

GRUPO BIMBO REPORTA RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2009

Datos relevantes del trimestre:

- *Las ventas registraron un sólido crecimiento trimestral, de 42.9%, impulsado por la adquisición en Estados Unidos.*
- *La utilidad después de gastos generales y la UAFIDA se incrementaron 93.7% y 76.4%, respectivamente, principalmente como resultado de la operación en Estados Unidos.*
- *Así como los resultados operativos, la utilidad neta mayoritaria aumentó 69.9% en relación con el mismo periodo del año anterior.*

Contactos Relación con Inversionistas

Armando Giner
Tel: (5255) 5268-6924
aginer@grupobimbo.com

Andrea Amozurrutia
Tel: (5255) 5268-6962
aamozurrutia@grupobimbo.com

Fabiola Medina
Tel: (5255) 5268-6552
fmedina@grupobimbo.com

México, D.F. 23 de julio de 2009 – Grupo Bimbo S.A.B. de C.V. (“Grupo Bimbo” o “la Compañía”) (BMV: BIMBO) reportó hoy sus resultados correspondientes al segundo trimestre de 2009.¹

En el segundo trimestre, las ventas netas ascendieron a \$28,581 millones, un significativo incremento de 42.9%, atribuible principalmente a la incorporación de la adquisición en Estados Unidos y al crecimiento en BBU West². Excluyendo la adquisición en Estados Unidos, las ventas netas hubieran crecido 4.6% en el trimestre.

El margen bruto consolidado se expandió 2.3 puntos porcentuales en comparación con el segundo trimestre del año anterior, para situarse en 53.0%. Este resultado refleja una notable mejoría del margen bruto en Estados Unidos, relacionada con la incorporación de BBU East y el *turnaround* de BBU West derivado de los considerables incrementos en la productividad y la disminución en el costo de los *commodities*. Asimismo, la menor presión ejercida por los costos de las materias primas benefició a los resultados en México y Latinoamérica, y más que contrarrestó el impacto de la devaluación de sus monedas.

El margen después de gastos generales se expandió 2.5 puntos porcentuales, en tanto que el margen UAFIDA observó un incremento de 2.3 puntos porcentuales, a 9.6% y 12.4%, respectivamente. Al igual que el margen bruto, este desempeño es atribuible a los resultados en Estados Unidos, donde los gastos generales disminuyeron 2.3 puntos porcentuales como porcentaje de las ventas en comparación con el mismo periodo del año anterior. Si se excluyera la adquisición de Estados Unidos, el margen después de gastos generales hubiera sido 8.7%, 1.6 puntos porcentuales mayor al registrado en el segundo trimestre de 2008.

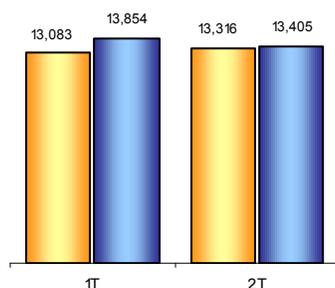
La utilidad neta mayoritaria ascendió a \$1,427 millones durante el trimestre, lo que representa un incremento de 69.9% con respecto al mismo periodo del año anterior, mientras que el margen se expandió 80 puntos base, a 5.0%.

¹ Las cifras incluidas en este documento están preparadas de conformidad con las Normas de Información Financiera en México (NIF) y están expresadas en términos nominales.

² BBU West se refiere a lo que anteriormente se conocía como Bimbo Bakeries USA (BBU), mientras que BBU East se refiere a la operación previamente conocida como Weston Foods, Inc., el negocio de panificación en Estados Unidos de George Weston Bakeries, Inc., el cual fue adquirido por Grupo Bimbo el 21 de enero de 2009.

