto de Grupo Bimbo desde enero de 2008. Tiene estudios de Ingeniería Química por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Ingresó al Grupo en

1977 y ha ocupado diversos puestos, tales como Gerente General de Wonder en la Ciudad de México, Gerente General de Bimbo en Hermosillo, Director de Organización Latinoamérica, Director General del Corporativo Central, Director General Comercial de Bimbo, S.A. de C.V. y Director General de Bimbo, S.A. de C.V.

Alberto Díaz Rodríguez es Director General de Organización Latinoamérica desde enero de 2004. Es Ingeniero Industrial y cuenta con un posgrado en Gerencia por la Universidad de Miami. Ingresó al Grupo en 1999 y ha ocupado las posiciones de Gerente General de Bimbo de Venezuela y Subdirector de Organización Latinoamérica.

Alejandro Pintado López es Subdirector General de Organización Latinoamérica. Es Licenciado en Administración de Empresas por el ITESM y tiene un posgrado en ADL School of Management (Boston College). Ingresó al Grupo en 1989. Fue fundador y Gerente General de Bimbo de Perú, así como Director de Ventas en México.

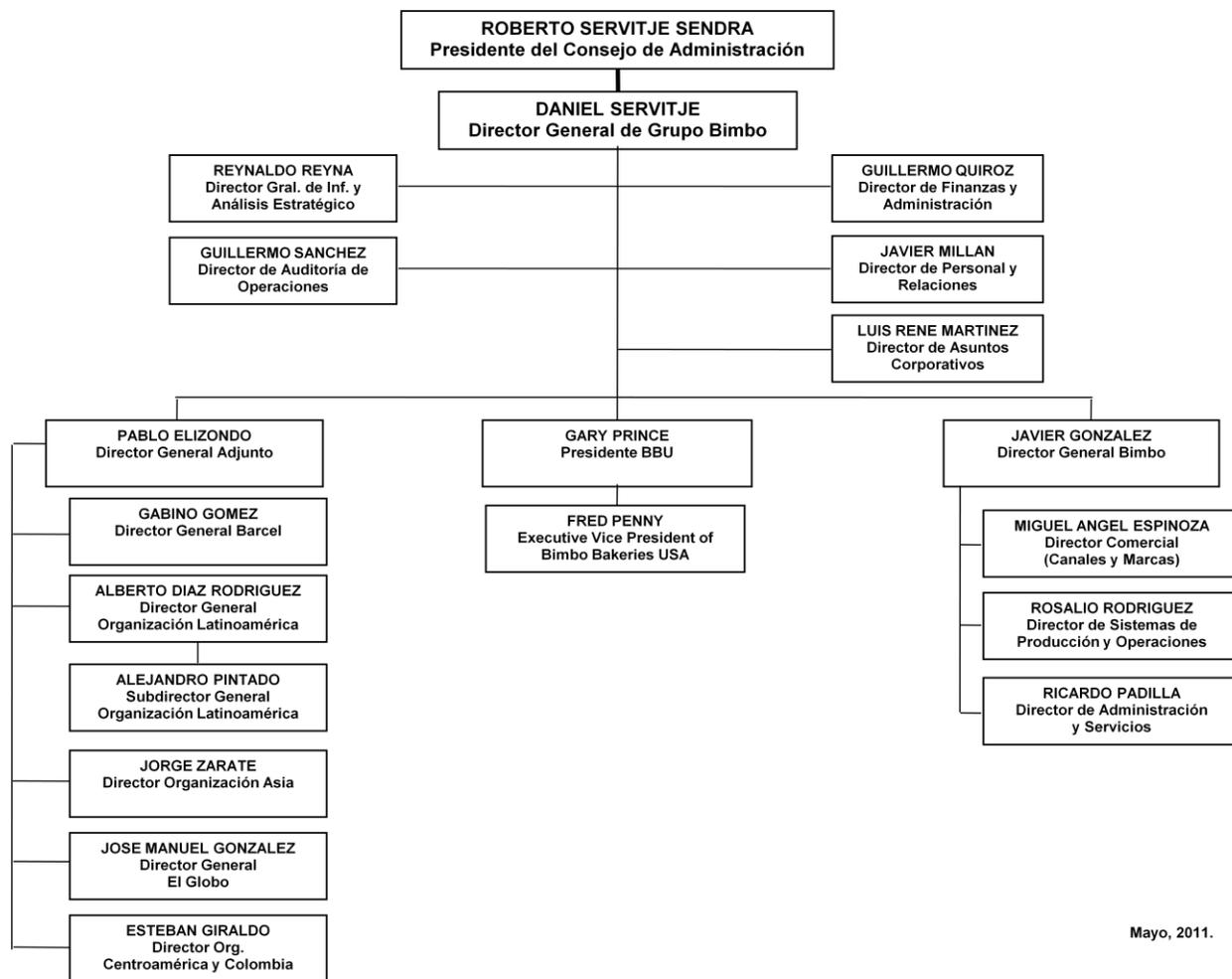
Gabino Gómez Carbajal es Director General de Barcel, S.A. de C.V. desde enero de 2008. Tiene estudios de licenciatura en Mercadotecnia por el ITESM, un posgrado en Alta Dirección de Empresas por el IPADE y un MBA por la Universidad de Miami. Se unió al Grupo en 1981, y entre los principales puestos que ha ocupado se encuentran: Vicepresidente de la División de Desarrollo de Negocios, Subdirector General de Organización Bimbo, Director General de OLA y Director General Comercial de Bimbo, S.A. de C.V.

José Manuel González Guzmán es Director General de El Globo desde Junio de 2010. Tiene estudios en Administración y Finanzas, así como especialidades en Mercadotecnia y Publicidad en la Universidad Panamericana. Cursó el D1 del IPADE, así como seminarios de estrategias y nuevas tendencias del mercado (CIES). Ingresó a Grupo Bimbo en Junio de 1991, ha desempeñado diversos puestos como Ejecutivo, Gerente de Marca y Director de Mercadotecnia. En el Area de Ventas realizó proceso por todos los puestos hasta llegar a Director Comercial Regional en Bajío y posteriormente en Centro Sur.

Jorge Zarate Lupercio es Director de Organización Asia desde octubre de 2006. Es Ingeniero Bioquímico del ITESM, México; cursó el Baking Science & Technology del AIB, EE.UU., el Programa de Alta Dirección en el IAE, Argentina; y un posgrado en Marketing Estratégico en la UCA, Argentina. Ingresó al Grupo en 1987 y ha ocupado posiciones tales como Gerente de Manufactura en Bimbo del Noroeste, Gerente de Operaciones en Bimbo y Marinela, Gerente Corporativo de Planeación y Gerente General de Bimbo de Argentina.

Jorge Esteban Giraldo Arango es Director General de la Organización Centroamérica y Colombia desde Julio de 2010. Tiene estudios de Ingeniería Electrónica. Ha tomado Cursos de Alta Gerencia en University of Chicago (Londres), Instituto de Empresa-IE (Madrid), Inalde (Bogotá). Ingresó a Grupo Bimbo el 1° de Junio del 2004 a cargo de la Gerencia General de Bimbo de Colombia.

El siguiente es un organigrama de los principales funcionarios del Grupo, vigente a la fecha del presente Reporte Anual:



Mayo, 2011.

Compensación

La compensación a los Consejeros y miembros de los Comités de la Compañía es determinada por la Asamblea General Ordinaria de Accionistas. Dicha compensación, a partir de la Asamblea General Ordinaria de Accionistas celebrada el 15 de abril de 2011, es como sigue: los Consejeros reciben \$42,000 por sesión a la que asistan. Los miembros de los Comités de Prácticas Societarias, Finanzas y Planeación, y de Evaluación y Resultados reciben \$26,000 por sesión a la que asistan. Los miembros del Comité de Auditoría reciben \$52,000. Los funcionarios de la Compañía que también sean Consejeros y/o miembros de algunos de los Comités no tendrán derecho a recibir compensación alguna. En 2010, el monto total correspondiente a la compensación mencionada en este párrafo ascendió a aproximadamente \$4.5.

La compensación pagada a los principales funcionarios por el ejercicio terminado el 31 de diciembre del 2010 ascendió a aproximadamente \$210 millones, lo que representó el 0.42% del total de los gastos generales consolidados de la Compañía. Dicha cantidad incluye los pagos por sueldo, prima vacacional, aguinaldo legal, bonos por avance de metas y bono anual por resultados. Los bonos pagados por la Compañía se determinan en función del desempeño individual de sus colaboradores, mientras que el bono anual por resultados contempla también un factor que está determinado por los resultados financieros alcanzados por la Compañía. El importe antes mencionado incluye la asignación de acciones de BIMBO hecha a los principales funcionarios por el alcance de la meta financiera de Valor Económico Agregado.

Asimismo, el importe acumulado por la Sociedad y sus subsidiarias para planes de pensión de los principales funcionarios asciende a la cantidad de \$243.

Plan de Acciones para Ejecutivos y Directivos

A partir de 2004, está vigente el “Plan Acciones por VEAB (Valor Económico Agregado BIMBO)” para ejecutivos y directivos. Con base en este plan se otorga una asignación anual de acciones de Grupo Bimbo, que puede ir de 40 a 240 días del sueldo base del ejecutivo o directivo, dependiendo del nivel que ocupa en la Compañía. Las acciones se adquieren al valor de mercado y permanecen depositadas en un fideicomiso durante 30 meses y se liberan para su total disposición transcurrido este período. El monto de la asignación y, que se hace a valor de mercado, depende de los resultados financieros de la Compañía.

Órganos Intermedios de Administración

La Compañía cuenta con los siguientes comités, los cuales se encargan de auxiliar al Consejo de Administración en la administración de la Sociedad:

Comité de Auditoría

El Comité de Auditoría está conformado por un mínimo de tres consejeros independientes designados por el Consejo de Administración o la Asamblea de Accionistas. El presidente del Comité de Auditoría será designado y/o removido de su cargo, exclusivamente, por la Asamblea General de Accionistas.

El Comité de Auditoría desempeña las actividades en materia de auditoría que establece la LMV, así como aquellas actividades en materia de prácticas societarias que establece la misma ley y que determine el Consejo de Administración. El Comité de Auditoría desempeña, entre otras, las siguientes actividades: a) dar opinión al Consejo de Administración sobre los asuntos que le competan conforme a la LMV; b) evaluar el desempeño de la persona moral que proporcione los servicios de auditoría externa, así como analizar el dictamen, opiniones, reportes o informes que elabore y suscriba el auditor externo; c) discutir los estados financieros de la Sociedad con las personas responsables de su elaboración y revisión, y con base en ello, recomendar o no al Consejo de Administración su aprobación; d) informar al Consejo de Administración la situación que guarda el sistema de control interno y auditoría interna de la Sociedad o de las personas morales que ésta controle; e) elaborar la opinión a que se refiere el artículo 28, fracción IV, inciso c) de la LMV y someterla a consideración del Consejo de Administración para su posterior presentación a la Asamblea de Accionistas; f) apoyar al Consejo de Administración en la elaboración de los informes a que se refiere el artículo 28, fracción IV, incisos d) y e) de la LMV; g) vigilar que las operaciones a que hacen referencia los artículos 28, fracción III y 47 de la LMV, se lleven a cabo ajustándose a lo previsto al efecto en dichos preceptos, así como a las políticas derivadas de los mismos; h) solicitar la opinión de expertos independientes en los casos en que lo juzgue conveniente, para el adecuado desempeño de sus funciones o cuando conforme a la ley se requiera; i) requerir a los principales funcionarios y demás empleados de la Sociedad o de las personas morales que ésta controle, reportes relativos a la elaboración de la información financiera y de cualquier otro tipo que estime necesaria para el ejercicio de sus funciones; j) investigar los posibles incumplimientos de los que tenga conocimiento, a las operaciones, lineamientos y políticas de operación, sistema de control interno y auditoría interna y registro contable, ya sea de la propia Sociedad o de las personas morales que ésta controle; k) recibir observaciones formuladas por accionistas, consejeros, principales funcionarios, empleados y, en general, de cualquier tercero, respecto de los asuntos a que se refiere el inciso anterior, así como realizar las acciones que a su juicio resulten procedentes en relación con tales observaciones; l) solicitar reuniones periódicas con los directivos relevantes, así como la entrega de cualquier tipo de información relacionada con el control interno y auditoría interna de la Sociedad o personas morales que ésta controle; m) informar al Consejo de Administración de las irregularidades importantes detectadas con motivo del ejercicio de sus funciones y, en su caso, de las acciones correctivas adoptadas o proponer las que deban aplicarse; n) convocar a Asambleas de Accionistas y solicitar que se inserten en el orden del día de dichas Asambleas los puntos que estimen pertinentes; o) vigilar que el Director General dé cumplimiento a los acuerdos de las Asambleas de Accionistas y del Consejo de Administración de la Sociedad, conforme a las instrucciones que, en su caso, dicte la propia Asamblea o el referido Consejo; y

p) vigilar que se establezcan mecanismos y controles internos que permitan verificar que los actos y operaciones de la Sociedad y de las personas morales que ésta controle, se apeguen a la normativa aplicable, así como implementar metodologías que posibiliten revisar el cumplimiento de lo anterior.

La Asamblea General Ordinaria de Accionistas celebrada el 15 de abril de 2011, ratificó a las siguientes personas como miembros del Comité de Auditoría: Arturo Fernández Pérez, Agustín Irurita Pérez, Alexis E. Rovzar de la Torre, y como presidente, Henry Davis Signoret. En dicha Asamblea también se nombró como miembro de este Comité al señor Ignacio Pérez Lizaur.

Con base en los perfiles profesionales de los miembros del Comité de Auditoría, la Compañía considera que varios de dichos miembros pueden considerarse expertos financieros.

Comité de Prácticas Societarias

El Comité de Prácticas Societarias está conformado por un mínimo de tres consejeros independientes designados por el Consejo de Administración o la Asamblea de Accionistas. El presidente del Comité de Prácticas Societarias será designado y/o removido de su cargo, exclusivamente, por la Asamblea General de Accionistas.

El Comité de Prácticas Societarias desempeña las actividades en materia de prácticas societarias que establece la LMV, salvo por las actividades en materia de prácticas societarias que el Consejo de Administración le otorgue al Comité de Auditoría o a otros comités que cumplan con los requisitos y obligaciones que la LMV dispone para los comités que desarrollen funciones en materia de prácticas societarias. El Comité de Prácticas Societarias desempeña, entre otras, las siguientes actividades : a) dar opinión al Consejo de Administración respecto a los asuntos que le competan conforme a la LMV; b) otorgar dispensas para que un Consejero, directivo relevante o persona con poder de mando, aproveche oportunidades de negocio para sí o a favor de terceros, que correspondan a la Sociedad o a sus subsidiarias o en las que tenga una influencia significativa, por transacciones cuyo importe sea menor al cinco por ciento (5%) de los activos consolidados de la Sociedad; c) apoyar al Consejo de Administración en la elaboración del informe de políticas y criterios contables, y el informe sobre las operaciones y actividades en las que hubiere intervenido el Consejo de Administración, conforme a lo previsto en la LMV; d) solicitar la opinión de expertos independientes en los casos en que lo juzgue conveniente, para el adecuado desempeño de sus funciones o cuando conforme a la LMV o disposiciones de carácter general se requiera; e) requerir a los directivos relevantes y demás colaboradores de la Sociedad o de sus subsidiarias, reportes relativos a la elaboración de la información financiera y de cualquier otro tipo que estime necesaria para el ejercicio de sus funciones; y f) convocar a Asambleas de Accionistas y solicitar que se inserten en el orden del día dichas Asambleas los puntos que se estimen pertinentes.

La Asamblea General Ordinaria de Accionistas celebrada el 15 de abril de 2011 ratificó a las siguientes personas como miembros del Comité de Prácticas Societarias: Henry Davis Signoret, José Antonio Fernández Carbajal, y como presidente, Ricardo Guajardo Touché.

Con base en los perfiles profesionales de los miembros del Comité de Prácticas Societarias, la Compañía considera que varios de dichos miembros pueden considerarse expertos financieros.

Comité de Evaluación y Resultados

El Comité de Evaluación y Resultados está integrado por miembros del Consejo de Administración, quienes son designados por el Consejo de Administración o la Asamblea de Accionistas. Este Comité se encarga de: a) analizar y aprobar la estructura y cualquier forma de compensación que se haga a todos los funcionarios y colaboradores de la Sociedad y sus subsidiarias, así como las políticas generales de compensación de funcionarios y colaboradores de la Sociedad y sus subsidiarias, incluyendo incrementos, reducciones o modificaciones a la compensación, ya sea de manera general o individual, salvo por la del Director General y sus directivos relevantes, facultades que recaen en el Consejo de Administración, previa opinión del Comité de Prácticas Societarias; b) evaluar los resultados de la

Sociedad y de sus subsidiarias, así como sus repercusiones en la compensación de funcionarios y colaboradores de la misma; c) analizar y, en su caso, opinar en relación con los tabuladores salariales aplicables a los funcionarios y colaboradores de la Sociedad y sus subsidiarias, incluyendo planes de compensación y promoción anuales, y criterios para los planes de pensión; d) solicitar la opinión de expertos independientes en los casos en que lo juzgue conveniente, para el adecuado desempeño de sus funciones; e) requerir a los directivos relevantes y demás colaboradores de la Sociedad o de sus subsidiarias, cualquier tipo de reporte que estime necesario para el ejercicio de sus funciones; f) fungir como órgano de consulta para el Consejo de Administración en relación con todo lo relativo al personal de la Sociedad y sus subsidiarias; y g) coordinar actividades relacionadas con los otros comités de la Sociedad, cuando así lo requiera el caso.

Mediante sesión del Consejo de Administración celebrada el 22 de abril de 2010, se ratificó a las siguientes personas como miembros Comité de Evaluación y Resultados, y que actualmente desempeñan sus cargos: Roberto Servitje Sendra, Javier de Pedro Espínola, José Antonio Fernández Carbajal, Daniel Servitje Montull, y como presidente, Raúl Obregón del Corral.

Con base en los perfiles profesionales de los miembros del Comité de Evaluación y Resultados, la Compañía considera que varios de dichos miembros pueden considerarse expertos financieros.

Comité de Finanzas y Planeación

El Comité de Finanzas y Planeación está formado por miembros del Consejo de Administración, quienes son designados por el Consejo de Administración o por la Asamblea de Accionistas. El Comité de Finanzas y Planeación tiene las siguientes facultades: a) analizar y someter a la aprobación del Consejo de Administración, la evaluación de las estrategias de largo plazo y presupuestos, así como las principales políticas de inversión y financiamiento de la Sociedad; b) por delegación expresa del Consejo de Administración, podrá aprobar: (i) operaciones que impliquen la adquisición o enajenación de bienes con valor igual o menor al tres por ciento de los activos consolidados de la Sociedad; (ii) el otorgamiento de garantías o la asunción de pasivos por un monto total igual o menor al tres por ciento de los activos consolidados de la Sociedad; (iii) inversiones en valores de deuda o en instrumentos bancarios, que superen el tres por ciento de los activos consolidados de la Sociedad, siempre que se realicen conforme a las políticas que al efecto apruebe el propio Consejo; c) proponer y, en su caso, evaluar y revisar, periódicamente, políticas para el manejo de la tesorería de la Sociedad y sus subsidiarias; d) solicitar la opinión de expertos independientes en los casos en que lo juzgue conveniente, para el adecuado desempeño de sus funciones; e) requerir a los directivos relevantes y demás colaboradores de la Sociedad o de sus subsidiarias, reportes relativos a la elaboración de la información financiera y de cualquier otro tipo que estime necesaria para el ejercicio de sus funciones; f) fungir como órgano de consulta para el Consejo de Administración en todo lo relativo a las funciones anteriormente mencionadas, incluyendo la materia financiera, así como en relación con la revisión y recomendación de proyectos de inversión y/o diversificación de la Sociedad y sus subsidiarias, vigilando su congruencia y rentabilidad. Asimismo, coordinará actividades relacionadas con los otros comités de la Sociedad, cuando así lo requiera el caso.