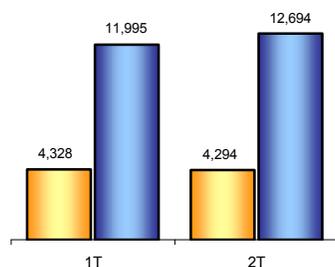
México

(millones de pesos)



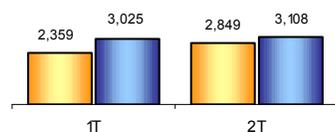
Estados Unidos

(millones de pesos)



Latinoamérica

(millones de pesos)



Ventas Netas

2T09	2T08	% Cambio	Ventas Netas	6M09	6M08	% Cambio
13,405	13,316	0.7	México	27,260	26,398	3.3
12,694	4,294	> 100	Estados Unidos	24,690	8,622	> 100
3,108	2,849	9.1	Latinoamérica	6,133	5,208	17.8
28,581	19,996	42.9	Consolidado	56,831	39,343	44.4

Nota: Las cifras están expresadas en millones de pesos. En el cálculo de las cifras consolidadas se excluyen las operaciones entre regiones.

México

Las ventas netas crecieron sólo 0.7% en el trimestre. Adicionalmente a la recesión económica observada desde principios del año, el segundo trimestre se vio afectado por el brote de la influenza H1N1 en abril, lo que provocó cierres temporales aunque de gran alcance en el canal tradicional y de *foodservice*. Lo anterior más que contrarrestó el beneficio de mayores ventas en los canales modernos y de los lanzamientos de nuevos productos. A junio de 2009, las ventas crecieron 3.3%, fundamentalmente como resultado de los incrementos de precios implementados en los últimos 12 meses y los lanzamientos de nuevos productos.

Estados Unidos

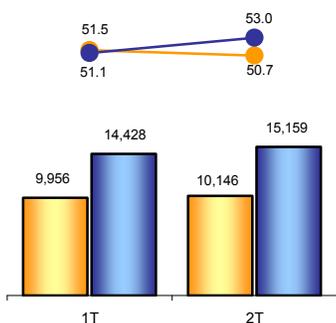
Tanto en el trimestre como en términos acumulados, las ventas netas se triplicaron, al ascender a \$12,694 millones y \$24,690 millones, respectivamente. Este crecimiento se atribuye a: i) la integración de BBU East, ii) el crecimiento orgánico de BBU West, principalmente como resultado de los incrementos de precios realizados en los últimos doce meses, y iii) el beneficio de la apreciación del dólar al convertirse en pesos. Tal como se esperaba del proceso de integración, el crecimiento más sobresaliente en el trimestre provino de las cadenas nacionales de supermercados.

En términos de dólares, las ventas netas excluyendo la adquisición hubieran aumentado 0.4% y 0.9% en el segundo trimestre y el primer semestre, respectivamente.

Latinoamérica

En el segundo trimestre y los primeros seis meses, las ventas netas crecieron 9.1% y 17.8%, respectivamente. Ello se debió, sobre todo, a los lanzamientos de nuevos productos, a precios promedio más altos y a la integración de las operaciones recientemente adquiridas. Por país, el desempeño más sólido se reportó en Brasil, Colombia y Panamá. Conviene aclarar que el crecimiento derivado de las adquisiciones comenzó a moderarse en el trimestre, ya que los resultados de Nutrella en Brasil empezaron a consolidarse en mayo del año pasado.

Resultado Bruto



Resultado Bruto

Sobre una base consolidada, el margen bruto en el trimestre y los primeros seis meses se expandió 2.3 y 1.0 puntos porcentuales, a 53.0% y 52.1%, en comparación con los mismos periodos de 2008, respectivamente. Esto se debió a que durante el trimestre se moderó el efecto de la presión ejercida por los costos de las materias primas, particularmente el trigo. El beneficio de la reducción de los costos más que contrarrestó el impacto tanto de la devaluación de las monedas en México y Latinoamérica como el incremento de los costos laborales en Latinoamérica.

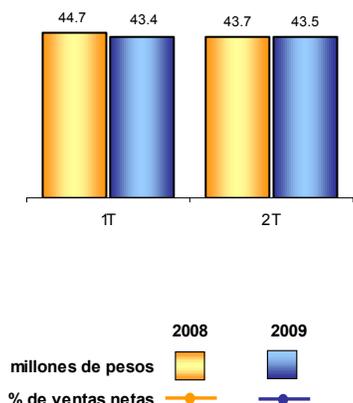
En Estados Unidos, el margen bruto registró expansiones de 8.2 y 6.5 puntos porcentuales en el trimestre y el acumulado, respectivamente, como resultado de: i) la integración de BBU East y su estructura de costos más eficiente, ii) la disminución de los precios de los *commodities* y la energía en BBU West, en contraste con el segundo trimestre del año anterior cuando los costos de las materias primas y de energía alcanzaron su máximo nivel, iii) la reducción de los costos laborales, iv) los significativos incrementos en la productividad como consecuencia de las iniciativas en curso, implementadas desde 2008, incluyendo el cierre de una planta durante el trimestre, así como v) el efecto de las mejores prácticas compartidas entre regiones.

2T09	2T08	Var. pp	Margen Bruto (%)	6M09	6M08	Var. pp
54.2	53.3	1.0	México	53.0	53.3	(0.3)
51.4	43.2	8.2	Estados Unidos	50.5	44.0	6.5
43.9	42.1	1.9	Latinoamérica	43.3	43.1	0.2
53.0	50.7	2.3	Consolidado	52.1	51.1	1.0

Nota: En el cálculo de las cifras consolidadas se excluyen las operaciones entre las regiones.

Gastos Generales

(% de ventas netas)



Gastos Generales

Como porcentaje de las ventas, los gastos generales disminuyeron 0.2 puntos porcentuales en el trimestre, para ubicarse en 43.5%, en tanto que durante el primer semestre se redujeron 0.7 puntos porcentuales, principalmente a raíz de menores gastos proporcionales en la operación de Estados Unidos. Lo anterior obedeció a la incorporación de BBU East y a las iniciativas en curso en BBU West, tales como la consolidación de rutas. Estos factores combinados más que contrarrestaron los gastos de integración.

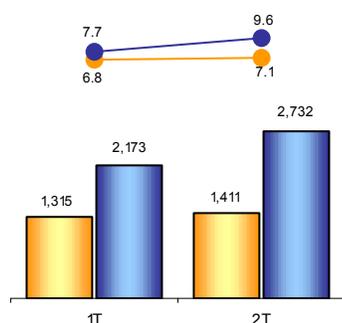
En México y Latinoamérica, por el contrario, los gastos generales como porcentaje de las ventas aumentaron 0.4 y 1.6 puntos porcentuales, en el trimestre. Estos incrementos se debieron primordialmente a un menor ritmo de crecimiento en las ventas, lo cual tuvo un impacto en la absorción de los gastos fijos; así como a los gastos de publicidad y

promoción encaminados a incentivar el consumo; factores que, combinados, más que contrarrestaron los beneficios derivados de la consolidación de rutas y centros de distribución en México.

Utilidad después de Gastos Generales

Durante el segundo trimestre y el primer semestre de 2009, la utilidad después de gastos generales creció 93.7% y 79.9%, respectivamente, lo que refleja principalmente el incremento registrado en Estados Unidos. El margen consolidado en el trimestre fue de 9.6%, es decir, 2.5 puntos porcentuales más que en el mismo periodo del año anterior. A junio, el margen se expandió 1.7 puntos porcentuales, a 8.6%.

Utilidad después de Gastos Generales



2T09	2T08	% Cambio	Utilidad después de Gastos Generales	6M09	6M08	% Cambio
1,429	1,350	5.9	México	2,613	2,530	3.3
1,233	(35)	> 100	Estados Unidos	2,173	(19)	> 100
99	81	21.1	Latinoamérica	172	200	(13.7)
2,732	1,411	93.7	Consolidado	4,905	2,726	79.9

Nota: En el cálculo de las cifras consolidadas se excluyen las operaciones entre las regiones.

Por región, la utilidad después de gastos generales en México creció 5.9% en el trimestre y el margen aumentó 60 puntos base, a 10.7%, en relación con el mismo periodo del año anterior, a pesar de la desaceleración en el ritmo de crecimiento de las ventas, la menor absorción de los gastos fijos y las iniciativas en curso en materia de publicidad y promoción. Estas cifras reflejan la expansión en el margen bruto y la mayor eficiencia en la distribución, derivada de la consolidación de rutas y el cierre de algunos centros de distribución. En el primer semestre del año, la utilidad después de gastos generales creció 3.3%, mientras que el margen permaneció sin cambio en relación con el mismo periodo de 2008, al ubicarse en 9.6%.