Mediante sesión del Consejo de Administración celebrada el 22 de abril de 2010, se ratificó a las siguientes personas como miembros del Comité de Finanzas y Planeación: Ricardo Guajardo Touché, Mauricio Jorba Servitje, Raúl Obregón del Corral, Guillermo Quiroz Abed, Lorenzo Sendra Mata, Daniel Servitje Montull, y como presidente, José Ignacio Mariscal Torroella.

Con base en los perfiles profesionales de los miembros del Comité de Evaluación y Resultados, la Compañía considera que varios de dichos miembros pueden considerarse expertos financieros.

Accionistas Principales

A la fecha del presente Reporte Anual están autorizadas 4,703,200,000 acciones Serie "A", ordinarias, nominativas, sin expresión de valor nominal, representativas del capital social, inscritas en el RNV y que cotizan en la BMV desde 1980 con la clave de pizarra "BIMBO".

Salvo por el Sr. Roberto Servitje Sendra, ninguno de los consejeros o directivos relevantes de la Compañía tiene una participación individual directa en el capital social de BIMBO mayor al 1%.

Las sociedades que se mencionan a continuación mantienen una participación de aproximadamente el 67% en el capital social de BIMBO. La siguiente tabla muestra la información referente a la tenencia de los Accionistas Principales, según el Libro de Accionistas de la Compañía al 28 de abril de 2011:

Nombre	No. de acciones	% del Capital Social
Normaciel, S.A. de C.V. ^(a)	1,756,513,140	37.3
Promociones Monser, S.A. de C.V. ^(b)	540,418,544	11.5
Banco Nacional de México, S.A. como fiduciario	263,280,212	5.6
Philae, S.A. de C.V.	232,692,104	5.0
Distribuidora Comercial Senda, S.A. de C.V.	174,960,000	3.7
Marlupag, S.A. de C.V.	161,213,536	3.4
Otros	1,574,122,464	33.5%
Total	4,703,200,000	100%

a. Sin haberlo verificado de manera independiente, es del conocimiento de BIMBO que ésta es una sociedad controlada por el Sr. Daniel Servitje Montull, Director General de Grupo Bimbo, y miembros de su familia.

b. Sin haberlo verificado de manera independiente, es del conocimiento de BIMBO que ésta es una sociedad controlada por la familia Jorba Servitje.

Hasta donde es del conocimiento de BIMBO y con base en la información anterior, ninguna persona ejerce control, influencia significativa o poder de mando (según dichos conceptos se definen en la Ley del Mercado de Valores) en BIMBO, salvo por los señores Roberto Servitje Sendra, Presidente del Consejo de Administración, y Daniel Servitje Montull, Director General.

d) ESTATUTOS SOCIALES Y OTROS CONVENIOS

Con fecha 30 de diciembre de 2005 se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* la nueva Ley del Mercado de Valores, misma que entró en vigor el 28 de junio de 2006, y a cuyos preceptos quedaron conformados los Estatutos de BIMBO en virtud de la Asamblea Extraordinaria de Accionistas llevada a cabo el día 14 de noviembre de 2006. En dicha asamblea se aprobó, entre otras cosas, la reforma integral de los Estatutos, la cual quedó protocolizada mediante la escritura pública No. 30,053 del 16 de noviembre de 2006, otorgada ante la fe de la Licenciada Ana de Jesús Jiménez Montañez, titular de la Notaría Pública número 146 del Distrito Federal, e inscrita en el Registro Público de Comercio de esta ciudad bajo el folio mercantil No. 9506, de fecha 6 de diciembre de 2006. Con la reforma a los Estatutos, la Compañía se ajustó a la legislación vigente en materia bursátil.

Entre las modificaciones más relevantes se encuentran las relativas a la constitución del régimen aplicable a las sociedades anónimas bursátiles (cuyas acciones se encuentran listadas en la BMV) para mejorar su organización y funcionamiento, así como su régimen de responsabilidades.

1. Derechos que Confieren las Acciones

Los tenedores de las acciones de la Serie "A" tienen derecho a un voto en las Asambleas Generales Ordinarias y Extraordinarias de Accionistas. Sin que a la fecha existan acciones de este tipo, la Compañía podrá emitir, conforme a la LMV, acciones sin voto y/o de voto limitado. En su caso, los tenedores de las acciones de la Serie "A" no podrán concurrir a las Asambleas Especiales que celebren los tenedores de

las acciones sin voto y/o de voto limitado y tampoco tienen derecho de voto en las Asambleas Especiales de los tenedores de las acciones sin voto y/o de voto limitado.

En su caso, los tenedores de las acciones de voto limitado, tendrían derecho de asistir y votar a razón de un voto por cada acción única y exclusivamente en las Asambleas Especiales de tenedores de dichas acciones y en las Asambleas Generales Extraordinarias de Accionistas que se reuniesen para tratar cualquiera de los siguientes asuntos: a) transformación de la Sociedad; b) fusión con otra sociedad o sociedades, cuando la Sociedad sea la parte fusionada; c) cancelación de la inscripción de las acciones de voto limitado en el RNV y en bolsas de valores nacionales o extranjeras en las que se encuentren registrados, excepto en sistemas de cotización u otros mercados no organizados como bolsas de valores; y d) cualquier otro que la LMV disponga.

En su caso, los tenedores de las acciones de voto limitado no podrían concurrir a las Asambleas Generales Ordinarias, salvo por los casos expresamente previstos por la LMV. Tampoco podrían concurrir a las Asambleas Generales Extraordinarias de Accionistas que se celebran para tratar asuntos en los cuales no tengan derecho de voto.

Además, los accionistas titulares de acciones, incluso de voto limitado o restringido, que en lo individual o en conjunto tengan el diez por ciento (10%) del capital social de la Sociedad tendrán los derechos que les confieren los Estatutos y la Ley General de Sociedades Mercantiles.

Los Accionistas titulares de acciones sin derecho a voto tendrán los derechos que les otorgue la LMV

2. Derechos de Preferencia y Aumentos de Capital

En los aumentos del capital social, los accionistas de la Sociedad tendrán, en proporción al número de acciones en propiedad de dichos accionistas de una serie respecto del número total de acciones emitidas y suscritas de dicha serie con anterioridad al incremento, preferencia para suscribir un número de acciones suficiente que les permita mantener su tenencia accionaria, excepto por: (i) las emisiones de acciones que se hagan conforme al artículo 53 de la LMV; (ii) las acciones propias adquiridas que se conviertan en acciones de tesorería y se coloquen entre el público inversionista conforme a dicha Ley; (iii) las que resulten de la conversión de obligaciones o cualesquier otros instrumentos de deuda, de capital o que tengan las características de ambos que emita la Sociedad en acciones, previa autorización de la Asamblea General Extraordinaria de Accionistas; (iv) fusión de la Sociedad; y (v) el caso de cualquier aumento de capital por suscripción y pago en efectivo o en especie o por capitalización de pasivos, en que la Sociedad no estará obligada a obtener que las acciones de ninguna serie o tipo, o cualesquier valores extranjeros que las representen, queden registrados con las autoridades distintas a las autoridades de valores de los Estados Unidos Mexicanos y, en tal sentido, la Sociedad no estará obligada a aceptar la suscripción y pago que hagan accionistas si tal aceptación resulta en alguna obligación a cargo de la Sociedad en los términos que se señalan.

El derecho de preferencia consignado en el párrafo anterior lo ejercerán los accionistas en un término que no será menor a 15 días naturales siguientes a la fecha de la publicación en el Diario Oficial de la Federación y en cualquier periódico diario de los de mayor circulación del domicilio social, del acuerdo de la Asamblea que hubiere decretado el aumento de capital. Este derecho de preferencia se ejercerá de acuerdo con las normas que al efecto establezca el Consejo de Administración.

La Sociedad no podrá emitir nuevas acciones hasta que las anteriores hayan sido totalmente pagadas, sin perjuicio de las disposiciones aplicables a la emisión de acciones no suscritas, y salvo que las acciones previamente emitidas estén destinadas por resolución de la Asamblea que aprobó su emisión, a satisfacer cualesquier obligaciones a cargo de la Sociedad que hayan aprobado los Accionistas.

El Consejo de Administración queda facultado para ofrecer para suscripción y pago a terceros las acciones no suscritas por los Accionistas después de la expiración del plazo establecido en los párrafos que anteceden para el ejercicio del derecho de preferencia, en los aumentos de capital que sean decretados, en el entendido de que el precio al cual se ofrezcan las acciones no podrá ser menor al que hubieren sido ofrecidas a los Accionistas de la Sociedad para suscripción y pago.

3. Asambleas de Accionistas y Derechos de Voto

En términos de los Estatutos, las Asambleas de Accionistas pueden ser Extraordinarias, Ordinarias y Especiales. Las Asambleas Generales Extraordinarias de Accionistas son aquéllas que se reúnen para tratar cualesquiera de los asuntos a que se refiere el artículo 182 de la Ley General de Sociedades Mercantiles o aquéllas que se reúnan para acordar la cancelación de la inscripción de acciones de la Compañía en el RNV y en otras bolsas de valores nacionales o extranjeras en las que se encuentren registradas, excepto sistemas de cotización u otros mercados no organizados como bolsas de valores. Son Asambleas Generales Ordinarias todas aquéllas que se reúnen para tratar asuntos que no sean competencia de las Asambleas Generales Extraordinarias y en específico aquéllas que se reúnan para tratar los asuntos a que se refieren los artículos 180 y 181 de la Ley General de Sociedades Mercantiles. Las Asambleas Especiales son aquéllas que se reúnen para tratar asuntos que puedan afectar los derechos de una sola serie de acciones y estarán sujetas a las disposiciones aplicables a las Asambleas Generales Extraordinarias. Las Asambleas Generales Ordinarias, así como, en su caso, las Especiales de Accionistas tenedores de acciones de voto limitado, deberán celebrarse cuando menos una vez al año, y en el caso de las Especiales, dicha Asamblea deberá celebrarse con anterioridad a la fecha de celebración de la Asamblea General Anual Ordinaria de Accionistas. Las Asambleas Generales Extraordinarias se reunirán siempre que haya que tratar alguno de los asuntos materia de dichas Asambleas.

En términos de lo dispuesto por los Estatutos y por la legislación mexicana, para que una Asamblea General Ordinaria de Accionistas se considere legalmente reunida por virtud de primera convocatoria, deberá estar representado en la Asamblea por lo menos el cincuenta por ciento (50%) de las acciones ordinarias y sus resoluciones serán válidas cuando se tomen por mayoría de votos de las acciones representadas en la Asamblea. En el caso de segunda o ulterior convocatoria, las Asambleas Generales Ordinarias de Accionistas podrán celebrarse válidamente cualquiera que sea el número de acciones ordinarias representadas en la Asamblea y sus resoluciones serán válidas cuando se tomen por mayoría de votos de las acciones representadas en la misma.

Para que una Asamblea General Extraordinaria de Accionistas que se reúna para tratar asuntos en los que las acciones de voto limitado no tengan derecho de voto, se considere legalmente reunida por virtud de primera convocatoria, deberá estar representado en ella, por lo menos el setenta y cinco por ciento (75%) de las acciones ordinarias y sus resoluciones serán válidas cuando se tomen por el voto favorable de las acciones que representen cuando menos el cincuenta por ciento (50%) de las acciones ordinarias de la Sociedad. En caso de segunda o ulterior convocatoria, las Asambleas Extraordinarias de Accionistas que se reúnan para tratar asuntos en las que las acciones de voto limitado no tengan derecho de voto, podrán celebrarse válidamente si en ellas está representado, cuando menos, el cincuenta por ciento (50%) de las acciones ordinarias de la Sociedad y sus resoluciones serán válidas cuando se tomen por el voto favorable de las acciones que representen, cuando menos, el cincuenta por ciento (50%) de las acciones ordinarias de la Sociedad.

Para que, en su caso, una Asamblea Especial convocada para tratar asuntos concernientes a las acciones de voto limitado se considere legalmente reunida por virtud de primera convocatoria, deberá estar representada en ella por lo menos el setenta y cinco por ciento (75%) de las acciones de voto limitado, y sus resoluciones serán válidas cuando se tomen por el voto favorable de acciones que representen cuando menos, el cincuenta por ciento (50%) de las acciones de voto limitado. En el caso de segunda o ulterior convocatoria, las Asambleas Especiales de Accionistas podrán celebrarse válidamente si en ellas está representado, cuando menos, el cincuenta por ciento (50%) de las acciones de voto limitado, y sus resoluciones serán válidas cuando se tomen por el voto favorable de acciones que representen, cuando menos, el cincuenta por ciento (50%) de las acciones de voto limitado.

Las convocatorias para Asambleas de Accionistas deberán ser hechas por el Presidente del Consejo de Administración o de los comités que lleven a cabo las funciones en materia de prácticas societarias y de auditoría, o por el Secretario del Consejo de Administración o su suplente. Sin embargo, los tenedores de acciones con derecho a voto, incluso en forma limitada o restringida, que representen cuando menos el diez por ciento (10%) del capital social podrán solicitar que se convoque a una Asamblea General de Accionistas en los términos señalados en el artículo 50 de la LMV. Cualquier accionista dueño de una acción tendrá el derecho de solicitar por escrito al Consejo de Administración o a los presidentes de los

comités que realicen las funciones en materia de auditoría y de prácticas societarias, que convoquen a una Asamblea General de Accionistas en cualquiera de los casos a que se refiere el artículo 185 de la Ley General de Sociedades Mercantiles. Si no se hiciese la convocatoria dentro de los 15 días siguientes a la fecha de la solicitud, dicha convocatoria la hará un juez competente del domicilio de la Sociedad, previo traslado de solicitud en cuestión al Consejo de Administración.

Serán admitidos en las Asambleas los Accionistas o sus representantes que, por lo menos con cuarenta y ocho (48) horas anteriores a la fecha y hora señaladas para la Asamblea, contadas en días hábiles, exhiban sus títulos de acciones y/o constancias sobre los títulos de las acciones depositadas en una institución para el depósito de valores que gocen de concesión respectiva, en los términos de la LMV. Dichas constancias serán canjeadas por una certificación expedida por la Sociedad en la que se hará constar el nombre y el número de acciones que el Accionista represente. Dichas certificaciones servirán como tarjetas de admisión para las Asambleas. Los miembros del Consejo de Administración, el director general y la persona física designada por la persona moral que proporcione los servicios de auditoría externa, podrán asistir a las Asambleas de Accionistas de la Sociedad.

Los Accionistas de la Sociedad podrán ser representados en las Asambleas de Accionistas por personas que acrediten su personalidad mediante formularios de poderes que elabore la Sociedad y ponga a su disposición a través de los intermediarios del mercado de valores o en la propia Sociedad, con por lo menos quince (15) días naturales de anticipación a la celebración de cada Asamblea. Dichos formularios deberán cumplir con los requisitos que determine la LMV y sus disposiciones complementarias.

4. Derechos de las Minorías de Accionistas

Toda minoría de tenedores de acciones tendrá los derechos que, como tal, se le confiere en la Ley General de Sociedades Mercantiles, en la LMV y en los Estatutos.

Los Accionistas titulares de acciones con derecho de voto, incluso limitado o restringido, que en lo individual o en conjunto tengan el diez por ciento (10%) del capital social de la Sociedad tendrán derecho a: a) designar en Asamblea General de Accionistas un consejero y a su respectivo suplente. Tal designación, sólo podrá revocarse por los demás Accionistas cuando a su vez se revoque el nombramiento de todos los demás Consejeros, en cuyo caso las personas sustituidas no podrán ser nombradas con tal carácter durante los doce meses inmediatos siguientes a la fecha de revocación; b) requerir al presidente del Consejo o de los comités que lleven a cabo las funciones en materia de prácticas societarias y de auditoría, en cualquier momento, se convoque a una Asamblea General de Accionistas, sin que al efecto resulte aplicable el porcentaje señalado en el artículo 184 de la Ley General de Sociedades Mercantiles, c) solicitar que se aplase la votación por tres (3) días naturales de cualquier asunto respecto del cual no se consideren suficientemente informados, ajustándose a los términos y condiciones señalados en el artículo 50 de la LMV.

5. Limitación para adquirir acciones

Las personas morales que sean controladas por BIMBO, en términos de la LMV, no podrán adquirir, directa o indirectamente, acciones representativas del capital social de la Sociedad a la que se encuentren vinculadas o títulos de crédito que representen dichas acciones.

6. Recompra por parte de BIMBO de sus propias acciones

Conforme a sus Estatutos, BIMBO puede adquirir acciones representativas de su propio capital social a través de la bolsa de valores, al precio corriente en el mercado, en los términos del artículo 56 de la LMV.

Las acciones propias que pertenezcan a la Compañía o, en su caso, las acciones de tesorería, sin perjuicio de lo establecido por la Ley General de Sociedades Mercantiles, podrán ser colocadas entre el público inversionista, sin que para este último caso, el aumento de capital social correspondiente requiera resolución de asamblea de accionistas de ninguna clase, ni acuerdo del Consejo de Administración, tratándose de su colocación.

7. Cancelación de la Inscripción de Acciones

La cancelación de la inscripción de las acciones de la Sociedad en el RNV, sea por solicitud de la propia Sociedad o por resolución que adopte la CNBV, se llevará a cabo en los términos de la LMV y sus disposiciones complementarias.

8. Órganos Intermediarios de Administración

Conforme a los Estatutos, la Compañía cuenta con cuatro diferentes órganos intermediarios de administración, los cuales auxilian al Consejo de Administración en la administración de la Sociedad. Dichos órganos son: el Comité de Auditoría, el Comité de Prácticas Societarias, el Comité de Finanzas y Planeación, y el Comité de Evaluación y Resultados ver "Administración - Administradores y Accionistas".

9. Otros Contratos y Convenios

De conformidad con los Estatutos de la Compañía, cualquier transmisión de acciones que signifique el tres por ciento (3%) o más de las acciones con derecho a voto emitidas por la Compañía que pretenda realizar un accionista por sí solo o sumado a operaciones anteriores, o por un grupo de accionistas vinculados entre sí, podrá realizarse solamente previa autorización del Consejo de Administración. En caso de que el Consejo de Administración niegue la autorización, designará uno o más compradores de las acciones, quienes deberán pagar a la parte interesada el precio registrado en la BMV. En caso de que las acciones no estén inscritas en el RNV, el precio que se pague se determinará conforme al precio corriente en el mercado, de conformidad con la Ley General de Sociedades Mercantiles.

El 9 de abril de 2008 la Compañía informó al público inversionista, que recibió una notificación de sus accionistas Normaciel, S.A. de C.V., Marlupag, S.A. de C.V., Promociones Monser, S.A. de C.V., Distribuidora Comercial Senda, S.A. de C.V., y Philae, S.A. de C.V., propietarias de aproximadamente el 61% de las acciones en circulación de la Compañía, informando que han celebrado un Convenio de Accionistas, por medio del cual se otorgan recíprocamente, durante los próximos siete años, el derecho al tanto para la adquisición de las acciones de Grupo Bimbo de las que son propietarios. Asimismo, Normaciel, S.A. de C.V., otorga a las demás sociedades antes mencionadas, el derecho de venta conjunta, en el caso de venta de sus acciones a un tercero.

A la fecha del presente Reporte Anual no existen entre los accionistas otros convenios que tengan por efecto retrasar, prevenir, diferir o hacer más oneroso el cambio de control de la Compañía, o convenios como aquellos que se señalan en el artículo 16, fracción VI de la LMV, ni que limiten los derechos corporativos que confieren las acciones.

De igual manera, a la fecha del presente Reporte Anual, no existen cláusulas estatutarias o acuerdos entre accionistas que limiten o restrinjan al Consejo de Administración de la Compañía o a sus accionistas.

5) MERCADO DE CAPITALES

a) ESTRUCTURA ACCIONARIA

A la fecha del presente Reporte Anual, las acciones representativas del capital social de la Compañía son acciones de la Serie "A" comunes, ordinarias, nominativas, sin expresión de valor nominal, las cuales se encuentran inscritas en el RNV. Dichas acciones comenzaron a cotizar en la BMV en febrero de 1980, cuando la Compañía llevó a cabo su oferta pública inicial. Desde el 1° de febrero de 1999, BIMBO forma parte del Índice de Precios y Cotizaciones de la BMV.