En Estados Unidos, el margen trimestral se incrementó 10.5 puntos porcentuales, a 9.7%, lo que refleja el *turnaround* en BBU West, tal como se explicó previamente, así como la incorporación de BBU East. La expansión del margen fue el resultado de: i) el incremento en la productividad registrado en ambas regiones, principalmente en el área de manufactura; ii) la mayor absorción de los gastos fijos debido al crecimiento de las ventas, y iii) el incremento en la productividad en BBU West, incluyendo la optimización de activos, rutas y gastos de administración. De manera similar, en el primer semestre del año la región reportó ganancias a nivel operativo, en contraste con una ligera pérdida en 2008, en tanto que el margen osciló de un 0.2% de pérdida a un 8.8% positivo. Excluyendo la operación recientemente adquirida, el margen después de gastos generales se hubiera expandido 7.0 y 6.5 puntos porcentuales, a 6.2% y 6.3% en el segundo trimestre y los primeros seis meses del año, respectivamente, en comparación con los mismos periodos del año anterior.

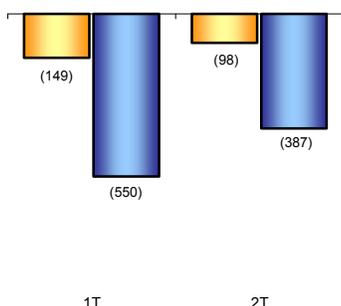
2008 2009
 millones de pesos
 % de ventas netas

En Latinoamérica, el margen después de gastos generales creció 0.3 puntos porcentuales durante el trimestre, a 3.2%. Esto se explica por la expansión del margen bruto, que fue parcialmente compensada por una menor absorción de los gastos fijos y el incremento en los costos laborales. En términos acumulados, el margen después de gastos generales disminuyó 1.0 punto porcentual, a 2.8%, debido tanto a los aumentos en los costos de las materias primas registrados en el primer trimestre del año como consecuencia de la devaluación de las monedas locales con respecto al dólar estadounidense, como a mayores costos laborales.

2T09	2T08	Var. pp	Mg después de Gastos Generales (%)	6M09	6M08	Var. pp
10.7	10.1	0.6	México	9.6	9.6	0.0
9.7	(0.8)	10.5	Estados Unidos	8.8	(0.2)	9.0
3.2	2.9	0.3	Latinoamérica	2.8	3.8	(1.0)
9.6	7.1	2.5	Consolidado	8.6	6.9	1.7

Nota: En el cálculo de las cifras consolidadas se excluyen las operaciones entre las regiones.

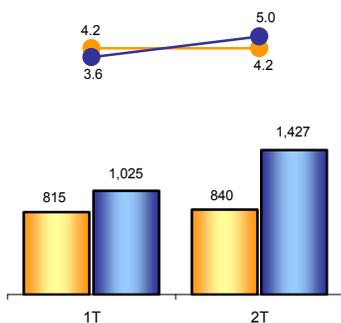
Resultado Integral de Financiamiento



Resultado Integral de Financiamiento

En el trimestre, el costo integral de financiamiento ascendió a \$387 millones, en comparación con \$98 millones en el mismo periodo de 2008. Lo anterior obedeció a mayores intereses pagados a raíz de la nueva deuda contraída en enero de este año. De la misma manera, sobre una base acumulada, el costo integral de financiamiento aumentó de \$247 millones a \$937 millones. En ambos casos, el resultado fue parcialmente contrarrestado con una ganancia cambiaria.

Utilidad Neta Mayoritaria



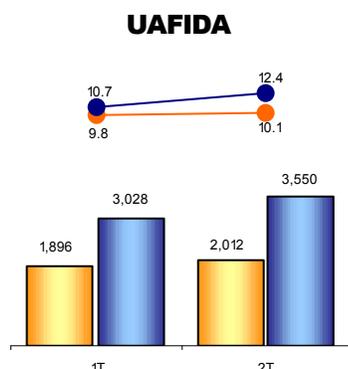
Utilidad Neta Mayoritaria

En el segundo trimestre de 2009, la utilidad neta mayoritaria ascendió a \$1,427 millones, lo que significa un incremento de 69.9% en relación con el mismo periodo del año anterior. A pesar del mayor costo integral de financiamiento en el periodo, la expansión en los márgenes bruto y después de gastos generales derivó en un margen de 5.0%, es decir, un incremento de 0.8 puntos porcentuales. En términos acumulados, la utilidad neta creció 48.2%, a \$2,452 millones, en tanto que el margen se expandió 10 puntos base, a 4.3%.

2T09	2T08	Var. pp	Margen Neto Mayoritario (%)	6M09	6M08	Var. pp
5.0	4.2	0.8	Consolidado	4.3	4.2	0.1

2008 2009
 millones de pesos
 % de ventas netas

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



En el trimestre, la UAFIDA creció 76.4%, a \$3,550 millones, mientras que el margen fue 2.3 puntos porcentuales superior al año anterior, al situarse en 12.4%. Durante los primeros seis meses del año, la UAFIDA aumentó 68.3%, con una expansión de 1.7 puntos porcentuales en el margen, que fue de 11.6%.

Es importante resaltar el desempeño del margen UAFIDA en Estados Unidos. Este fue de 11.9% y 11.0% en el trimestre y los primeros seis meses del año, lo que equivale a un aumento de 10.8 y 9.3 puntos porcentuales con respecto a los mismos periodos del año anterior, respectivamente.

2T09	2T08	% Cambio	UAFIDA	6M09	6M08	% Cambio
1,815	1,760	3.1	México	3,446	3,349	2.9
1,514	47	> 100	Estados Unidos	2,725	150	> 100
249	191	30.5	Latinoamérica	461	396	16.4
3,550	2,012	76.4	Consolidado	6,578	3,908	68.3

Nota: Las cifras están expresadas en millones de pesos. En el cálculo de los resultados consolidados se han eliminado las operaciones entre las regiones.

2T09	2T08	Var. pp	Margen UAFIDA (%)	6M09	6M08	Var. pp
13.5	13.2	0.3	México	12.6	12.7	(0.1)
11.9	1.1	10.8	Estados Unidos	11.0	1.7	9.3
8.0	6.7	1.3	Latinoamérica	7.5	7.6	(0.1)
12.4	10.1	2.3	Consolidado	11.6	9.9	1.7

Nota: En el cálculo de los resultados consolidados se han eliminado las operaciones entre las regiones.

Estructura Financiera

Es conveniente destacar que, como resultado de la adquisición de BBU East en enero de 2009, el balance general de la Compañía cambió estructuralmente.

Al 30 de junio de 2009, la posición de efectivo de Grupo Bimbo totalizó \$7,121 millones, en comparación con \$2,554 millones en 2008. Este resultado continúa reflejando la sólida generación de efectivo de la Compañía, combinada con la fortaleza de la operación de Estados Unidos.

La deuda neta al final del segundo trimestre fue de \$35,165 millones, en comparación con los \$3,335 registrados en junio de 2008. Este incremento se atribuye al crédito utilizado para financiar la adquisición en Estados Unidos.



Sin embargo, es importante subrayar que, con respecto al primer trimestre de este año, la deuda neta disminuyó en \$4,225 millones, debido a la sólida generación de efectivo. Asimismo, el perfil de amortizaciones de la deuda de la Compañía se modificó significativamente durante el trimestre con la colocación, en junio, del programa de certificados bursátiles a largo plazo por \$10,000 millones. Con éste, la Compañía prepagó el crédito puente por \$600 millones de dólares relacionado con la adquisición de Estados Unidos, así como \$135 millones de dólares correspondientes a la porción a tres años del crédito. En consecuencia, 95% de los vencimientos de la deuda de la Compañía son a largo plazo y el 5% restante corresponde al corto plazo. Por lo que se refiere a la mezcla de monedas, 42% de la deuda de Grupo Bimbo está denominada en dólares estadounidenses, en tanto que el 58% restante está denominado en pesos.

Al 30 de junio de 2009, la relación de deuda neta a capital contable fue de 1.0 veces, en comparación con 0.1 veces en el mismo periodo del año anterior, debido al incremento en la deuda. Por otro lado, es importante resaltar el comportamiento de la relación de deuda neta a UAFIDA del segundo trimestre en comparación con el trimestre inmediato anterior, que disminuyó de 3.6 veces a 2.8 veces.