A la fecha del presente Reporte Anual, la acción de BIMBO está clasificada como de alta bursatilidad, conforme al Índice de Bursatilidad publicado por la BMV.

b) COMPORTAMIENTO DE LA ACCIÓN EN EL MERCADO DE VALORES

Las siguientes tablas muestran los precios de cotización máximos, mínimos y de cierre ajustados, en pesos nominales, así como el volumen de operación de las acciones Serie "A" de BIMBO en la BMV, durante los períodos indicados.

Anual	Pesos por acción Serie "A"			Volumen de operación de acciones Serie "A"
	Máximo	Mínimo	Cierre	
2008	18.00	12.45	14.58	461,177,200
2009	22.99	9.98	21.64	571,582,400
2010	27.41	20.56	26.36	606,156,400

Trimestral	Pesos por acción Serie "A"			Volumen de operación de acciones Serie "A"
	Máximo	Mínimo	Cierre	
1T08	16.88	13.80	16.00	104,418,400
2T08	18.00	15.75	16.80	123,115,200
3T08	17.88	15.25	17.18	78,271,200
4T08	17.20	12.45	14.58	155,372,400
1T09	15.03	9.98	13.15	221,587,600
2T09	18.11	13.00	17.49	203,339,600
3T09	19.41	16.00	18.76	186,764,800
4T09	22.99	18.22	21.64	228,156,000
1T10	27.20	20.56	27.20	198,866,400
2T10	27.41	22.20	22.99	212,834,000
3T10	25.19	22.40	23.08	176,609,600
4T10	27.01	23.04	26.36	286,156,800

Mensual	Pesos por acción Serie "A"			Volumen de operación de acciones Serie "A"
	Máximo	Mínimo	Cierre	
Diciembre 2009	22.99	21.25	21.64	70,733,600
Enero 2010	22.87	20.56	20.56	66,915,200
Febrero 2010	23.75	21.43	23.31	60,851,200
Marzo 2010	27.20	23.88	27.20	71,100,000
Abril 2010	27.41	24.60	24.60	68,573,600
Mayo 2010	24.95	22.52	22.97	81,436,400
Junio 2010	25.04	22.20	22.99	62,824,000
Julio 2010	25.19	22.71	23.84	62,430,000
Agosto 2010	23.68	22.40	22.64	67,637,600
Septiembre 2010	23.53	22.77	23.08	46,542,000
Octubre 2010	24.51	23.04	23.80	118,868,400
Noviembre 2010	25.48	23.47	25.41	84,328,000
Diciembre 2010	27.01	25.85	26.36	82,960,400

Fuente: Bloomberg. Datos ajustados al split 4:1 llevado a cabo el 29 de abril de 2011.

c) FORMADOR DE MERCADO

A partir del 2 de marzo de 2011 Acciones y Valores S.A. de C.V., Casa de Bolsa opera como formador de mercado para las acciones con la clave de cotización BIMBO, tipo de serie A y con el código ISIN MXP495211262 listadas en la Bolsa Mexicana de Valores. La duración del contrato será de seis meses contados a partir de la fecha de inicio de operaciones.

El Formador de Mercado se comprometió a mantener una presencia operativa continua sobre las acciones de BIMBO con la finalidad de promover la estabilidad y la continuidad de precios en el mercado.

Al 27 de junio de 2011 el Formador de Mercado ha contribuido con lo establecido en el contrato.

6) PERSONAS RESPONSABLES

Los suscritos manifestamos bajo protesta de decir verdad que, en el ámbito de nuestras respectivas funciones, preparamos la información relativa a la Emisora contenida en el presente Reporte Anual, la cual, a nuestro leal saber y entender, refleja razonablemente su situación. Asimismo, manifestamos que no tenemos conocimiento de información relevante que haya sido omitida o falseada en este Reporte Anual o que el mismo contenga información que pudiera inducir a error a los inversionistas.



Daniel Gerardo Montull
Director General



Guillermo Quiroz Abed
Director de Administración y Finanzas



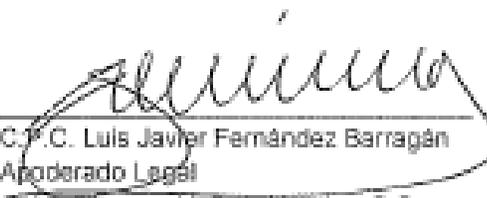
Luis Miguel Briola Clément
Director Jurídico

El suscrito manifiesta bajo protesta de decir verdad que los estados financieros de Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V. y subsidiarias que contiene el presente Reporte Anual (Ver 7) b) Estados Financieros Auditados) fueron dictaminados de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas en México. Asimismo, manifiesta que, dentro del alcance del trabajo realizado para dictaminar los estados financieros antes mencionados, no tiene conocimiento de información financiera relevante que haya sido omitida o falseada en este Reporte Anual o que el mismo contenga información que pudiera inducir a error a los inversionistas.

México D.F. a 14 de marzo de 2011.



C.P.C. Jorge Federico Alamillo Sotomayor
Auditor Externo
Socio de Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C.
Miembro de Deloitte Touche Tohmatsu



C.P.C. Luis Javier Fernández Barragán
Apoderado Legal
Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C.
Miembro de Deloitte Touche Tohmatsu

7) ANEXOS

A continuación se adjuntan al presente Reporte Anual los siguientes documentos:

- a) Opinión del Comité de Auditoría al Informe del Director General correspondiente al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2010.
- b) Estados Financieros Auditados por los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2010 y 2009.
- c) Informe del Comité de Auditoría correspondiente al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2010.

México, D. F., a 17 de marzo de 2011.

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

En mi carácter de presidente del Comité de Auditoría (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 2010.

En la opinión del Comité, las políticas y criterios contables y de información seguidos por la Sociedad y considerados en la preparación de la información financiera consolidada, son adecuados y suficientes y acordes a las normas de información financiera mexicanas. 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 2010.
Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'H. Davis', with a horizontal line underneath it.

Henry Davis Signoret
Presidente del Comité de Auditoría de
Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V.

Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias

**Dictamen de los auditores independientes y
estados financieros consolidados 2010 y 2009**

<i>Contenido</i>	<i>Página</i>
Dictamen de los auditores independientes	1
Balances generales consolidados	2
Estados consolidados de resultados	3
Estados consolidados de variaciones en el capital contable	4
Estados consolidados de flujos de efectivo	5
Notas a los estados financieros consolidados	6

**Dictamen de los auditores independientes
al Consejo de Administración y Accionistas de Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V.**

Hemos examinado los balances generales consolidados de Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias (la Compañía) al 31 de diciembre de 2010 y 2009, y los estados consolidados de resultados, de variaciones en el capital contable y de flujos de efectivo, que les son relativos, por los años que terminaron en esas fechas. Dichos estados financieros son responsabilidad de la administración de la Compañía. Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre los mismos con base en nuestras auditorías.

Nuestros exámenes fueron realizados de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas en México, las cuales requieren que la auditoría sea planeada y realizada de tal manera que permita obtener una seguridad razonable de que los estados financieros no contienen errores importantes, y de que están preparados de acuerdo con las normas de información financiera mexicanas. La auditoría consiste en el examen, con base en pruebas selectivas, de la evidencia que soporta las cifras y revelaciones de los estados financieros; asimismo, incluye la evaluación de las normas de información financiera utilizadas, de las estimaciones significativas efectuadas por la administración y de la presentación de los estados financieros tomados en su conjunto. Consideramos que nuestros exámenes proporcionan una base razonable para sustentar nuestra opinión.

En nuestra opinión, los estados financieros consolidados antes mencionados presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación financiera de Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias al 31 de diciembre de 2010 y 2009, y los resultados de sus operaciones, las variaciones en el capital contable y los flujos de efectivo, por los años que terminaron en esas fechas, de conformidad con las normas de información financiera mexicanas.

Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S. C.
Miembro de Deloitte Touche Tohmatsu Limited



C. P. C. Jorge Alamillo Sotomayor
14 de marzo de 2011

Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias

**Balances generales consolidados
Al 31 de diciembre de 2010 y 2009
(En millones de pesos)**

Activo	2010	2009
Activo circulante:		
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 3,325	\$ 4,981
Cuentas y documentos por cobrar, neto	13,118	12,430
Inventarios, neto	3,149	2,969
Pagos anticipados	440	499
Instrumentos financieros derivados	180	146
Total del activo circulante	20,212	21,025
Cuentas por cobrar a largo plazo a operadores independientes	2,140	1,940
Inmuebles, maquinaria y equipo, neto	32,028	32,763
Inversión en acciones de compañías asociadas y otras inversiones permanentes	1,553	1,479
Instrumentos financieros derivados	393	159
Impuestos a la utilidad diferidos	1,539	635
Activos intangibles, neto	19,372	19,602
Crédito mercantil	19,884	20,394
Otros activos, neto	1,948	1,669
Total	\$ 99,069	\$ 99,666
 Pasivo y capital contable		
Pasivo circulante:		
Porción circulante de la deuda a largo plazo	\$ 1,624	\$ 4,656
Cuentas por pagar a proveedores	5,954	5,341
Otras cuentas por pagar y pasivos acumulados	6,302	6,228
Cuentas por pagar a partes relacionadas	802	238
Impuesto sobre la renta	624	3,272
Participación de los trabajadores en las utilidades	709	637
Instrumentos financieros derivados	-	74
Total del pasivo circulante	16,015	20,446
Deuda a largo plazo	31,586	32,084
Instrumentos financieros derivados	231	54
Beneficios a empleados y previsión social	4,621	4,644
Participación de los trabajadores en las utilidades diferida	249	290
Impuestos a la utilidad diferidos	622	266
Otros pasivos a largo plazo	1,208	925
Total del pasivo	54,532	58,709
Capital contable:		
Capital social	8,006	8,006
Reserva para recompra de acciones	759	759
Utilidades retenidas	35,505	30,698
Efecto de conversión de operaciones extranjeras	(541)	675
Valuación de instrumentos financieros	(19)	(34)
Participación controladora	43,710	40,104
Participación no controladora	827	853
Total del capital contable	44,537	40,957
Total	\$ 99,069	\$ 99,666

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias**Estados consolidados de resultados****Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2010 y 2009****(En millones de pesos)**

	2010	2009
Ventas netas	\$ 117,163	\$ 116,353
Costo de ventas	<u>55,317</u>	<u>54,933</u>
Utilidad bruta	<u>61,846</u>	<u>61,420</u>
Gastos generales:		
Distribución y venta	42,933	41,724
Administración	<u>7,520</u>	<u>7,642</u>
	<u>50,453</u>	<u>49,366</u>
Utilidad después de gastos generales	11,393	12,054
Otros gastos, neto	950	1,176
Resultado integral de financiamiento:		
Intereses pagados, neto	2,574	2,318
Pérdida (utilidad) cambiaria, neta	94	(207)
Ganancia por posición monetaria	<u>(45)</u>	<u>(99)</u>
	2,623	2,012
Participación en los resultados de compañías asociadas	<u>87</u>	<u>42</u>
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	7,907	8,908
Impuestos a la utilidad	<u>2,363</u>	<u>2,827</u>
Utilidad neta consolidada	<u>\$ 5,544</u>	<u>\$ 6,081</u>
Participación controladora	<u>\$ 5,395</u>	<u>\$ 5,956</u>
Participación no controladora	<u>\$ 149</u>	<u>\$ 125</u>
Utilidad básica por acción ordinaria	<u>\$ 4.59</u>	<u>\$ 5.07</u>
Promedio ponderado de acciones en circulación, expresado en miles de acciones	<u>1,175,800</u>	<u>1,175,800</u>

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias

Estados consolidados de variaciones en el capital contable Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2010 y 2009 (En millones de pesos)

	Capital social	Reserva para compra de acciones	Utilidades retenidas	Efecto de conversión de operaciones extranjeras	Valuación de instrumentos financieros	Participación controladora	Participación no controladora	Total del capital contable
Saldos al 1 de enero de 2009	\$ 8,006	\$ 759	\$ 24,473	\$ 1,189	\$ (163)	\$ 34,264	\$ 710	\$ 34,974
Aumentos de capital social de la participación no controladora	-	-	-	-	-	-	99	99
Dividendos decretados	-	-	(541)	-	-	(541)	(78)	(619)
Saldos antes de utilidad integral	8,006	759	23,932	1,189	(163)	33,723	731	34,454
Utilidad neta consolidada del año	-	-	5,956	-	-	5,956	125	6,081
Efecto de valuación del año de instrumentos financieros	-	-	-	-	129	129	-	129
Efectos de conversión del año de operaciones extranjeras	-	-	-	(514)	-	(514)	(3)	(517)
Efecto de impuesto sobre la renta consolidado originado por la reforma fiscal	-	-	810	-	-	810	-	810
Utilidad integral	-	-	6,766	(514)	129	6,381	122	6,503
Saldos al 31 de diciembre de 2009	8,006	759	30,698	675	(34)	40,104	853	40,957
Dividendos decretados	-	-	(588)	-	-	(588)	(126)	(714)
Saldos antes de utilidad integral	8,006	759	30,110	675	(34)	39,516	727	40,243
Utilidad neta consolidada del año	-	-	5,395	-	-	5,395	149	5,544
Efecto de valuación del año de instrumentos financieros	-	-	-	-	15	15	-	15
Efectos de conversión del año de operaciones extranjeras	-	-	-	(1,216)	-	(1,216)	(49)	(1,265)
Utilidad integral	-	-	5,395	(1,216)	15	4,194	100	4,294
Saldos al 31 de diciembre de 2010	\$ 8,006	\$ 759	\$ 35,505	\$ (541)	\$ (19)	\$ 43,710	\$ 827	\$ 44,537

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias

Estados consolidados de flujos de efectivo

Por los años que terminaron al 31 de diciembre de 2010 y 2009

(En millones de pesos)

	2010	2009
Actividades de operación:		
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	\$ 7,907	\$ 8,908
Partidas relacionadas con actividades de inversión:		
Depreciación y amortización	3,729	3,783
Pérdida en venta de inmuebles, maquinaria y equipo	175	183
Participación en las utilidades de compañías asociadas	(87)	(42)
Deterioro de activos de larga duración	19	56
Partidas relacionadas con actividades de financiamiento:		
Intereses a cargo	3,558	3,269
Intereses a favor	(559)	(371)
Pérdida cambiaria no realizada de deuda a largo plazo	-	198
Cambios en activos y pasivos circulantes:		
Cuentas por cobrar	(1,195)	(188)
Inventarios	(183)	39
Pagos anticipados	4	(68)
Cuentas por pagar a proveedores	914	(361)
Otras cuentas por pagar y pasivos acumulados	878	(619)
Cuentas por pagar a partes relacionadas	564	134
Impuestos a la utilidad pagados	(4,415)	(2,350)
Instrumentos financieros derivados	(143)	155
Participación de los trabajadores en las utilidades	31	52
Beneficios a empleados y previsión social	178	671
Flujos netos de efectivo de actividades de operación	<u>11,375</u>	<u>13,449</u>
Actividades de inversión:		
Adquisición de inmuebles, maquinaria y equipo	(4,091)	(3,613)
Venta de inmuebles, maquinaria y equipo	116	457
Adquisición de marcas y otros activos	-	(83)
Dividendos cobrados	16	10
Inversión en acciones de asociadas	(3)	(29)
Adquisición de negocios	(2,012)	(35,140)
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	<u>(5,974)</u>	<u>(38,398)</u>
Efectivo excedente para aplicar en (a obtener de) actividades de financiamiento	<u>5,401</u>	<u>(24,949)</u>
Actividades de financiamiento:		
Préstamos obtenidos	11,625	42,397
Pago de préstamos	(14,826)	(16,262)
Intereses pagados	(2,675)	(2,682)
Pagos de cobertura de tasas de interés	(853)	(523)
Intereses cobrados	460	295
Dividendos pagados	(714)	(619)
Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento	<u>(6,983)</u>	<u>22,606</u>
Ajuste en el valor del efectivo por efecto de tipo de cambio y efectos inflacionarios	<u>(74)</u>	<u>(15)</u>
Decremento neto de efectivo y equivalentes de efectivo	(1,656)	(2,358)
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del período	<u>4,981</u>	<u>7,339</u>
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del período	<u>\$ 3,325</u>	<u>4,981</u>

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias

Notas a los estados financieros consolidados

Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2010 y 2009

(En millones de pesos)

1. La Compañía

Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias ("Grupo Bimbo" o "la Compañía") se dedica principalmente a la fabricación, distribución y venta de pan, galletas, pasteles, dulces, chocolates, botanas, tortillas y alimentos procesados.

La Compañía opera en distintas áreas geográficas que son: México, Estados Unidos de América ("EUA"), Centro y Sudamérica ("OLA"), Europa y China. Las cifras de éstas dos últimas se presentan en México debido a su poca representatividad.

En 2009 Grupo Bimbo llevó a cabo una adquisición relevante en EUA que se detalla en la Nota 2.

2. Bases de presentación

Unidad monetaria de los estados financieros - Los estados financieros y notas al 31 de diciembre de 2010 y 2009 y por los años que terminaron en esas fechas incluyen saldos y transacciones de pesos de diferente poder adquisitivo.

Consolidación de estados financieros - Al 31 de diciembre de 2010 y 2009, los estados financieros consolidados incluyen los de Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V. y los de sus subsidiarias en las que se tiene control, de las cuales, las más importantes se muestran a continuación:

Subsidiaria	% de participación	Actividad principal
Bimbo, S. A. de C. V.	97	Panificación
Bimbo Bakeries USA, Inc. ("BBU")	100	Panificación
Barcel, S. A. de C. V.	97	Dulces y botanas
Bimbo do Brasil, Ltda.	100	Panificación

Los saldos y operaciones importantes entre las compañías consolidadas han sido eliminados en estos estados financieros consolidados.

Durante 2010 y 2009, las ventas netas de Bimbo, S. A. de C. V. y Barcel, S. A. de C. V., que se encuentran en México, representaron aproximadamente el 47% y 45%, respectivamente, de las ventas netas consolidadas. Las ventas netas de BBU en EUA durante dichos períodos representaron el 40% y 42%, respectivamente, de las ventas netas consolidadas.

Adquisiciones - Durante 2010 y 2009, la Compañía realizó la adquisición de los siguientes negocios:

Empresa	País	Monto de la operación	Fecha
2010: Negocios varios	México y China	\$ <u>2,012</u>	Varias

Adquisiciones de negocios

El 2 de diciembre de 2010 Grupo Bimbo adquirió los principales activos del negocio denominado "Dulces Vero". La adquisición de estos activos fortalece la posición de la Compañía en el mercado mexicano de confitería a través de su subsidiaria Barcel, además de apoyar la estrategia de llegar a todos los segmentos socio-demográficos. La valuación de los activos adquiridos y pasivos asumidos se encuentra en proceso al 31 de diciembre de 2010, misma que concluirá durante 2011. Asimismo se adquirió un negocio adicional en China, dedicado a la panificación, producción de galletas y pasteles, que incrementa el portafolio de operación de la Compañía en dicho país.

Sara Lee

El 9 de noviembre de 2010, la Compañía anunció que llegó a un acuerdo para adquirir la división de panificación de Sara Lee en EUA ("North American Fresh Bakery") en un valor de 959 millones de dólares estadounidenses. El cierre de la operación está sujeto a la resolución de asuntos vinculados con temas regulatorios. De no darse el cierre de la transacción dentro del plazo de un año, la Compañía podría incurrir en una penalización por cancelación de hasta cien millones de dólares estadounidenses.

La adquisición incluye la licencia de la marca ícono Sara Lee, libre de regalías, para su utilización en productos de panificación en América, Asia, África y países de Europa del Este y Central, así como una gama de marcas regionales con alto reconocimiento en sus mercados locales.

2009:

Bimbo Foods, Inc. (antes Weston Foods, Inc.)	EUA	\$	35,014	21 de enero
Negocios y activos varios	Varios		<u>188</u>	Varias
		\$	<u>35,202</u>	

Adquisición de Bimbo Foods, Inc. ("BFI")

El 10 de diciembre de 2008, Dunedin Holdings, S. A. R. L., Glendock Finance Company y otras entidades legales, todas subsidiarias de George Weston Limited, y Grupo Bimbo suscribieron un contrato de compra-venta, mediante el cual Grupo Bimbo convino adquirir el 100% de las acciones representativas del capital social de Weston Foods Inc. ("WFI"), así como otros activos, incluyendo marcas y cuentas por cobrar relacionadas con las operaciones de WFI, que es un grupo de compañías dedicados a la fabricación y distribución de pan en la parte este de los EUA. La fecha de cierre de dicho contrato fue el 21 de enero de 2009, fecha en la cual se cumplieron todos los requisitos establecidos en el mismo.

Esta operación forma parte de la estrategia de crecimiento de Grupo Bimbo para consolidar su plataforma global y se encuentra en línea con su visión de convertirse en una compañía líder mundial en panificación y una de las más importantes empresas alimenticias a nivel internacional. El crédito mercantil resultante de la adquisición, el cual no tiene efectos fiscales, ascendió a \$13,775 y se atribuye principalmente a sinergias que se estima que resultarán con las actuales operaciones de Grupo Bimbo en los EUA.

El contrato estableció indemnizaciones en ciertos casos, tanto para el comprador como para el vendedor. Entre otras, incluyó un pago final de parte del comprador al vendedor por ajustes al capital de trabajo por 29 millones de dólares estadounidenses y el comprador ejercería una indemnización hacia el vendedor de hasta 42.5 millones de dólares estadounidenses si ciertas contingencias se materializaban, de las cuales un monto de aproximadamente 15.5 millones de dólares estadounidenses han prescrito sin efectos para la Compañía.

El precio de compra de las acciones de WFI y de ciertos activos ascendió a 2,505 millones de dólares estadounidenses.

Fuentes de Financiamiento

Para esta adquisición, la Compañía obtuvo un financiamiento por un monto equivalente a 2,300 millones de dólares estadounidenses que fue estructurado con un crédito puente por un monto equivalente a 600 millones de dólares estadounidenses con vencimiento a un año, el cual fue pagado en junio de 2009 con recursos provenientes de las colocaciones de certificados bursátiles en la Bolsa Mexicana de Valores; y un crédito a largo plazo por el equivalente a 1,700 millones de dólares estadounidenses, compuesto por dos tramos equivalentes a 900 y 800 millones de dólares estadounidenses cuyos vencimientos son a 3 y 5 años, respectivamente (ver Nota 11, Deuda a largo plazo). El remanente del precio de compra por 205 millones de dólares estadounidenses, fue pagado con recursos propios.

Los diversos contratos que documentan en forma definitiva el financiamiento contienen ciertas limitaciones para incurrir en pasivos adicionales y otras restricciones financieras; asimismo, las obligaciones de pago de Grupo Bimbo al amparo de dichos contratos están garantizadas mediante algunas de sus subsidiarias.

Efectos contables de la adquisición de Bimbo Foods, Inc.

El proceso de valuación y registro de la adquisición se realizó de conformidad con la Norma de Información Financiera NIF B-7 "Adquisiciones de Negocios". El proceso de asignación de valores razonables fue concluido el 31 de diciembre de 2009 e incorporados a los estados financieros consolidados que terminaron en esa fecha.

La administración de la Compañía se apoyó en especialistas independientes para determinar los valores razonables de los activos netos adquiridos, incluyendo la determinación de las vidas útiles de los activos de vida definida, considerando las reglas de valuación de las Normas de Información Financiera Mexicanas ("NIF").

En virtud de que la adquisición de Bimbo Foods, Inc., se efectuó el 21 de enero de 2009, la Administración considera que los estados financieros son comparativos en ambos años, pues la distorsión de los 21 días no consolidados en 2009 no se considera material.

Conversión de estados financieros de subsidiarias en moneda extranjera - Para consolidar los estados financieros de subsidiarias extranjeras (ubicadas principalmente en EUA y varios países de Latinoamérica, que representan el 52% y 55% de las ventas netas consolidadas en 2010 y 2009, y el 64% y 65% de los activos totales en 2010 y 2009, respectivamente), éstos se modifican en la moneda de registro para presentarse bajo NIF mexicanas, excepto por la aplicación de la NIF B-10 cuando la operación extranjera opera en un entorno inflacionario, ya que las normas de esta NIF se aplican a los estados financieros convertidos en moneda funcional. Los estados financieros se convierten a pesos mexicanos, considerando las siguientes metodologías:

Las operaciones extranjeras que operan en un entorno no inflacionario cuya moneda de registro y funcional es la misma, convierten sus estados financieros utilizando los siguientes tipos de cambio: 1) de cierre para los activos y pasivos, 2) histórico para el capital contable y 3) el de la fecha de devengamiento para los ingresos, costos y gastos. En 2010 y 2009, los efectos de conversión se registran en el capital contable.

Las operaciones extranjeras que operan en un entorno inflacionario cuya moneda de registro y funcional es la misma, primero reexpresan sus estados financieros en moneda de poder adquisitivo al cierre del ejercicio, utilizando el índice de precios del país de origen de la moneda funcional, y posteriormente los convierten utilizando el tipo de cambio de cierre para todas las partidas. Los efectos de conversión se registran en el capital contable.

La integración del saldo final del efecto acumulado por conversión y su efecto en los impuestos a la utilidad, es como sigue:

Compañía	2 0 1 0		
	Importe	Impuestos a la utilidad	Importe neto
Saldo inicial del efecto por conversión	\$ 937	\$ (262)	\$ 675
Efecto de conversión del período	(3,214)	965	(2,249)
Resultado de cobertura económica neta	<u>1,476</u>	<u>(443)</u>	<u>1,033</u>
Saldo final	<u>\$ (801)</u>	<u>\$ 260</u>	<u>\$ (541)</u>

Compañía	2 0 0 9		
	Importe	Impuestos a la utilidad	Importe neto
Saldo inicial del efecto por conversión	\$ 1,699	\$ (510)	\$ 1,189
Efecto de conversión del período	(1,754)	546	(1,208)
Resultado de cobertura económica neta	<u>992</u>	<u>(298)</u>	<u>694</u>
Saldo final	<u>\$ 937</u>	<u>\$ (262)</u>	<u>\$ 675</u>

La moneda funcional de la Compañía es el peso mexicano. Debido a que la Compañía mantiene inversiones en subsidiarias en el extranjero, cuya moneda funcional no es el peso mexicano, se encuentra expuesta a un riesgo de conversión de moneda extranjera. Asimismo, se han contratado activos y pasivos monetarios denominados en diversas monedas, principalmente en dólares estadounidenses, por lo que existe una exposición al riesgo cambiario, atribuible a operaciones comerciales y proveeduría de insumos, durante el curso normal del negocio.

La política de administración de riesgos en materia de riesgo cambiario consiste en cubrir los flujos de efectivo esperados, principalmente el de las compras futuras de materia prima. Dichas compras futuras cumplen con los requisitos para ser consideradas como exposiciones asociadas con operaciones pronosticadas "altamente probables" para efectos de la contabilidad de coberturas. Cuando la compra futura se lleva a cabo, la Compañía ajusta el monto del elemento no financiero que se encontraba cubierto.

La cobertura a este riesgo de conversión cambiaria se mitiga a través de la designación de uno o más préstamos denominados en estas monedas no funcionales, como cobertura cambiaria de la exposición de conversión cambiaria, siguiendo el modelo de contabilización de cobertura sobre la inversión neta en subsidiarias en el extranjero (Resultado de cobertura económica neta).

Utilidad integral - La utilidad integral es la modificación del capital contable durante el ejercicio por conceptos que no son distribuciones o movimientos del capital contribuido; se integra por la utilidad neta consolidada del ejercicio más otras partidas que representan una ganancia o pérdida del mismo período, las cuales se presentan directamente en el capital contable sin afectar el estado de resultados. Las otras partidas de utilidad integral están representadas por los efectos de conversión de operaciones extranjeras y los efectos no realizados de valuación de instrumentos derivados en 2010 y 2009, y por el efecto de impuesto sobre la renta consolidado originado por la reforma fiscal en 2009. Al momento de realizarse los activos y pasivos que originaron las otras partidas de la utilidad integral, estas últimas se reconocen en el estado de resultados, excepto por el efecto de conversión de inversión neta.

Clasificación de costos y gastos - Se presentan atendiendo a su función debido a que esa es la práctica del sector al que pertenece la Compañía.

Utilidad después de gastos generales - Se obtiene de disminuir a las ventas netas el costo de ventas y los gastos generales. Aún cuando la NIF B-3, Estado de Resultados, no lo requiere, se incluye este renglón en los estados de resultados consolidados que se presentan ya que contribuye a un mejor entendimiento del desempeño económico y financiero de la Compañía.

Reclasificaciones - Los estados financieros por el año que terminó el 31 de diciembre de 2009 han sido reclasificados en ciertos rubros para conformar su presentación con la utilizada en 2010, siendo la más relevante la que neteaba el saldo de impuestos por recuperar con el de impuestos por pagar hasta el 31 de diciembre de 2009; sin embargo, a partir de 2010 la Compañía definió que en algunos casos por tratarse de impuestos de distinta naturaleza, los saldos serán pagados y recuperados de manera independiente, por lo que en 2010 se presentaron los impuestos por pagar y recuperar de acuerdo a este análisis, aplicándose retrospectivamente este efecto en el balance general de 2009. El efecto de la reclasificación del balance general consolidado de 2009 antes mencionada, ascendió a \$2,825, incrementando en el mismo monto los impuestos por recuperar en cuentas por cobrar y el de otras cuentas por pagar y pasivos acumulados.

3. Resumen de las principales políticas contables

Los estados financieros consolidados adjuntos cumplen con las NIF mexicanas. Su preparación requiere que la administración de la Compañía efectúe ciertas estimaciones y utilice determinados supuestos para valuar algunas de las partidas de los estados financieros y para efectuar las revelaciones que se requieren en los mismos. Sin embargo, los resultados reales pueden diferir de dichas estimaciones. La administración de la Compañía, aplicando el juicio profesional, considera que las estimaciones y supuestos utilizados fueron los adecuados en las circunstancias. Las principales políticas contables seguidas por la Compañía son las siguientes:

a. Cambios contables

A partir del 1 de enero de 2010, la Compañía adoptó las siguientes nuevas NIF:

NIF C-1, Efectivo y equivalentes de efectivo.- Requiere la presentación del efectivo y equivalentes de efectivo restringido en el rubro de efectivo y equivalentes de efectivo, a diferencia del Boletín C-1, que requería la presentación en forma separada; sustituye el término de inversiones temporales a la vista por el de inversiones disponibles a la vista y considera como una característica de este tipo de inversiones el vencimiento hasta de tres meses a partir de la fecha de adquisición.

Mejoras a las NIF 2010. Las principales mejoras que generan cambios contables, son:

NIF B-1, Cambios contables y correcciones de errores.- Se amplían las revelaciones cuando la Compañía aplica una nueva norma particular.

NIF B-2, Estado de flujos de efectivo.- Se requiere mostrar en un renglón por separado, denominado efectos por cambios en el valor del efectivo, los efectos en los saldos de efectivo y equivalentes de efectivo por cambios en su valor resultantes de fluctuaciones en el tipo de cambio y en su valor razonable, además de los efectos por conversión a la moneda de informe de los saldos y flujos de efectivo de operaciones extranjeras y de los efectos de inflación asociados con los saldos y flujos de efectivo de cualquiera de las entidades que conforman la entidad y que se encuentre en un entorno económico inflacionario.

NIF B-7, Adquisiciones de negocios.- Se precisa que el reconocimiento de activos intangibles o provisiones cuando el negocio adquirido tiene un contrato en condiciones favorables o desfavorables en relación con el mercado, sólo procede cuando el negocio adquirido es el arrendatario y el contrato es de arrendamiento operativo. Este cambio contable se reconoce en forma retrospectiva sin ir más allá del 1 de enero de 2010.

NIF C-7, Inversiones en asociadas y otras inversiones permanentes. - Se modifica la forma mediante la cual se determinan los efectos derivados de incrementos en el porcentaje de participación en una asociada. Asimismo, se establece que los efectos determinados por incrementos o disminuciones en el porcentaje de participación en la asociada se deben reconocer en el rubro de participación en los resultados de asociadas y no en el rubro de partidas no ordinarias.

NIF C-13, Partes relacionadas. - Se requiere que en caso de que la controladora directa o la controladora principal de la entidad informante no emitan estados financieros disponibles para uso público, la entidad informante debe revelar el nombre de la controladora, directa o indirecta, más próxima, que emita estados financieros disponibles para uso público.

- b. Reconocimiento de los efectos de la inflación** - La inflación acumulada en México de los tres ejercicios anuales anteriores es inferior al 26% por lo tanto, el entorno económico califica como no inflacionario. A partir del 1 de enero de 2008 la Compañía suspendió el reconocimiento de los efectos de la inflación en los estados financieros consolidados, excepto por aquellos que corresponden a las subsidiarias que operan en entornos inflacionarios; sin embargo, los activos, pasivos y capital contable al 31 de diciembre de 2010 y 2009 incluyen los efectos de reexpresión reconocidos en todas las operaciones hasta el 31 de diciembre de 2007.

La inflación acumulada en la mayoría de los países en donde opera la Compañía, aparte de México, de los tres ejercicios anuales anteriores es también inferior al 26% por lo que califican como no inflacionarios; sin embargo, existen países donde opera la Compañía que su entorno califica como inflacionario, cuyas inflaciones de los tres ejercicios anuales anteriores y por los cuales se reconocieron los efectos de la inflación en 2010 y 2009, son las siguientes:

	2010	2009
Argentina	26%	28%
Costa Rica	31%	38%
Venezuela	100%	87%
Nicaragua	34%	49%

Y las inflaciones de los tres ejercicios anuales anteriores de los países que su entorno califica como inflacionario en 2009 y por los cuales se reconocieron los efectos de la inflación únicamente en 2009, son las siguientes:

	2009
Uruguay	26%
Guatemala	26%
Honduras	27%
Paraguay	28%

Hasta el 31 de diciembre de 2007 en todas las operaciones y a partir del 1 de enero de 2008 sólo por aquellas bajo entorno económico inflacionario, el reconocimiento de los efectos de la inflación resultó principalmente, en ganancias o pérdidas por inflación sobre partidas no monetarias y monetarias, que se presentan en los estados financieros bajo los dos rubros siguientes:

- **Resultado por posición monetaria** - Representa la erosión del poder adquisitivo de las partidas monetarias originada por la inflación; se calcula aplicando factores derivados de los índices de inflación de cada país a la posición monetaria neta mensual. La ganancia se origina de mantener una posición monetaria pasiva neta.

- c. Efectivo y equivalentes de efectivo** - Consisten principalmente en depósitos bancarios en cuentas de cheques e inversiones en valores a corto plazo, de gran liquidez, fácilmente convertibles en efectivo, con vencimiento hasta de tres meses a partir de su fecha de

adquisición y sujetos a riesgos poco significativos de cambios en valor. El efectivo se presenta a valor nominal y los equivalentes de efectivo están representados principalmente por inversiones en instrumentos de deuda gubernamental con vencimiento diario.

- d. **Inventarios y costo de ventas** - Los inventarios de las entidades que operan en entornos económicos no inflacionarios, se valúan al menor de su costo o valor de realización. En aquellas subsidiarias que operan en entornos económicos inflacionarios, los inventarios se valuaron a costos promedio, que fueron similares a su valor de reposición sin exceder su valor de realización, y el costo de ventas al último costo de producción real, que fue similar al costo de reposición al momento de su venta.
- e. **Inmuebles, maquinaria y equipo** - Se registran al costo de adquisición en las entidades bajo entornos económicos no inflacionarios. Los saldos que provienen de adquisiciones realizadas hasta el 31 de diciembre de 2007 en todas las operaciones, y actualmente de los que provienen de las subsidiarias que operan en entornos económicos inflacionarios, se actualizaron aplicando factores derivados de los índices de inflación de cada país hasta esa fecha. La depreciación se calcula conforme al método de línea recta con base en las vidas útiles de los siguientes activos:

Edificios	5
Equipo de fabricación	8, 10 y 35
Vehículos	10 y 25
Equipo de oficina	10
Equipo de cómputo	30

- f. **Inversión en acciones de asociadas y otras inversiones permanentes** - Las inversiones permanentes en las entidades en las que se tiene influencia significativa, se reconocen inicialmente con base en el valor razonable neto de los activos y pasivos identificables de la entidad a la fecha de la adquisición. Dicho valor es ajustado con posterioridad al reconocimiento inicial por la porción correspondiente tanto de las utilidades o pérdidas integrales de la asociada como de la distribución de utilidades o reembolsos de capital de la misma. Cuando el valor razonable de la contraprestación pagada es mayor que el valor de la inversión en la asociada, la diferencia corresponde al crédito mercantil, el cual se presenta como parte de la misma inversión. Cuando el valor razonable de la contraprestación pagada es menor que el valor de la inversión, éste último se ajusta al valor razonable de la contraprestación pagada. En caso de presentarse indicios de deterioro las inversiones en asociadas se someten a pruebas de deterioro.

Aquellas inversiones permanentes efectuadas por la Compañía en entidades en las que no tiene el control conjunto, ni influencia significativa inicialmente se registran al costo de adquisición y los dividendos recibidos se reconocen en los resultados del periodo salvo que provengan de utilidades de periodos anteriores a la adquisición, en cuyo caso se disminuyen de la inversión permanente.

- g. **Deterioro de activos de larga duración en uso** - La Compañía revisa el valor en libros de los activos de larga duración en uso, ante la presencia de algún indicio de deterioro que pudiera indicar que el valor en libros pudiera no ser recuperable, considerando el mayor del valor presente de los flujos netos de efectivo futuros o el precio neto de venta en el caso de su eventual disposición. El deterioro se registra si el valor en libros excede al mayor de los valores antes mencionados. Los indicios de deterioro que se consideran para estos efectos son, entre otros, las pérdidas de operación o flujos de efectivo negativos en el periodo si es que están combinados con un historial o proyección de pérdidas, depreciaciones y amortizaciones cargadas a resultados que en términos porcentuales, en relación con los ingresos, sean substancialmente superiores a las de ejercicios anteriores, efectos de obsolescencia, reducción en la demanda de los productos que se fabrican, competencia y otros factores económicos y legales. Durante 2009 se reconoció un deterioro de la operación de República Checa por \$56. Esta operación fue vendida en enero de 2010 y el monto de la desinversión no es representativo para Grupo Bimbo. En 2010 se reconoció deterioro de

ciertas marcas por \$19.

- h. **Política de administración de riesgos financieros** - La Compañía, dentro del marco de sus operaciones cotidianas, se encuentra expuesta a riesgos intrínsecos a distintas variables de tipo financiero, así como a variaciones en el precio de algunos insumos que cotizan en mercados formales internacionales. En virtud de lo anterior, la Compañía utiliza instrumentos financieros derivados para mitigar el posible impacto de fluctuaciones en dichas variables y precios sobre sus resultados. La Compañía considera que dichos instrumentos otorgan flexibilidad que permite una mayor estabilidad de ingresos y una mejor visibilidad y certidumbre con relación a los costos y gastos que se habrán de solventar en el futuro.

El diseño e implementación de la estrategia de contratación de instrumentos financieros derivados recae formalmente en dos órganos: 1) El Comité de Riesgos Financieros, responsable de la administración de riesgo de tasas de interés y tipo de cambio y, 2) El Subcomité de Riesgo de Mercado de Materias Primas, encargado de administrar el riesgo de materias primas. Ambos órganos reportan de manera continua sus actividades al Comité Corporativo de Riesgos de Negocio, quien se encarga de dictar los lineamientos generales de la estrategia de administración de riesgos de la Compañía, así como de establecer límites y restricciones a las operaciones que estos pueden realizar. El Comité Corporativo de Riesgos de Negocio, a su vez, reporta las posiciones de riesgo de la Compañía al Comité de Auditoría y al Comité Directivo.

La política de la Compañía sobre la contratación de instrumentos financieros derivados, es que sus objetivos sean exclusivamente de cobertura. Esto es, la eventual contratación de un instrumento financiero derivado debe de estar necesariamente asociado a una posición primaria que represente algún riesgo. Consecuentemente, los montos nominales de uno o todos los instrumentos financieros derivados contratados para la cobertura de cierto riesgo serán consistentes con las cantidades de las posiciones primarias que representan una posición de riesgo.

La Compañía no realiza operaciones en las que el beneficio pretendido o fin perseguido sean los ingresos por primas. Si la Compañía decide llevar a cabo una estrategia de cobertura en donde se combinen opciones, el pago neto de las primas asociadas deberá representar un egreso para la Compañía.

- i. **Instrumentos financieros derivados** - La Compañía valúa todos los derivados en el balance general a valor razonable, independientemente del propósito de su tenencia. El valor razonable se determina con base en precios de mercados reconocidos y cuando los instrumentos no cotizan en un mercado, se determina con base en técnicas de valuación aceptadas en el ámbito financiero.

Los derivados designados como cobertura reconocen los cambios en valuación de acuerdo al tipo de cobertura de que se trate: (1) cuando son de cobertura de valor razonable, las fluctuaciones tanto del derivado como de la partida cubierta se valúan a valor razonable y se reconocen en resultados; (2) cuando son de cobertura de flujo de efectivo, la porción efectiva se reconoce temporalmente en la utilidad integral y se aplica a resultados cuando la partida cubierta los afecta; la porción inefectiva se reconoce de inmediato en resultados; (3) cuando la cobertura es de una inversión en una subsidiaria extranjera, la porción efectiva se reconoce en la utilidad integral como parte del ajuste acumulado por conversión; la porción no efectiva de la ganancia o pérdida del instrumento de cobertura se reconoce en los resultados del periodo, si es un instrumento financiero derivado y, si no lo es, se reconoce en la utilidad integral hasta que se enajene o transfiera la inversión.

La Compañía principalmente utiliza swaps de tasa de interés para administrar su exposición a las fluctuaciones de tasas de interés y de moneda extranjera de sus financiamientos; así como futuros y opciones para fijar el precio de compra de materias primas o insumos utilizados en la producción. Los derivados son contratados con la finalidad de cubrir riesgos y cumplen con todos los requisitos de cobertura, por lo que se documenta su designación al inicio de la operación de cobertura, describiendo el objetivo, estrategia,

características, reconocimiento contable y como se llevará a cabo la medición de la efectividad, aplicables a esa operación. La negociación con instrumentos derivados se realiza sólo con instituciones de reconocida solvencia y se han establecido límites para cada institución.

Los instrumentos financieros derivados de cobertura se registran como un activo o pasivo sin compensarlos con la partida cubierta.

- j. **Crédito mercantil** - Se reconoce al costo de adquisición, en la moneda local de origen y se actualizó hasta el 31 de diciembre de 2007 aplicando el índice de inflación de cada país. En las subsidiarias que operan en entornos económicos inflacionarios se continúa actualizando aplicando el índice de inflación correspondiente. El crédito mercantil no se amortiza pero se sujeta, cuando menos anualmente, a pruebas de deterioro.
- k. **Activos intangibles** - Se integra principalmente por marcas, derechos de uso y relaciones con clientes. Se reconocen al costo de adquisición en la moneda de origen y se actualizaron hasta el 31 de diciembre de 2007 aplicando el índice de inflación de cada país. En las subsidiarias que operan en entornos económicos inflacionarios se continúa actualizando aplicando el índice de inflación correspondiente. Este rubro se integra principalmente por la adquisición de los negocios en EUA y algunas marcas en Sudamérica. Las marcas y derechos de uso no se amortizan pero se sujetan cuando menos anualmente, a pruebas de deterioro. Al 31 de diciembre de 2010 la Compañía reconoció un deterioro en ciertas marcas por \$19. Las relaciones con clientes tienen una vida útil estimada de 18 años y su método de amortización es en línea recta con base en su vida útil. Al 31 de diciembre de 2010 y 2009 la amortización del año registrada por los activos intangibles con vida definida fue de \$258 y \$257, respectivamente.
- l. **Provisiones** - Se reconocen cuando se tienen una obligación presente como resultado de un evento del pasado, que probablemente resulte en la salida de recursos económicos y que pueda ser estimada razonablemente.
- m. **Beneficios directos a los empleados** - Se valúan en proporción a los servicios prestados, considerando los sueldos actuales y se reconoce el pasivo conforme se devengan. Incluye principalmente participación de los trabajadores en las utilidades ("PTU") por pagar, ausencias compensadas, como vacaciones y prima vacacional, e incentivos y se incluyen en el rubro de Otras cuentas por pagar y pasivos acumulados.
- n. **Beneficios a los empleados por terminación, al retiro y previsión social** - El pasivo por primas de antigüedad, pensiones e indemnizaciones por terminación de la relación laboral se registra conforme se devenga, el cual se calcula por actuarios independientes con base en el método de crédito unitario proyectado utilizando tasas de interés nominales.

El pasivo de previsión social cubre gastos médicos que los empleados elegibles en EUA incurran con posterioridad a su retiro. Dicho pasivo se registra con base en la información histórica de la Compañía conforme a cálculos actuariales.
- o. **Participación de los trabajadores en las utilidades** - La PTU se registra en los resultados del año en que se causa y se presenta en el rubro de otros gastos en los estados de resultados adjuntos. La PTU diferida que se genera en las subsidiarias en México, se determina por las diferencias temporales que resultan de la comparación de los valores contables y fiscales de los activos y pasivos.
- p. **Impuestos a la utilidad** - El impuesto sobre la renta ("ISR") en cada país y el impuesto empresarial de tasa única ("IETU") en México si es mayor al ISR, se registran en los resultados del año en que se causan. Para reconocer el impuesto diferido de las operaciones en México, se determina si, con base en proyecciones financieras, la Compañía causará ISR o IETU y reconoce el impuesto diferido que corresponda al impuesto que esencialmente pagará. El impuesto diferido se reconoce aplicando la tasa correspondiente a las diferencias temporales que resultan de la comparación de los valores contables y fiscales de los activos y pasivos, y en su caso, se incluyen los beneficios de las pérdidas fiscales por amortizar y de algunos créditos fiscales. El impuesto diferido activo se registra sólo cuando existe alta probabilidad de que pueda recuperarse.

- q. **Impuesto al activo** - El impuesto al activo (“IMPAC”) que se causaba en México hasta 2007 que se espera recuperar, se registra como un crédito fiscal y se presenta en el balance general en el rubro de impuestos diferidos.
- r. **Transacciones en moneda extranjera** - Las transacciones en moneda extranjera se registran al tipo de cambio vigente a la fecha de su celebración. Los activos y pasivos monetarios en moneda extranjera se valúan en moneda nacional al tipo de cambio vigente a la fecha de los estados financieros. Las fluctuaciones cambiarias se registran en los resultados, salvo las transacciones que han sido designadas como de cobertura por una inversión en el extranjero.
- s. **Reconocimiento de ingresos** - Los ingresos por ventas se reconocen en el momento en el que se transfieren los riesgos y beneficios de los productos a los clientes que los adquieren, lo cual generalmente ocurre cuando se entregan al cliente y éste asume responsabilidad sobre los mismos. La Compañía descuenta de las ventas los gastos de mercantilización tales como promociones de productos.
- t. **Utilidad por acción** - La utilidad básica por acción ordinaria se calcula dividiendo la utilidad neta mayoritaria entre el promedio ponderado de acciones en circulación durante el ejercicio.

4. Cuentas y documentos por cobrar

	2010	2009
Clientes y agencias	\$ 7,249	\$ 7,059
Estimación para cuentas de cobro dudoso	<u>(310)</u>	<u>(290)</u>
	6,939	6,769
Documentos por cobrar	601	513
Impuesto sobre la renta, impuesto al valor agregado y otros impuestos por recuperar	4,021	3,434
Deudores diversos	338	393
Sanalp 2005, S. L., parte relacionada	1,092	1,178
Madera, L. L. C., parte relacionada	<u>127</u>	<u>143</u>
	<u>\$ 13,118</u>	<u>\$ 12,430</u>

5. Inventarios

	2010	2009
Productos terminados	\$ 1,095	\$ 768
Ordenes en proceso	94	75
Materias primas, envases y envolturas	1,735	1,725
Otros almacenes	47	102
Estimación de inventarios	<u>(1)</u>	<u>(3)</u>
	2,970	2,667
Anticipos a proveedores	17	41
Materias primas en tránsito	<u>162</u>	<u>261</u>
	<u>\$ 3,149</u>	<u>\$ 2,969</u>

6. Cuentas por cobrar a largo plazo a operadores independientes

La Compañía ha vendido ciertos derechos de distribución en Estados Unidos de América a anteriores empleados de la Compañía y a terceras partes (ambos, “operadores independientes”).

La Compañía financia el 90% del valor de los derechos de distribución vendidos a los operadores independientes, cuya cuenta por cobrar que se genera devenga intereses en un rango de 9.75% y 10.75%. Los derechos son pagaderos en 120 mensualidades.

7. Inmuebles, maquinaria y equipo

	2010	2009
Edificios	\$ 11,221	\$ 12,893
Equipo de fabricación	29,488	28,915
Vehículos	8,430	8,070
Equipo de oficina	638	593
Equipo de cómputo	<u>2,044</u>	<u>1,815</u>
	51,821	52,286
Menos- Depreciación acumulada	<u>(25,298)</u>	<u>(23,411)</u>
	26,523	28,875
Terrenos	3,550	2,717
Construcciones en proceso y maquinaria en tránsito	<u>1,955</u>	<u>1,171</u>
	<u>\$ 32,028</u>	<u>\$ 32,763</u>

8. Inversión en acciones de compañías asociadas y otras inversiones permanentes

Al 31 de diciembre de 2010 y 2009, la inversión en acciones de asociadas y otras inversiones permanentes se integra como sigue:

Asociadas	% de participación	2010	2009
Beta San Miguel, S. A. de C. V.	8	\$ 378	\$ 327
Mundo Dulce, S. A. de C. V.	50	291	320
Fábricas de Galletas La Moderna, S. A. de C. V.	50	255	261
Grupo La Moderna, S. A. de C. V.	3	156	140
Congelación y Almacenaje del Centro, S. A. de C. V.	15	83	79
Fin Común, S. A. de C. V.	30	79	71
Productos Rich, S. A. de C. V.	18	78	72
Grupo Altex, S. A. de C. V.	11	70	70
Ovoplus, S. A. de C. V.	25	52	54
Innovación en Alimentos, S. A. de C. V.	50	28	25
Pierre, L. L. C.	30	14	15
Otras	Varios	<u>69</u>	<u>45</u>
		<u>\$ 1,553</u>	<u>\$ 1,479</u>

9. Activos intangibles

La integración de los activos intangibles por área geográfica es la siguiente:

	2010	2009
México	\$ 2,016	\$ 1,039
EUA	16,349	17,532
OLA	<u>1,007</u>	<u>1,031</u>
	<u>\$ 19,372</u>	<u>\$ 19,602</u>

Al 31 de diciembre de 2010 y 2009 la integración por concepto de los activos intangibles es la siguiente:

	Promedio de vida útil	2010	2009
Marcas	Indefinida	\$ 15,779	\$ 15,533
Derechos de uso	Indefinida	<u>36</u>	<u>38</u>
		15,815	15,571
Relaciones con clientes	18 años	3,794	4,009
Licencias y software	8 y 2 años	247	261
Acuerdos de no competencia	5 años	<u>17</u>	<u>18</u>
		4,058	4,288
Amortización acumulada		<u>(501)</u>	<u>(257)</u>
		<u>3,557</u>	<u>4,031</u>
		<u>\$ 19,372</u>	<u>\$ 19,602</u>

Los movimientos de las marcas durante los años de 2010 y 2009 fueron los siguientes:

	2010	2009
Saldo al 1 de enero	\$ 15,533	\$ 4,762
Adquisiciones	1,001	10,668
Deterioro	(19)	-
Retiros	-	(6)
Ajuste por variación en tipo de cambio	<u>(736)</u>	<u>109</u>
Saldo al 31 de diciembre	<u>\$ 15,779</u>	<u>\$ 15,533</u>

10. Crédito mercantil

La integración del crédito mercantil por área geográfica es la siguiente:

	2010	2009
México	\$ 1,258	\$ 753
EUA	16,919	17,871
OLA	<u>1,707</u>	<u>1,770</u>
	<u>\$ 19,884</u>	<u>\$ 20,394</u>

Los movimientos del crédito mercantil durante los años de 2010 y 2009 fueron los siguientes:

	2010	2009
Saldo al 1 de enero	\$ 20,394	\$ 6,488
Adquisiciones	517	13,775
Ajuste por variación en tipo de cambio	<u>(1,027)</u>	<u>131</u>
Saldo al 31 de diciembre	<u>\$ 19,884</u>	<u>\$ 20,394</u>

11. Deuda a largo plazo

	2010	2009
Línea de crédito comprometida Revolvente (Multimoneda) -		
El 20 de julio de 2005 la Compañía celebró un convenio modificatorio a un contrato de línea revolvente y comprometida de fecha 21 de mayo de 2004, estableciéndose el importe disponible en 600 millones de dólares estadounidenses. La vigencia de la línea fue de 5 años por lo que su fecha de vencimiento fue en julio de 2010, por lo que al 31 de diciembre de 2010 el crédito ha sido liquidado en su totalidad.	\$ -	\$ 3,918
Certificados bursátiles - Durante 2009 la Compañía emitió certificados bursátiles (pagaderos a su vencimiento) para refinanciar deuda a corto plazo contratada a principios de 2009 para la adquisición de BFI, dichas emisiones se sumaron a aquellas emitidas durante 2002. Al 31 de diciembre de 2010, la Compañía mantiene las siguientes emisiones de Certificados Bursátiles vigentes:		
Bimbo 09- Emitido el 15 de junio de 2009 con vencimiento en junio de 2014 con una tasa de interés aplicable a esta emisión de TIIE de 28 días más 1.55 puntos porcentuales.	5,000	5,000
Bimbo 09-2- Emitido el 15 de junio de 2009 con vencimiento en junio de 2016 con una tasa de interés fija del 10.60%.	2,000	2,000
Bimbo 09U- Emitido el 15 de junio de 2009 por un monto de 706,302,200 Unidades de Inversión ("UDIs") con vencimiento en junio de 2016, devengando una tasa de interés fija del 6.05%. El valor de la UDI al 31 de diciembre de 2010 y 2009 es de 4.5263 y 4.3401 pesos por UDI, respectivamente.	3,197	3,066
Bimbo 02-2- Emitido el 17 de mayo de 2002, con vencimiento en mayo de 2012, con una tasa de interés fija de 10.15%.	750	750
Bono Internacional - El 30 de junio de 2010 la Compañía realizó una emisión conforme a la regla 144 Regla S por 800 millones de dólares estadounidenses con vencimiento el 30 de junio de 2020. Dicho financiamiento devenga una tasa de interés fija del 4.875% con pagos semestrales. Los recursos provenientes de la presente emisión tuvieron como destino el refinanciamiento de la deuda de la Compañía, ampliando así, la vida promedio de la misma.	9,886	-

	2010	2009
<p>Crédito bancario - El 15 de enero de 2009 la Compañía contrató un crédito bancario de largo plazo por un importe equivalente a 1,700 millones de dólares estadounidenses, en el cual participa BBVA Bancomer S.A. Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero BBVA Bancomer como agente administrador y un sindicato bancario integrado a la fecha por ocho instituciones. El crédito estaba compuesto por dos tramos, el primero con vencimiento en enero de 2012 (Tramo A) y el segundo con vencimientos semestrales desde julio de 2012 hasta enero de 2014 (Tramo B). Durante el mes de julio de 2010, la Compañía utilizó los recursos provenientes de la emisión del Bono Internacional, para liquidar en su totalidad el remanente del Tramo A. La Compañía paga TIIE más 1.00 puntos porcentuales por la porción denominada en pesos mexicanos y LIBOR más 1.25 puntos porcentuales por la porción denominada en dólares estadounidenses. Del saldo insoluto, el 68% se encuentra denominado en pesos mexicanos y asciende a \$7,300 y el 32% restante, denominado en dólares estadounidenses, asciende al equivalente a \$3,436. La totalidad de los recursos obtenidos a través de este financiamiento, sumados a aquellos obtenidos del crédito puente multimoneda, fueron utilizados por Grupo Bimbo para liquidar parcialmente la adquisición de BFI.</p>	10,736	21,250
<p>Otros - Algunas subsidiarias tienen contratados otros préstamos directos, con vencimientos que fluctúan entre el 2011 y el 2012 y generan intereses a diversas tasas.</p>	1,641	756
	33,210	36,740
Menos - Porción circulante de la deuda a largo plazo	(1,624)	(4,656)
Deuda a largo plazo	\$ 31,586	\$ 32,084

Los vencimientos de la deuda a largo plazo al 31 de diciembre de 2010, son como sigue:

Años	Importe
2012	\$ 3,451
2013	5,368
2014	7,684
2016	5,197
2020	9,886
	\$ 31,586

Todas las emisiones de certificados bursátiles vigentes, el Bono Internacional y el Crédito Bancario están garantizados por las principales subsidiarias del Grupo. En los contratos de préstamo se establecen ciertas obligaciones de hacer y de no hacer para los acreditados; adicionalmente requieren que, con base en los estados financieros consolidados, se mantengan determinadas

razones y proporciones financieras. Al 31 de diciembre de 2010 y 2009, la Compañía ha cumplido con todas las obligaciones establecidas en los contratos de crédito.

12. Instrumentos financieros derivados

Se integran como sigue:

	2010	2009
Activo:		
Forwards	\$ 6	\$ 2
Futuros		
Valor razonable de trigo y aceite de soya	131	6
Valor razonable de gas natural y diesel	8	58
Forwards y opciones	-	11
Total valuación de instrumentos financieros	<u>145</u>	<u>77</u>
Cuentas de garantía	<u>35</u>	<u>69</u>
Total de instrumentos financieros derivados a corto plazo	<u>\$ 180</u>	<u>\$ 146</u>
Swaps a largo plazo	<u>\$ 393</u>	<u>\$ 159</u>
Pasivo:		
Swaps	\$ -	\$ (37)
Futuros		
Valor razonable de trigo y gas natural	-	(37)
Total instrumentos financieros derivados a corto plazo	<u>\$ -</u>	<u>\$ (74)</u>
Swaps	\$ (230)	\$ (54)
Forwards	<u>(1)</u>	<u>-</u>
Total instrumentos financieros derivados a largo plazo	<u>\$ (231)</u>	<u>\$ (54)</u>
Capital contable:		
Total valuación de instrumentos financieros de flujo de efectivo	\$ (11)	\$ 108
Contratos cerrados de futuros no consumidos	<u>(8)</u>	<u>(149)</u>
	(19)	(41)
ISR diferido, neto	<u>-</u>	<u>7</u>
Total capital contable	<u>\$ (19)</u>	<u>\$ (34)</u>

Coberturas de tasas de interés - La Compañía contrató en México swaps de tasas de interés que cambian el perfil de la deuda. Dichos derivados son designados como de cobertura de flujo de efectivo y de valor razonable y desde su designación formal de cobertura se asumió que no arrojarían ineffectividades.

Al 31 de diciembre de 2010, las características de las operaciones de los instrumentos de cobertura y su valor razonable contratados a esa fecha son:

Cifras al 31 de diciembre de 2010

Inicio	Fecha de Vencimiento	Monto nocial	Tasa de interés Pagada	Tasa de interés Cobrada	Valor razonable
Swaps que convierten deuda en pesos mexicanos a dólares estadounidenses y cambian la tasa de interés fija de pesos mexicanos a tasa de interés fija de dólares estadounidenses de los certificados bursátiles Bimbo 02-2 y Bimbo 09-2					
15 de septiembre de 2010	3 de mayo de 2012	58.6 (*)	5.70% (Dólares estadounidense s)	10.15% (Pesos)	38
13 de septiembre de 2010	6 de junio de 2016	155.5 (*)	6.35% (Dólares estadounidense s)	10.60% (Pesos)	105
Swaps que modifican tasas y moneda de los certificados bursátiles Bimbo 09U					
10 de junio de 2009	6 de junio de 2016	\$1,000	10.54% (Pesos)	6.05% (UDI)	85
24 de junio de 2009	6 de junio de 2016	\$2,000	10.60% (Pesos)	6.05% (UDI)	<u>165</u>
Total activo a largo plazo					<u>\$ 393</u>
Swaps que fijan tasas de los certificados bursátiles Bimbo 09					
26 de junio de 2009	9 de junio de 2014	\$2,000	7.43%	4.87% (TIIE)	(87)
Swaps que fijan tasas del crédito bancario a largo plazo en dólares estadounidenses					
27 de mayo de 2009	15 de enero de 2014	150 (*)	2.33% (LIBOR)	0.26% (LIBOR)	(59)
29 de mayo de 2009	13 de enero de 2012	25 (*)	1.66% (LIBOR)	0.26% (LIBOR)	(3)
29 de mayo de 2009	13 de enero de 2012	100 (*)	1.63% (LIBOR)	0.26% (LIBOR)	(12)
Swaps que fijan tasas del crédito bancario a largo plazo en pesos mexicanos					
5 de junio de 2009	13 de enero de 2012	\$1,500	6.51% (TIIE)	4.87% (TIIE)	(23)
5 de junio de 2009	15 de enero de 2014	\$1,500	7.01% (TIIE)	4.87% (TIIE)	<u>(46)</u>
Total pasivo a largo plazo					<u>\$ (230)</u>

(*) Cifras en millones de dólares estadounidenses

Con respecto a las emisiones de Certificados Bursátiles Bimbo 02-2 y Bimbo 09-2 con un monto nocial de \$750 y \$2,000 respectivamente, en septiembre de 2010 se contrataron swaps de monedas y de tasas de interés que transforman el pasivo de pesos a dólares estadounidenses. Los tipos de cambio aplicables a este instrumento son 12.79 y 12.88 y las tasas de interés fijas aplicables son 5.70% y 6.35%, respectivamente.

Con relación a la emisión de Certificados Bursátiles Bimbo 09U, entre el 10 y el 24 de junio de 2009 se contrataron dos swaps de monedas por \$1,000 y \$2,000 que en conjunto completan el monto original total de la emisión Bimbo 09U y que transforman la deuda de UDIs a pesos a una tasa fija de 10.54% y 10.60%, respectivamente.

Para cubrir el riesgo de la variabilidad de la tasa en la emisión de Certificados Bursátiles Bimbo 09, el 26 de junio de 2009 se contrató un swap por \$2,000 que fija la tasa TIIE a 7.43%, a partir del 13 de julio de 2009.

Para cubrir el riesgo de las tasas de interés en la porción en dólares estadounidenses del Tramo A del Crédito Bancario, entre el 27 y el 29 de mayo de 2009 se contrataron 3 swaps, que en conjunto sumaban un monto de 300 millones de dólares estadounidenses y fijaban la tasa LIBOR a una tasa ponderada de 1.64%. Debido al prepago de dicho pasivo, el pasado 25 de agosto se decidió terminar anticipadamente 175 millones de dólares estadounidenses, con lo que siguen vigentes 125 millones de dólares estadounidenses de este instrumento, los cuales se asignaron como cobertura del Tramo B del crédito bancario. Adicionalmente, para cubrir el riesgo de las tasas de interés de la porción en dólares estadounidenses del Tramo B del Crédito Bancario, el 27 de mayo de 2009 se contrató un swap por 150 millones de dólares estadounidenses que fija la tasa LIBOR en 2.33%.

Para cubrir el riesgo de las tasas de interés de la porción en pesos del Tramo A del Crédito Bancario, el 5 de junio de 2009 se contrató un swap por \$1,500 que fija la tasa TIIE a una tasa fija de 6.51%. Debido al prepago de dicho pasivo, el pasado 5 de agosto se reasignó este derivado al Tramo B del crédito bancario. Adicionalmente, para cubrir el riesgo de tasas de la porción en pesos del Tramo B del Crédito Bancario, el 5 de junio de 2009 se contrató un swap por \$1,500 que fija la tasa TIIE en 7.01%.

Al 31 de diciembre de 2009, las características de las operaciones de los instrumentos de cobertura y su valor razonable contratados a esa fecha son:

Cifras al 31 de diciembre de 2009

Inicio	Fecha de Vencimiento	Monto nocial	Tasa de interés Pagada	Tasa de interés Cobrada	Valor razonable
Swaps que fijan tasas de la línea revolvente en dólares estadounidenses					
23 de julio de 2008	23 de julio de 2010	125 (*)	3.82%	0.95%	\$ (37)
Swaps que modifican tasas de certificados bursátiles					
26 de junio de 2009	9 de junio de 2014	\$ 2,000	7.43%	4.95%	(8)
10 de junio de 2009	6 de junio de 2016	\$ 1,000	10.54%	6.05%	55
24 de junio de 2009	6 de junio de 2016	\$ 2,000	10.60%	6.05%	104
Swaps que fijan tasas del crédito bancario a largo plazo en dólares estadounidenses					
27 de mayo de 2009	13 de enero de 2012	100 (*)	1.63%	0.23%	(6)
29 de mayo de 2009	13 de enero de 2012	100 (*)	1.66%	0.23%	(7)
29 de mayo de 2009	13 de enero de 2012	100 (*)	1.63%	0.23%	(6)
27 de mayo de 2008	15 de enero de 2014	150 (*)	2.33%	0.23%	(10)
Swaps que fijan tasas del crédito bancario a largo plazo en pesos mexicanos					
5 de junio de 2009	13 de enero de 2012	\$ 1,500	6.51%	4.87%	(8)
5 de junio de 2009	15 de enero de 2014	\$ 1,500	7.01%	4.87%	(9)
Valor razonable neto					<u>\$ 68</u>
Total activo a largo plazo					<u>\$ 159</u>
Total pasivo a corto plazo					<u>\$ (37)</u>
Total pasivo a largo plazo					<u>\$ (54)</u>

(*) Cifras en millones de dólares estadounidenses

Coberturas de divisas “Forwards” - Al 31 de diciembre de 2010 y 2009, la Compañía tiene contratados forwards con el objeto de cubrir el flujo de efectivo de pasivos operativos y/o financieros denominados en moneda extranjera. Estos instrumentos amparan un monto notional de 24.0 y 25.3 millones de Euros al 31 de diciembre de 2010 y 2009, que fijan el tipo de cambio para la compra de divisas a un precio de \$16.3261 y \$18.6680 pesos por Euro y su valor razonable es de \$6 y \$2, al cierre de cada año, respectivamente.

Cobertura de precio de trigo, gas natural y otros insumos - La Compañía celebra contratos de futuros de trigo, gas natural y otros insumos con la finalidad de minimizar los riesgos de variación en los precios internacionales de dichos insumos. El trigo, es el principal insumo y componente de la harina que la Compañía, conjuntamente con el gas natural se utilizan para la fabricación de sus productos. Las operaciones son celebradas en mercados de commodities reconocidos y a través de su documentación formal son designadas como cobertura de flujo de efectivo por tratarse de transacciones pronosticadas.

Al 31 de diciembre de 2010 y 2009, la Compañía tiene reconocidos en la utilidad integral contratos de derivados de trigo cerrados, los cuales no se han aplicado al costo de ventas porque el trigo producto de dichos contratos no ha sido consumido para transformarlos en harina.

Al 31 de diciembre de 2010 y 2009, los contratos de futuros y sus principales características son:

Fecha de inicio	Posición	Cifras al 31 de diciembre de 2010			Región	Valor razonable
		Número	Contratos			
			Vencimiento			
Contratos de futuros para fijar el precio de compra de trigo y aceite de soya						
Noviembre 2010	Larga	1,132	Marzo 2011	México	\$ 48	
Noviembre 2010	Larga	1,160	Mayo 2011	EUA	75	
Noviembre 2010	Larga	14	Marzo 2011	OLA	1	
Varias (aceite de soya)	Larga	138	Marzo y mayo 2011	EUA	<u>7</u>	
Total activo a corto plazo					<u>\$ 131</u>	
Contratos de futuros para fijar el precio de gas natural						
Agosto a diciembre 2010	Larga	524	Junio 2011 a diciembre 2012	México	\$ 8	
Agosto a octubre 2010	Larga	315	Marzo a diciembre 2011	EUA	<u>-</u>	
Total activo a corto plazo					<u>\$ 8</u>	

Cifras al 31 de diciembre de 2009					
Fecha de inicio	Posición	Número	Vencimiento	Región	Valor razonable
Contratos de futuros para fijar el precio de compra de trigo y aceite de soya					
Agosto a noviembre 2009	Larga	814	Entre marzo y mayo 2010	México	\$ (11)
Junio a septiembre 2009	Larga	1,196	Marzo 2010	EUA	(24)
Julio a noviembre 2009	Larga	170	Marzo a julio 2010	OLA	(1)
Varias (Aceite de soya)	Larga	135	Varias	EUA	<u>6</u>
Valor razonable neto					<u>\$ (30)</u>
Total del activo a corto plazo					<u>\$ 6</u>
Total del pasivo a corto plazo					<u>\$ (36)</u>
Contratos de futuros para fijar el precio de gas y diesel					
Varias (Gas natural)	Larga	170	Varias	México	\$ 8
Varias (Diesel)	Larga	128	Varias	EUA	50
Varias (Gas natural)	Larga	193	Varias	EUA	<u>(1)</u>
Valor razonable neto					<u>\$ 57</u>
Total del activo a corto plazo					<u>\$ 58</u>
Total del pasivo a corto plazo					<u>\$ (1)</u>

Coberturas de divisas "Forwards" y opciones de compra para los contratos de coberturas de trigo - Durante 2010 y 2009, la Compañía contrató forwards de tipo de cambio, los cuales fueron designados como cobertura de las posibles variaciones en el tipo de cambio del dólar estadounidense, divisa en la cual están contratadas la mayor parte de las compras de harina de trigo. Las compras cubiertas en 2010 fueron de los meses de enero a abril de 2011 y en 2009 fueron de enero a marzo de 2010.

Cifras al 31 de diciembre de 2010						
Fecha de inicio	Vencimiento	Monto en dólares estadounidenses	Tipo de cambio contratado	Importe	Valor razonable	
						e
Octubre y noviembre 2010	Entre enero y abril 2011	60,000,000	Entre 12.3217 y 12.6117 (pesos mexicanos)	\$ 745	\$	(1)

Cifras al 31 de diciembre de 2009

Fecha de vencimiento		Monto en dólares estadounidenses	Tipo de cambio contratado	Importe	Valor razonable
Inicio	Vencimiento				
Agosto a diciembre 2009	Entre enero y marzo 2010	50,000,000	Entre 12.8295 y 13.2695 (pesos mexicanos)	\$ 647	\$ 11

Instrumentos derivados implícitos - Al 31 de diciembre de 2010 y 2009, la Compañía no tiene instrumentos derivados con características de derivados implícitos.

13. Beneficios a empleados y previsión social a largo plazo

El pasivo neto proyectado por beneficios a empleados y previsión social a largo plazo, por área geográfica, se integra como sigue:

	2010	2009
Pasivo neto proyectado en México:		
	\$ 1,008	
Por retiro		\$ 745
Por terminación	<u>113</u>	<u>56</u>
	<u>\$ 1,121</u>	<u>\$ 801</u>
Pasivo neto proyectado en EUA y OLA:		
	\$ 2,216	
Por retiro		\$ 2,584
Por terminación	200	220
Previsión social EUA	<u>1,084</u>	<u>1,039</u>
	<u>\$ 3,500</u>	<u>\$ 3,843</u>

a. México

La Compañía tiene establecido un plan de beneficios definidos para pagos de pensiones y prima de antigüedad; asimismo, tiene obligaciones por pagos por terminación laboral. La política de fondeo de la Compañía es la de hacer contribuciones discrecionales. Durante 2010 la Compañía no efectuó contribuciones a dicho plan y por 2009 la aportación ascendió a \$200.

Los pagos por prima de antigüedad, consisten en un pago único de 12 días por cada año trabajado con base al último sueldo, limitado al doble del salario mínimo establecido por ley para todo su personal, de acuerdo con lo estipulado en los contratos de trabajo. A partir de 15 años de servicio los trabajadores tendrán derecho a la prima de antigüedad contractual.

Los beneficios por terminación laboral comprenden básicamente la estimación para pagos de liquidaciones equivalente a 3 meses de sueldo por año de servicio laborado, las cuales se pagan a todos los trabajadores que causan baja involuntaria.

El pasivo relativo y el costo anual de beneficios, se calculan por actuario independiente, conforme a las bases definidas en los planes, utilizando el método de crédito unitario proyectado.

En la siguiente tabla se muestran los montos reconocidos para el plan de pensiones, prima de antigüedad y beneficios por terminación, así como la situación del fondo mostrada en el

balance general al 31 de diciembre de 2010 y 2009:

	2010	2009
Obligación por beneficios adquiridos	\$ <u>579</u>	\$ <u>514</u>
Obligación por beneficios definidos (OBD)	6,154	5,504
Menos- Activos del plan (fondo en fideicomiso)	<u>4,561</u>	<u>4,360</u>
Obligación no fondeada	1,593	1,144
Partidas pendientes de amortizar:		
Ganancia actuarial	(550)	(451)
Pasivo de transición	13	19
Servicios anteriores y modificaciones al plan	<u>65</u>	<u>89</u>
Total de partidas pendientes de amortizar	<u>(472)</u>	<u>(343)</u>
Pasivo neto proyectado	\$ <u>1,121</u>	\$ <u>801</u>

El costo neto del período se integra por:

	2010	2009
	\$ 346	
Costo de servicios del año		\$ 329
Amortización del activo de transición	(6)	(6)
Amortización de servicios anteriores y modificaciones al plan	(21)	(12)
Ganancia actuarial	(54)	(87)
Costo financiero del año	443	408
Menos- Rendimiento de los activos del fondo	<u>(373)</u>	<u>(321)</u>
Costo neto del período	\$ <u>335</u>	\$ <u>311</u>

Las tasas nominales utilizadas en los cálculos actuariales son:

	2010	2009
Descuento de las obligaciones por beneficios proyectados a su valor presente	7.64%	8.16%
Incremento de sueldos	4.54%	5.05%
Rendimiento de los activos del plan	8.67%	8.67%

Las partidas pendientes de amortizar de obligaciones al retiro por pasivo de transición se aplican a resultados en 5 años, los servicios pasados, las pérdidas / (ganancias) actuariales se aplican a resultados en la vida laboral promedio remanente de los trabajadores, que se espera reciban los beneficios del plan.

Cambios en el valor presente de la obligación por beneficios definidos:

	2010	2009
Valor presente de la obligación por beneficios definidos al 1 de enero	\$ 5,504	\$ 5,069
Costo laboral del servicio actual	346	329
Costo financiero	443	408
Pérdida (ganancia) actuarial sobre la obligación	52	(111)
Beneficios pagados	<u>(191)</u>	<u>(191)</u>
Valor presente de la obligación por beneficios	\$ <u>6,154</u>	\$ <u>5,504</u>

definidos al 31 de diciembre

Los cambios en el valor razonable de los activos del plan:

	2010	2009
Valor razonable de los activos del plan al 1 de enero	\$ 4,360	\$ 3,753
Rendimiento esperado	373	321
Ganancias actuariales generadas	4	240
Aportaciones de la entidad	-	200
Beneficios pagados	<u>(176)</u>	<u>(154)</u>
Valor razonable de los activos del plan al 31 de diciembre	<u>\$ 4,561</u>	<u>\$ 4,360</u>

Categorías de los activos del plan:

	Rendimiento esperado	Rendimiento actual
Instrumentos de capital	9.6%	17.6%
Instrumentos de deuda	6.1%	8.0%

Montos del año actual y cuatro periodos anteriores:

	2010	2009	2008	2007	2006
Obligación por beneficios definidos	6,154	5,504	5,069	4,810	4,495
Menos- Valor razonable de activos del plan	<u>4,561</u>	<u>4,360</u>	<u>3,753</u>	<u>4,256</u>	<u>4,192</u>
Obligación no fondeada	<u>1,593</u>	<u>1,144</u>	<u>1,316</u>	<u>554</u>	<u>303</u>
(Ganancia) / pérdida actuarial por estimación de la OBD	<u>52</u>	<u>(111)</u>	<u>(248)</u>	<u>(27)</u>	<u>120</u>
Ganancia /(pérdida) actuarial por estimación del fondo	<u>4</u>	<u>240</u>	<u>(723)</u>	<u>(72)</u>	<u>147</u>

- b. **EUA** - La Compañía tiene establecido un plan de pensiones de beneficios definidos que cubre a los empleados elegibles. A partir del 1 de enero de 2009 los beneficios de dicho plan fueron congelados. La política de fondeo de la Compañía es la de hacer contribuciones discrecionales. Durante 2010 y 2009, la Compañía efectuó contribuciones a dicho plan por \$471 en ambos años.

En la siguiente tabla se muestran los montos reconocidos para el plan de pensiones y la situación del fondo mostrada en el balance general, así como el pasivo de previsión social al 31 de diciembre de 2010 y 2009:

	2010	2009
Obligación por beneficios adquiridos	<u>\$ 3,052</u>	<u>\$ 3,043</u>

Obligación por beneficios definidos	\$	7,546	\$	7,528
Menos- Activos del plan		<u>4,286</u>		<u>4,183</u>
Obligación no fondeada		3,260		3,345
Partidas pendientes de amortizar:				
Ganancia actuarial		(1,058)		(770)
Servicios anteriores y modificaciones al plan		<u>14</u>		<u>9</u>
Total de partidas pendientes de amortizar		<u>(1,044)</u>		<u>(761)</u>
Pasivo neto proyectado	\$	<u>2,216</u>	\$	<u>2,584</u>

El costo neto del período se integra por:

		2010		2009
Costo de servicios del año	\$	132	\$	139
Costo financiero del año		392		403
Menos- Rendimiento de los activos del fondo		(287)		(259)
Amortización de servicios anteriores y modificaciones al plan		16		45
Efectos por liquidación anticipada de obligaciones		<u>-</u>		<u>(84)</u>
Costo neto del período	\$	<u>253</u>	\$	<u>244</u>

Las tasas nominales utilizadas en los cálculos actuariales son:

	2010	2009
Promedio ponderado de las tasas de descuento	5.85%	5.75%
Tasa de incremento de sueldos	3.75%	3.75%
Rendimiento de los activos del plan	7.50%	7.50%

Cambios en el valor presente de la obligación por beneficios definidos:

		2010		2009
Valor presente de la obligación por beneficios definidos al 1 de enero	\$	7,528	\$	2,248
Costo laboral del servicio actual		132		139
Costo financiero		392		403
Pérdida (ganancia) actuarial sobre la obligación		346		(46)
Servicios pasados por modificaciones al plan		(5)		(3)
Adquisición de negocios		-		5,184
Ajuste por variación en tipo de cambio		(405)		-
Beneficios pagados		<u>(442)</u>		<u>(397)</u>
Valor presente de la obligación por beneficios definidos al 31 de diciembre	\$	<u>7,546</u>	\$	<u>7,528</u>

Los cambios en el valor razonable de los activos del plan:

	2010	2009
Valor razonable de los activos del plan al 1 de enero	\$ 4,183	\$ 1,154
Rendimiento esperado	287	259
Ganancias actuariales generadas	1	490
Aportaciones de la entidad	471	471
Adquisición de negocios	-	2,206
Ajuste por variación en tipo de cambio	(214)	-
Beneficios pagados	<u>(442)</u>	<u>(397)</u>
Valor razonable de los activos del plan al 31 de diciembre	<u>\$ 4,286</u>	<u>\$ 4,183</u>

Categorías de los activos del plan

	Rendimiento esperado	Rendimiento actual
Instrumentos de capital	8.4%	13.6%
Instrumentos de deuda	5.0%	9.2%

Montos del año actual y cuatro periodos anteriores:

	2010	2009	2008	2007	2006
Obligación por beneficios definidos	7,546	7,528	2,248	1,631	1,640
Menos- Valor razonable de activos del plan	<u>4,286</u>	<u>4,183</u>	<u>1,154</u>	<u>1,254</u>	<u>1,191</u>
Obligación no fondeada	<u>3,260</u>	<u>3,345</u>	<u>1,094</u>	<u>377</u>	<u>449</u>
(Ganancia) / pérdida actuarial por estimación del OBD	<u>346</u>	<u>(46)</u>	<u>570</u>	<u>-</u>	<u>(64)</u>
Ganancia /(pérdida) actuarial por estimación del fondo	<u>1</u>	<u>490</u>	<u>(189)</u>	<u>10</u>	<u>(33)</u>

Previsión social EUA

La Compañía tiene establecido un plan de beneficios de previsión social posteriores al retiro que cubre gastos médicos de ciertos empleados elegibles. Al 31 de diciembre de 2010 y 2009, estas obligaciones ascienden a \$1,402 y \$1,293, respectivamente, de los cuales los siguientes montos se clasifican a largo plazo:

	2010	2009
Previsión social	<u>\$ 1,084</u>	<u>\$ 1,039</u>

- c. **OLA** - La Compañía tiene principalmente pasivos para pagos por indemnizaciones por terminación de la relación laboral, de acuerdo a la legislación local de cada país. El pasivo relativo y el costo anual de los beneficios se calculan por actuario independiente utilizando el método de crédito unitario proyectado. El pasivo registrado al 31 de diciembre de 2010 y 2009 asciende a \$200 y \$220, respectivamente. Otras revelaciones que requieren las disposiciones contables se consideran poco importantes en este segmento geográfico.

14. Capital contable

- a. El capital contable al 31 de diciembre de 2010 se integra como sigue:

	Número de acciones	Valor nominal	Efecto de actualización / conversión	Total
Capital fijo Serie "A"	1,175,800,000	\$ 1,902	\$ 6,104	\$ 8,006
Reserva para recompra de acciones		600	159	759
Utilidades retenidas		27,630	7,875	35,505
Efecto de conversión acumulado		-	(541)	(541)
Instrumentos financieros		(19)	-	(19)
Participación no controladora		<u>693</u>	<u>134</u>	<u>827</u>
Total		<u>\$ 30,806</u>	<u>\$ 13,731</u>	<u>\$ 44,537</u>

El capital social está íntegramente suscrito y pagado y corresponde a la parte fija del capital social. La parte variable del capital nunca podrá exceder de diez veces el importe del capital mínimo fijo sin derecho a retiro y estará representada por acciones de la Serie "B", ordinarias, nominativas, sin expresión de valor nominal y/o por acciones de voto limitado, nominativas, sin expresión de valor nominal, las cuales serán denominadas con el nombre de la Serie que determine su emisión. En ningún momento las acciones de voto limitado podrán representar más del 25% del capital social.

- b. Los dividendos decretados pagados durante 2010 y 2009 ascendieron a:

Aprobados en asambleas del:	Pesos por acción	Valor total
15 de abril de 2010	<u>\$ 0.50</u>	<u>\$ 588</u>
9 de abril de 2009	<u>\$ 0.46</u>	<u>\$ 541</u>

Los dividendos pagados a los accionistas minoritarios al 31 de diciembre de 2010 y 2009 ascendieron a \$126 y \$78, respectivamente.

- c. Las utilidades retenidas incluyen la reserva legal. De acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles, de las utilidades netas del ejercicio debe separarse un 5% como mínimo para formar la reserva legal, hasta que su importe ascienda al 20% del capital social a valor nominal. La reserva legal puede capitalizarse, pero no debe repartirse a menos que se disuelva la sociedad, y debe ser reconstituida cuando disminuya por cualquier motivo. Al 31 de diciembre de 2010 y 2009, su importe a valor nominal asciende a \$500.
- d. La distribución del capital contable, excepto por los importes actualizados del capital social aportado y de las utilidades retenidas fiscales, causará el impuesto sobre la renta sobre dividendos a cargo de la Compañía a la tasa vigente al momento de la distribución. El impuesto que se pague por dicha distribución, se podrá acreditar contra el impuesto sobre la renta del ejercicio en el que se pague el impuesto sobre dividendos y en los dos ejercicios inmediatos siguientes, contra el impuesto del ejercicio y los pagos provisionales de los

mismos.

- e. En Asamblea de Accionistas celebrada el 19 de agosto de 2010, se aprobó la fusión de la subsidiaria Tecebim, S. A. de C. V. con la Compañía, de la cual la Compañía tenía prácticamente el 100% de sus acciones. Como resultado de la fusión, la cuenta de capital de aportación fiscal se incrementó significativamente. Por otra parte, como resultado de la desconsolidación fiscal ocurrida a principios de enero de 2010, la cuenta de utilidad fiscal neta disminuyó sensiblemente. Ambos efectos se muestran en el inciso f. siguiente.
- f. Los saldos de las cuentas fiscales del capital contable al 31 de diciembre son:

	2010	2009
Cuenta de capital de aportación	\$ 24,473	\$ 8,132
Cuenta de utilidad fiscal neta	<u>18,253</u>	<u>32,830</u>
Total	<u>\$ 42,726</u>	<u>\$ 40,962</u>

15. Saldos y transacciones en moneda extranjera

- a. La posición monetaria en millones de dólares estadounidenses, sólo de las empresas mexicanas, al 31 de diciembre de 2010 y 2009 es:

	2010	2009
Activo circulante	77	67
Pasivos-		
Corto plazo	(53)	(342)
Largo plazo	<u>(1,076)</u>	<u>(745)</u>
Total pasivos	<u>(1,129)</u>	<u>(1,087)</u>
Posición pasiva en moneda extranjera	<u>(1,052)</u>	<u>(1,020)</u>
Equivalente en millones de pesos	<u>\$ (13,000)</u>	<u>\$ (13,320)</u>

- b. Como se indica en la Nota 21, la Compañía tiene operaciones importantes en EUA y OLA.
- c. Las transacciones en millones de dólares estadounidenses, sólo de las empresas mexicanas, después de eliminar las efectuadas entre subsidiarias consolidadas, fueron como sigue:

	2010	2009
Ventas de exportación	<u>6</u>	<u>12</u>
Compras de materia prima de importación	<u>87</u>	<u>46</u>
Compras de maquinaria y equipo de procedencia extranjera	<u>21</u>	<u>27</u>

- d. Los tipos de cambio vigentes a la fecha de los estados financieros y a la fecha de su emisión fueron como sigue:

	2010	Diciembre 2009	14 de marzo de 2011
Pesos por dólar estadounidense	\$ 12.3571	\$ 13.0587	\$ 11.9441

16. Operaciones y saldos con partes relacionadas

- a. Las operaciones con partes relacionadas efectuadas en el curso normal de sus operaciones, fueron como sigue:

	2010	2009
Ingresos por intereses cobrados	<u>\$ 77</u>	<u>\$ 76</u>
Egresos por compras de:		
Materias primas	<u>\$ 4,705</u>	<u>\$ 4,403</u>
Productos terminados	<u>\$ 1,099</u>	<u>\$ 575</u>
Papelería, uniformes y otros	<u>\$ 467</u>	<u>\$ 312</u>

- b. Los saldos netos por pagar a partes relacionadas son:

	2010	2009
Beta San Miguel, S. A. de C. V.	\$ 295	\$ 89
Efform, S. A. de C. V.	27	18
Fábrica de Galletas La Moderna, S. A. de C. V.	21	4
Frexport, S. A. de C. V.	80	14
Grupo Altex, S. A. de C. V.	159	29
Industrial Molinera Montserrat, S. A. de C. V.	20	14
Makymat, S. A. de C. V.	6	5
Mundo Dulce, S.A. de C.V.	64	5
Ovoplus del Centro, S. A. de C. V.	48	13
Pan-Glo de México, S. de R. L. de C. V.	4	1
Paniplus, S. A. de C. V.	24	21
Proarce, S. A. de C. V.	35	22
Uniformes y Equipo Industrial, S. A. de C. V.	<u>19</u>	<u>3</u>
	<u>\$ 802</u>	<u>\$ 238</u>

- c. Los beneficios a empleados otorgados al personal gerencial clave de la Compañía fueron como sigue:

	2010	2009
Beneficios directos a corto y largo plazo	\$ 305	\$ 290
Pagos en efectivo para compra de acciones	45	71
Beneficios por terminación	408	368

17. Entorno fiscal

Impuestos a la utilidad en México

La Compañía está sujeta al ISR y al IETU.

ISR - La tasa fue 28% para 2009, es 30% para los años de 2010 a 2012 y será 29% para 2013 y 28% a partir de 2014. A partir de 2010 la Compañía causa ISR en forma individual en México. Hasta 2009 causaba ISR en forma consolidada con sus subsidiarias mexicanas.

IETU - Tanto los ingresos como las deducciones y ciertos créditos fiscales se determinan con base en flujos de efectivo de cada ejercicio. A partir de 2010 la tasa es 17.5% y para 2009 fue 17%. Asimismo, al entrar en vigor esta ley se abrogó la Ley del IMPAC permitiendo, bajo ciertas circunstancias, la recuperación de este impuesto pagado en los diez ejercicios inmediatos anteriores a aquél en que se pague ISR en los términos de las disposiciones fiscales.

El impuesto a la utilidad causado es el que resulta mayor entre el ISR y el IETU.

Con base en proyecciones financieras, la Compañía identificó que algunas de sus subsidiarias mexicanas, en algunos ejercicios pagarán ISR y en otros IETU. Derivado de lo anterior, calculó tanto el ISR como el IETU diferidos y reconoció el que representó el pasivo mayor en cada subsidiaria. En las demás subsidiarias, con base en proyecciones financieras, la Compañía identificó que esencialmente sólo pagarán ISR, por lo tanto, la entrada en vigor del IETU no tuvo efectos sobre su información financiera, por lo que reconocen únicamente ISR diferido.

Debido a los cambios en 2009 en la Ley del Impuesto Sobre la Renta, sobre el régimen de consolidación fiscal, la Compañía tomó la decisión de desconsolidarse a partir del ejercicio 2010, reconociendo los efectos en la información financiera de 2009 en los resultados acumulados de acuerdo con las reglas de la INIF 18 "Reconocimiento de los efectos de la Reforma fiscal 2010 en los impuestos a la utilidad". El efecto neto de impuestos en el estado de resultados de 2009 por la desconsolidación es mínimo considerando los efectos que surgen de impuestos diferidos provenientes de dicha desconsolidación.

Impuestos a la utilidad en otros países -

Las compañías subsidiarias establecidas en el extranjero, calculan el impuesto sobre la renta sobre los resultados individuales de cada subsidiaria y de acuerdo con los regímenes específicos de cada país. EUA cuenta con autorización para la presentación de una declaración de impuesto sobre la renta consolidada.

Las tasas fiscales aplicables en los otros países en donde opera la Compañía y el período en el cual pueden aplicarse las pérdidas fiscales son como sigue:

	Tasa legal (%)		Años de vencimiento
	2010	2009	
Argentina	35.0	35.0	(a) 5
Austria	25.0	25.0	(b)
Brasil	34.0	34.0	(c)
Colombia	33.0	33.0	(d)
Costa Rica	30.0	30.0	3
Chile	(e) 17.0	17.0	(f)
China	25.0	25.0	5
El Salvador	25.0	25.0	(g)
España	30.0	30.0	15
EUA	(h) 35.0	(h) 35.0	20
Guatemala	(i) 31.0	(i) 31.0	(g)
Holanda	25.5	25.5	9

Honduras	(j) 25.0	(j) 25.0	3
Hungría	19.0	16.0	(f)
Luxemburgo	21.0	21.0	(f)
Nicaragua	30.0	30.0	3
Panamá	27.5	30.0	5
Paraguay	10.0	10.0	(g)
Perú	30.0	30.0	(k)
República Checa	19.0	20.0	(l)
Uruguay	25.0	25.0	(m)
Venezuela	34.0	34.0	(n)

- (a) Las pérdidas por ventas de acciones, cuotas u otras participaciones sociales, sólo pueden ser compensadas contra ingresos de la misma naturaleza. Lo mismo para las pérdidas de derivados. Las pérdidas de fuente extranjera sólo pueden ser amortizadas con ingresos de fuente extranjera.
- (b) Las pérdidas generadas después de 1990 pueden amortizarse indefinidamente pero sólo puede ser compensado en cada año hasta por el 75% de la utilidad fiscal neta del año.
- (c) Las pérdidas fiscales pueden amortizarse indefinidamente pero sólo puede compensarse en cada año hasta el 30% de la utilidad fiscal neta del año.
- (d) Las pérdidas generadas en los ejercicios 2003, 2004, 2005 y 2006, pueden ser amortizadas dentro de los 8 años siguientes, pero sólo se puede hasta por el 25% de la utilidad fiscal del año. A partir de 2007, las pérdidas se podrán amortizar sin límite de cuantía en cada ejercicio y sin límite en el tiempo.
- (e) La tasa de impuesto será del 20% en 2011, 18.5% en 2012 y en 2013 regresará a la tasa del 17%.
- (f) Sin fecha de vencimiento.
- (g) Las pérdidas operacionales no son amortizables.
- (h) A este porcentaje debe sumarse un porcentaje de impuesto estatal, el cual varía en cada estado de la Unión Americana. La tasa legal ponderada para la Compañía en 2010 y 2009 fue de 39.6% y 38.3%, respectivamente.
- (i) El régimen general tiene tasa del 5% pero la Base Gravable se calcula de la siguiente manera: Total de ingresos brutos menos Ingresos exentos y no afectos. El régimen optativo tiene una tasa del 31% pero la Base gravable es distinta: Utilidad contable menos Ingresos exentos y no afectos más Gastos no deducibles menos Otras deducciones.
- (j) En caso de obtener un ingreso gravable mayor a 1 millón de Lempiras se deberá pagar un 10% adicional de Contribución Temporal de Solidaridad.
- (k) Existen dos alternativas permitidas para amortizar pérdidas fiscales: 1) En los 4 años siguientes ó 2) Sin caducidad pero con aplicación hasta el 50% de la utilidad de cada año. Seleccionada una opción, no se puede cambiar hasta que no se hubieran agotado las pérdidas acumuladas de ejercicios anteriores.
- (l) Las pérdidas generadas a partir de 2004 pueden amortizarse en los siguientes 5 ejercicios. Las pérdidas generadas anteriormente a 2004 se amortizan en los siguientes 7 ejercicios.
- (m) Las pérdidas generadas a partir de 2007 se pueden amortizar en los siguientes 5 ejercicios.
- (n) Dependiendo de su naturaleza también puede variar el periodo de amortización: 1) Operativas, 3 años siguientes; 2) Las del ajuste por inflación fiscal, 1 año; 3) Las del exterior, que sólo se pueden amortizar con ganancias del exterior, 3 años siguientes; y 4) Las generadas en los paraísos fiscales solo aplicables a ganancias en tales jurisdicciones, 3 años.

Las operaciones en Argentina, Colombia, Guatemala y Nicaragua están sujetas a pagos mínimos de impuesto sobre la renta o al impuesto sobre activos.

Las operaciones en Brasil y Venezuela se encuentran sujetas al pago de PTU conforme a ciertos mecanismos aplicados a sus resultados. No ha habido pago por este concepto durante 2010 y 2009.

Integración de provisión, tasa efectiva y efectos diferidos

a. Los impuestos a la utilidad consolidados de la Compañía se integran como sigue:

	2010	2009
ISR:		
Causado	\$ 2,308	\$ 3,964
Diferido	<u>27</u>	<u>(1,203)</u>
	<u>2,335</u>	<u>2,761</u>
IETU:		
Causado	1	77
Diferido	<u>27</u>	<u>(11)</u>
	<u>28</u>	<u>66</u>
	<u>\$ 2,363</u>	<u>\$ 2,827</u>

b. La conciliación de la tasa legal del ISR en México y la tasa efectiva expresadas como un porcentaje de la utilidad antes de impuestos a la utilidad por el año terminado el 31 de diciembre de 2010 y 2009 es como sigue:

	% 2010	% 2009
Tasa legal de impuestos en México	30.0	28.0
Efectos inflacionarios de cuentas monetarias de balance, considerados para efectos fiscales en México	6.3	5.3
Gastos no deducibles, ingresos no acumulables y otros	0.1	1.6
Diferencia en tasas y moneda de subsidiarias en distintas jurisdicciones fiscales	2.2	5.5
Efectos inflacionarios aplicados a los valores fiscales de inmuebles, maquinaria y equipo en México	(1.2)	(1.9)
IETU	0.3	0.7
Cancelación de reserva de valuación de pérdidas fiscales amortizables	(7.8)	(7.4)
Efecto de impuesto por cambios de tasa legal en México	<u>-</u>	<u>(0.1)</u>
Tasa efectiva	<u>29.9</u>	<u>31.7</u>

Los principales conceptos que originan el activo de impuesto a la utilidad diferido al 31 de diciembre de 2010 y 2009 son los siguientes:

	2010	2009
Anticipo de clientes	\$ (3)	\$ (8)
Reserva para cuentas de cobro dudoso	(109)	(89)
Inventarios	9	52
Inmuebles, maquinaria y equipo	2,358	2,894
Activos intangibles	3,812	3,803
Otras reservas	(3,254)	(3,342)
PTU corriente y diferida	(287)	(278)
Pérdidas fiscales por amortizar	<u>(3,502)</u>	<u>(4,602)</u>

Reserva de valuación de pérdidas fiscales	173	788
Efectos de conversión	(260)	262
Otras partidas	(59)	(39)
IETU diferido	<u>205</u>	<u>190</u>
Total activo, neto	<u>\$ (917)</u>	<u>\$ (369)</u>

Los activos y pasivos de impuesto a la utilidad diferido se presentan por separado en el balance general, ya que corresponden a diferentes entidades gravadas y autoridades tributarias y son como sigue:

	2010	2009
Impuesto a la utilidad diferido activo	\$ (1,539)	\$ (635)
Impuesto a la utilidad diferido pasivo	<u>622</u>	<u>266</u>
Total activo, neto	<u>\$ (917)</u>	<u>\$ (369)</u>

c. La Compañía considera que algunas de sus pérdidas fiscales que tiene no se utilizarán antes de su fecha de vencimiento, por lo cual, se ha reconocido una reserva de valuación sobre parte de dichas pérdidas fiscales.

d. Los beneficios de las pérdidas fiscales actualizadas pendientes de amortizar por las que ya se ha reconocido parcialmente el activo por ISR diferido, pueden recuperarse cumpliendo con ciertos requisitos. Las pérdidas fiscales generadas en los diferentes países tienen los siguientes vencimientos:

Años	Importe
2011	\$ 4,958
2012	28
2013	125
2014	96
2015	28
2016 y posteriores	<u>5,100</u>
Pérdidas fiscales reservadas	<u>10,335</u>
	<u>(576)</u>
Total	<u>\$ 9,759</u>

18. Otros gastos, neto

a. Se integra como sigue:

	2010	2009
PTU	\$ 653	\$ 563
Costo laboral de ejercicios anteriores	-	150
Estímulos fiscales	(47)	(46)
Pérdida en venta de inmuebles, maquinaria y equipo	175	183
Otros	<u>169</u>	<u>326</u>
	<u>\$ 950</u>	<u>\$ 1,176</u>

- b. La PTU se integra como sigue:

	2010	2009
Causada	\$ 694	\$ 624
Diferida	<u>(41)</u>	<u>(61)</u>
	<u>\$ 653</u>	<u>\$ 563</u>

19. Compromisos

Garantías y/o avales

- a. Al 31 de diciembre de 2010, Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V., junto con algunas de sus compañías subsidiarias, ha garantizado a través de cartas de crédito ciertas obligaciones comerciales ordinarias, así como algunos riesgos contingentes asociados a obligaciones laborales de algunas de sus compañías subsidiarias. El valor de dichas cartas de crédito asciende a 98.2 millones de dólares estadounidenses, de las cuales ya se tiene un pasivo registrado por previsión social en EUA que asciende a 113 millones de dólares estadounidenses.
- b. La Compañía ha garantizado algunas obligaciones contingentes de asociadas por un monto de 1.2 millones de dólares estadounidenses al 31 de diciembre de 2010. De la misma manera, existen a la fecha garantías o avales otorgados por la Compañía para garantizar obligaciones de terceros derivadas de la venta de activos en años anteriores por un monto de 14 millones de dólares estadounidenses.

Compromisos por arrendamiento

- a. La Compañía tiene compromisos a largo plazo por arrendamiento operativo, principalmente por las instalaciones que utiliza para la producción, distribución y venta de sus productos, los cuales van de los 3 a los 14 años, con opción a renovación de 1 a 5 años. Algunos arrendamientos requieren que la Compañía pague todos los gastos asociados, tales como impuestos, mantenimiento y seguros durante el término de los contratos. La compañía incurrió en gastos por arrendamiento en los años terminados el 31 de diciembre de 2010 y 2009 por \$1,209 y \$1,500, respectivamente. El total de los compromisos por arrendamientos es como sigue:

Años	Importe
2011	\$ 1,333
2012	962
2013	747
2014	599
2015	495
2016 y posteriores	<u>947</u>
Total	<u>\$ 5,083</u>

20. Contingencias

Existen algunas contingencias por juicios de distinta naturaleza que surgen del curso normal de las operaciones de la Compañía, que la administración ha evaluado como remotos, posibles y probables. De acuerdo a esta evaluación, la Compañía ha registrado en el rubro de Otros pasivos a

largo plazo los siguientes montos:

Tipo	Importe
Civil	\$ 171
Penal	22
Laboral	100
Fiscal	<u>426</u>
Total	<u>\$ 719</u>

Aquellas contingencias que la administración espera que no tengan un efecto significativo para la Compañía no son provisionadas en tanto no se cuente con información completa que permita considerar el reconocimiento de un pasivo.

21. Información por área geográfica

A continuación se presentan los principales datos por área geográfica en las que opera la Compañía por los años terminados el 31 de diciembre de 2010 y 2009:

	2 0 1 0				Total
	México	EUA	OLA	Eliminaciones de consolidación	
Ventas netas	\$ 57,870	\$ 47,875	\$ 14,207	\$ (2,789)	\$ 117,163
Utilidad después de gastos generales	\$ 8,013	\$ 3,738	\$ (340)	\$ (18)	\$ 11,393
Participación controladora	\$ 3,518	\$ 2,576	\$ (531)	\$ (168)	\$ 5,395
Depreciación, amortización y otras partidas virtuales	\$ 1,615	\$ 1,458	\$ 1,002	\$ -	\$ 4,075
Utilidad después de gastos generales, más depreciación, amortización y otras partidas virtuales ("UAFIDA")	\$ 9,628	\$ 5,196	\$ 662	\$ (18)	\$ 15,468
Activos totales	\$ 36,121	\$ 49,380	\$ 16,045	\$ (2,477)	\$ 99,069
Pasivos totales	\$ 44,080	\$ 8,295	\$ 5,679	\$ (3,522)	\$ 54,532
	2 0 0 9				
	México	EUA	OLA	Eliminaciones de consolidación	Total
Ventas netas	\$ 55,388	\$ 49,850	\$ 13,606	\$ (2,491)	\$ 116,353
Utilidad después de gastos generales	\$ 7,499	\$ 4,261	\$ 301	\$ (7)	\$ 12,054
Participación controladora	\$ 2,184	\$ 3,889	\$ (59)	\$ (58)	\$ 5,956
Depreciación y amortización	\$ 1,667	\$ 1,466	\$ 650	\$ -	\$ 3,783
Utilidad después de gastos generales, más depreciación y amortización ("UAFIDA")	\$ 9,166	\$ 5,727	\$ 951	\$ (7)	\$ 15,837
Activos totales	\$ 36,709	\$ 53,361	\$ 13,563	\$ (3,967)	\$ 99,666
Pasivos totales	\$ 50,515	\$ 10,069	\$ 3,259	\$ (5,134)	\$ 58,709

22. Nuevos pronunciamientos contables

Con el objetivo de converger la normatividad mexicana con la normatividad internacional, durante 2009 y 2010 el Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera promulgó las siguientes NIF y mejoras a las NIF, que entran en vigor, como sigue:

a. Para ejercicios que inicien a partir del 1 de enero de 2011:

- B-5, Información financiera por segmentos
- B-9, Información financiera a fechas intermedias
- C-4, Inventarios
- C-5, Pagos anticipados y otros activos
- C-6, Propiedades, planta y equipo (ciertos párrafos entran en vigor a partir de 2012)
- C-18, Obligaciones asociadas con el retiro de propiedades, planta y equipo
- Mejoras a las Normas de Información Financiera 2011

Algunos de los principales cambios que establecen estas normas, son:

NIF B-5, Información financiera por segmentos.- Establece el enfoque gerencial para revelar la información financiera por segmentos a diferencia del Boletín B-5 que, aunque manejaba un enfoque gerencial, requería que la información a revelar se clasificara por segmentos económicos, áreas geográficas o por grupos homogéneos de clientes; no requiere que las áreas del negocio estén sujetas a riesgos distintos entre sí para separarlas; permite catalogar como segmento a las áreas en etapa preoperativa; requiere revelar por separado los ingresos por intereses, gastos por intereses y pasivos; y revelar información de la entidad en su conjunto sobre productos, servicios, áreas geográficas y principales clientes y proveedores. Al igual que el Boletín anterior, esta norma sólo es obligatoria para empresas públicas o que estén en proceso de convertirse en públicas.

NIF B-9, Información financiera a fechas intermedias.- A diferencia del Boletín B-9, requiere la presentación en forma condensada del estado de variaciones en el capital contable y del estado de flujos de efectivo como parte de la información financiera a fechas intermedias y, para efectos comparativos, requiere que la información presentada al cierre de un periodo intermedio se presente con la información al cierre de un periodo intermedio equivalente al del año inmediato anterior y, en el caso del balance general, requiere presentar el del cierre anual inmediato anterior.

NIF C-4, Inventarios.- Elimina el costeo directo como un sistema de valuación y el método de valuación de últimas entradas primeras salidas; establece que la modificación relativa al costo de adquisición de inventarios sobre la base del costo o valor de mercado, el que sea menor, sólo debe hacerse sobre la base del valor neto de realización; establece normas de valuación para inventarios de prestadores de servicios; aclara que, en los casos de adquisiciones de inventarios mediante pagos a plazos, la diferencia entre el precio de compra bajo condiciones normales de crédito y el importe pagado debe reconocerse como costo financiero durante el periodo de financiamiento; permite que, en ciertas circunstancias, las estimaciones por pérdidas por deterioro de inventarios que se hayan reconocido en un periodo anterior, se disminuyan o cancelen contra los resultados del periodo en que tengan modificaciones; requiere revelar el importe de inventarios reconocido en resultados durante el periodo, cuando en el costo de ventas se incluyen otros elementos o cuando una parte del costo de ventas se incluye como parte de las operaciones discontinuadas o cuando el estado de resultados se presenta clasificado conforme a la naturaleza de los rubros que lo integran y no se presenta un rubro de costos de ventas sino que los elementos que integran a éste se presentan en diferentes rubros; requiere revelar el importe de cualquier pérdida por deterioro de inventarios reconocido como costo en el periodo; requiere que un cambio de método de asignación de costo se trate como un cambio contable y requiere reconocer como inventarios los anticipos a proveedores a partir del momento en que los riesgos y beneficios del bien se transfieran a la Compañía.

NIF C-5, Pagos anticipados y otros activos.- Establece como una característica básica de los pagos anticipados el que éstos no le transfieren aún a la Compañía los riesgos y beneficios inherentes a los bienes y servicios que está por adquirir o recibir; por lo tanto, esta norma requiere que los anticipos para la compra de inventarios o inmuebles, maquinaria y equipo, entre otros, se presenten en el rubro de pagos anticipados y no en los rubros de inventarios o inmuebles, maquinaria y equipo, respectivamente; requiere que los pagos anticipados se reconozcan como pérdida por deterioro cuando pierdan su capacidad para generar beneficios económicos futuros y requiere que los pagos anticipados relacionados con la adquisición de bienes se presenten, en el balance general, en atención a la clasificación de la partida de destino, en el circulante o en el no circulante.

NIF C-6, Propiedades, planta y equipo.- Incluye como parte de su alcance a las propiedades, planta y equipo utilizados para desarrollar o mantener activos biológicos y de industrias extractivas; incorpora el tratamiento del intercambio de activos en atención a la sustancia económica; incluye las bases para determinar el valor residual de un componente, considerando montos actuales que se podrían obtener por la disposición del mismo, como si estuviera en la fase final de su vida útil; elimina la regla de asignar un valor determinado con avalúo a las propiedades, planta y equipo adquiridas sin costo alguno o a un costo que es inadecuado para expresar su significado económico; establece la obligación de depreciar componentes que sean representativos de una partida de propiedades, planta y equipo, independientemente de depreciar el resto de la partida como si fuera un solo componente y, establece la regla de continuar depreciando un componente cuando no se esté utilizando, salvo que se utilicen métodos de depreciación en función a la actividad.

NIF C-18, Obligaciones asociadas con el retiro de propiedades, planta y equipo.- Establece las normas particulares para el reconocimiento inicial y posterior de las provisiones relativas a las obligaciones asociadas con el retiro de componentes de propiedades, planta y equipo; consecuentemente, se elimina la aplicación supletoria de IFRIC 1, Cambios en pasivos existentes por retiro de servicio, restauración y similares.

Mejoras a las NIF 2011.- Las principales mejoras que generan cambios contables que deben reconocerse en ejercicios que inicien a partir del 1 de enero de 2011, son:

NIF B-1, Cambios contables y correcciones de errores.- Requiere que en el caso de que la entidad haya aplicado un cambio contable o corregido un error, presente un estado de posición financiera al inicio del periodo más antiguo por el que se presente información financiera comparativa con la del periodo actual ajustado con la aplicación retrospectiva. Asimismo, requiere que dentro del estado de variaciones en el capital contable, la entidad muestre por cada rubro del capital contable: a) los saldos iniciales previamente informados; b) los efectos de la aplicación retrospectiva por cada partida afectada en el capital contable, segregando los efectos de los cambios contables y los de correcciones de errores; y c) los saldos iniciales ajustados retrospectivamente.

NIF B-2, Estado de flujos de efectivo.- Se elimina la obligación de presentar el rubro de efectivo excedente para aplicar en actividades de financiamiento o, efectivo a obtener de actividades de financiamiento, dejando dicha presentación a nivel de recomendación.

Boletín C-3, Cuentas por cobrar.- Se incluyen normas para el reconocimiento de ingresos por intereses de las cuentas por cobrar y aclara que no es permitido reconocer ingresos por intereses devengados derivados de cuentas por cobrar consideradas como de difícil recuperación.

NIF C-10, Instrumentos financieros derivados y operaciones de cobertura.- Se eliminan los casos específicos respecto de cuándo se excluye un componente del instrumento financiero derivado en la determinación de la efectividad de la cobertura y establece que en el caso de opciones y en instrumentos del tipo forward sobre divisas, se permite excluir ciertos componentes de la valuación para fines de evaluación y

medición en la eficacia, que se traducen en reconocimiento, presentación y revelación pertinente en los siguientes casos: a) al valorar los instrumentos financieros derivados del tipo opciones o combinación de éstas, se permite separar aquellos cambios en su valor razonable atribuibles a cambios en el valor intrínseco de la(s) misma(s), con respecto a los cambios atribuibles a su valor extrínseco y designar como efectos eficaces de cobertura sólo el cambio atribuible al valor intrínseco de la misma, excluyendo el componente extrínseco; y b) al valorar los forwards o contratos adelantados sobre paridad entre divisas, se permite separar del cambio en su valor razonable, el elemento atribuible al diferencial entre las tasas de interés de las divisas involucradas a ser intercambiadas con respecto a los cambios atribuibles al componente en cambios en el precio de contado o spot entre las divisas involucradas y establece que el efecto atribuible al componente excluido en la cobertura de flujos de efectivo debe reconocerse directamente en los resultados del periodo; se limita la contabilidad de coberturas cuando la transacción se lleva a cabo con partes relacionadas cuando las monedas funcionales de las partes relacionadas son diferentes entre sí; se requiere que cuando la posición cubierta es la porción de un portafolio de activos financieros o de pasivos financieros, el efecto del riesgo cubierto correspondiente a movimientos en la tasa de interés de la porción de dicho portafolio se presente como una cuenta complementaria de la posición primaria, en un renglón por separado; se establece que las cuentas de aportaciones o margen recibidas asociadas con transacciones con fines de negociación o cobertura con instrumentos financieros derivados deben presentarse como un pasivo financiero por separado del rubro de instrumentos financieros si se recibe efectivo o valores realizables y que sólo se revelen a su valor razonable si se reciben valores en depósito o garantías financieras permisibles que no pasen a ser propiedad de la entidad; se indica que una proporción del monto total del instrumento de cobertura, tal como un porcentaje de su monto nominal, puede ser designada como el instrumento de cobertura en una relación de cobertura, sin embargo, una relación de cobertura no puede ser designada sólo por una porción del plazo en que el instrumento que se pretende utilizar como cobertura está vigente.

NIF C-13, Partes relacionadas.- Precisa la definición de familiar cercano como una parte relacionada para considerar a todas las personas que califican como partes relacionadas o bien, para no incluir a aquéllas que en realidad, a pesar del parentesco, no lo son.

Boletín D-5, Arrendamientos.- Se elimina la obligación de determinar la tasa de interés incremental cuando la tasa implícita es demasiado baja, consecuentemente, se establece que la tasa de descuento que debe utilizar el arrendador para determinar el valor presente debe ser la tasa de interés implícita en el contrato de arrendamiento; se elimina la obligación de utilizar la tasa de interés más baja entre la tasa de interés incremental y la tasa de interés implícita en el contrato de arrendamiento para la determinación del valor presente de los pagos mínimos del arrendamiento capitalizable por parte del arrendatario y se requiere que se utilice la tasa de interés implícita en el contrato siempre que sea práctico determinarla, también se establece que de lo contrario, debe utilizarse la tasa de interés incremental; se requiere que tanto el arrendador como el arrendatario revelen información más completa sobre sus operaciones de arrendamiento; se requiere que el resultado en la venta y arrendamiento capitalizable en vía de regreso, se difiera y amortice en el plazo del contrato y no en proporción a la depreciación del activo arrendado; se establece que la utilidad o pérdida en la venta y arrendamiento operativo en vía de regreso se reconozca en resultados en el momento de la venta, siempre y cuando la operación se establezca a valor razonable, aclarando que en caso de que el precio de venta sea inferior, el resultado debe reconocerse inmediatamente en resultados, excepto si la pérdida se compensa con pagos futuros que estén por debajo del precio del mercado, en cuyo caso debe diferirse y amortizarse en el plazo del contrato y, si el precio de venta es superior, dicho exceso debe diferirse y amortizarse en el plazo del contrato.

- b. Para ejercicios que inicien a partir del 1 de enero de 2012:

Las disposiciones de la NIF C-6, Propiedades, planta y equipo que generan cambios provenientes de la segregación en sus partes componentes de partidas de propiedades, planta y equipo que tengan una vida útil distinta entran en vigor a partir de 1 de enero de 2012.

A la fecha de emisión de estos estados financieros, la Compañía está en proceso de determinar los efectos de estas nuevas normas en su información financiera.

23. Normas Internacionales de Información Financiera

En enero 2009, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores publicó las modificaciones a la circular única de emisoras para incorporar la obligatoriedad de presentar estados financieros preparados con base en las Normas Internacionales de Información Financiera a partir de 2012 permitiendo su adopción anticipada.

24. Autorización para la emisión de estados financieros

Los estados financieros consolidados fueron autorizados para su emisión el 14 de marzo de 2011, por el Lic. Daniel Servitje Montull, Director General de la Compañía y por el Consejo de Administración, y están sujetos a la aprobación de la Asamblea de Accionistas de la Compañía, quienes pueden decidir su modificación de acuerdo con lo dispuesto en la Ley General de Sociedades Mercantiles.

* * * * *

México, D. F., a 17 de marzo de 2011

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

Muy señores míos.

En cumplimiento a lo dispuesto en la Ley del Mercado de Valores, los estatutos de la Sociedad y el Reglamento del Comité de Auditoría, informo a ustedes sobre las actividades que llevó a cabo el Comité de Auditoría durante el año terminado el 31 de Diciembre de 2010. En el desarrollo de nuestro trabajo, tuvimos presentes las recomendaciones establecidas en el Código de Mejores Prácticas Corporativas.

El Comité en pleno se reunió en cinco ocasiones en el año, y con base en un programa de trabajo, llevamos a cabo las actividades que se describen enseguida:

AUDITORÍA EXTERNA

Como parte de la negociación efectuada en 2008, la auditoría externa de los estados financieros del ejercicio 2010 está incluida en la misma por lo que el auditor externo sigue siendo el mismo y es una sola firma para todas las operaciones y países en los que Grupo Bimbo tiene presencia. Los honorarios correspondientes a estos servicios estuvieron pactados en la negociación original, por lo que los aprobamos, incluyendo los correspondientes a los adicionales por el crecimiento del Grupo y otros servicios permitidos. Nos aseguramos que no interfirieran con su independencia de la empresa.

Nos cercioramos y confirmamos que la firma contratada hubiera mantenido su independencia. Asimismo analizamos con ellos su enfoque y programa de trabajo y las áreas de interacción con la Dirección de Auditoría Interna del Grupo.

De manera continua y durante las sesiones de este Comité, mantuvimos comunicación directa con los auditores externos y periódicamente 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. Llevamos a cabo la evaluación de los servicios de la firma de auditores externos, correspondientes al año 2010 y conocimos oportunamente los estados financieros preliminares.

AUDITORÍA INTERNA

Revisamos y aprobamos el programa anual de trabajo y el presupuesto de actividades. Recibimos y aprobamos los informes periódicos relativos al avance del programa de trabajo aprobado. Dimos seguimiento a las observaciones y sugerencias que desarrollaron así como de su implementación. Nos aseguramos que hubiera un plan anual de capacitación y nos cercioramos de su efectividad.

INFORMACIÓN FINANCIERA Y POLÍTICAS CONTABLES

Revisamos los estados financieros trimestrales y anuales de la Sociedad, en conjunto con las personas responsables de su preparación y recomendamos al Consejo de Administración su aprobación y otorgamos la autorización para ser publicados. En todo momento tomamos en cuenta la opinión y observaciones que emitieron los auditores externos.

Para expresar nuestra opinión sobre los estados financieros nos cercioramos, con apoyo de los auditores internos y externos, que los criterios, políticas contables y la información utilizados por la Administración para preparar la información financiera fueran adecuados y suficientes y se hayan aplicado en forma consistente con el ejercicio anterior. 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 de la Sociedad.

Aprobamos la adopción de los nuevos procedimientos y normas contables que entraron en vigor en 2010, que fueron emitidos por el organismo responsable de la normatividad contable en México.

Fuimos informados oportunamente del trabajo desarrollado para la implementación de las Normas Internacionales de Información Financiera, IFRS por sus siglas en inglés, y aprobamos los criterios que aplicará la Administración. Del mismo modo, aprobamos el balance inicial de transición que incluye los efectos correspondientes a las opciones adoptadas.

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. Además de lo anterior, dimos seguimiento a las observaciones que al respecto desarrollaron los Auditores Externos e Internos 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.

CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVIDAD Y LEYES APLICABLES. CONTINGENCIAS

Con el apoyo de los auditores internos y externos, confirmamos la existencia y confiabilidad de los controles establecidos por la empresa para asegurar el cumplimiento de las diferentes disposiciones legales a que está sujeta, asegurándonos que estuviesen adecuadamente reveladas en la información financiera.

Revisamos periódicamente las diversas contingencias fiscales, legales y laborales existentes en la empresa y nos cercioramos del procedimiento establecido para identificar tales contingencias y su adecuado seguimiento.

CÓDIGO DE ETICA

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

Fuimos oportunamente informados de los avances en la implementación de la línea de contacto para los colaboradores del Grupo, misma que operará en el segundo semestre de este año.

CUMPLIMIENTO DE OTRAS OBLIGACIONES

Llevamos a cabo las reuniones con los directivos y funcionarios de la Administración que consideramos necesario 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 fuimos informados sobre las medidas correctivas tomadas en cada uno de ellos, encontrando las satisfactorias.

No juzgamos necesario solicitar el apoyo y 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.

En mi calidad de Presidente del Comité de Auditoría, 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.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'H. Davis', with a horizontal line underneath the name.

Atentamente,
Henry Davis
Presidente del Comité de Auditoría de
Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V.