Acontecimientos Recientes

El 10 de junio de 2009, la Compañía anunció la exitosa colocación de certificados bursátiles por \$10,000 millones en el mercado mexicano de deuda. La transacción se logró con una sólida demanda, superior a los \$14,700 millones de pesos, lo que reflejó la confianza que el público inversionista tiene en Grupo Bimbo y en su sólido perfil financiero. Como intermediarios colocadores actuaron Banc of America Securities, Casa de Bolsa; Acciones y Valores Banamex, Casa de Bolsa; BBVA Bancomer; HSBC; ING, Casa de Bolsa, y Casa de Bolsa Santander. La colocación se realizó en tres emisiones:

- \$5,000 millones a un plazo de cinco años, a una tasa variable de 28 días más 155 puntos base.
- \$2,000 millones a un plazo de siete años, a una tasa fija de 10.60%.
- \$3,000 millones a un plazo de siete años, a una tasa real de 6.05% anual.

Con los recursos obtenidos de esta transacción, el 17 de junio, la Compañía prepagó la totalidad del crédito puente por \$600 millones de dólares, con vencimiento en enero de 2010, el cual fue obtenido para financiar la adquisición, en enero de 2009, del negocio de panificación en Estados Unidos de Weston Foods, Inc. Asimismo, el 26 de junio, la Compañía prepagó \$135 millones de dólares de los \$900 millones de dólares correspondientes al crédito a tres años obtenido para el mismo propósito.

Descripción de la Compañía

Por sus volúmenes de producción y ventas, Grupo Bimbo es una de las empresas de panificación más grandes del mundo. Líder en el continente americano, cuenta con 100 plantas y 800 centros de distribución localizados estratégicamente en 18 países de América, Europa y Asia. Sus líneas de productos incluyen pan de caja, bollos, galletas, pastelitos, productos empaçados, tortillas, botanas saladas y confitería, entre otras. Grupo Bimbo fabrica más de 5,000 productos y tiene una de las redes de distribución más extensas del mundo, con más de 41,000 rutas y una plantilla laboral superior a los 100,000 colaboradores. Desde 1980, las acciones de Grupo Bimbo cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) bajo la clave de pizarra BIMBO.

Declaración del futuro desempeño de las operaciones y resultados

Las declaraciones sobre el desempeño financiero y operativo esperado de Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V. que contiene este reporte se basan en información financiera, niveles de operación y condiciones de mercado vigentes a la fecha, así como en estimaciones del Consejo de Administración de la Compañía en relación con posibles acontecimientos futuros. Los resultados de la Compañía pueden variar con respecto a los expuestos en dichas declaraciones por diversos factores fuera del alcance de la Compañía, tales como: ajustes en los niveles de precios, variaciones en los costos de sus materias primas y cambios en las leyes y regulaciones, o bien por condiciones económicas y políticas no previstas en los países en los que opera. Consecuentemente, la Compañía no se hace responsable de las modificaciones en la información y sugiere a los lectores tomar las declaraciones con reserva. Asimismo, la Compañía no se obliga a publicar modificación alguna derivada de las variaciones que pudieran tener dichos factores después de la fecha de publicación de este documento.



ESTADO DE RESULTADOS (MILLONES DE PESOS)	2008						2009									
	1 TRIM	%	2 TRIM	%	3 TRIM	%	4 TRIM	%	ACUM	%	1 TRIM	%	2 TRIM	%	ACUM	%
VENTAS NETAS	19,347	100.0	19,996	100.0	20,796	100.0	22,178	100.0	82,317	100.0	28,250	100.0	28,581	100.0	56,831	100.0
MEXICO	13,083	67.6	13,316	66.6	14,076	67.7	14,371	64.8	54,845	66.6	13,854	49.0	13,405	46.9	27,260	48.0
ESTADOS UNIDOS	4,328	22.4	4,294	21.5	4,234	20.4	5,193	23.4	18,049	21.9	11,995	42.5	12,694	44.4	24,690	43.4
LATINOAMERICA	2,359	12.2	2,849	14.2	2,927	14.1	3,211	14.5	11,346	13.8	3,025	10.7	3,108	10.9	6,133	10.8
COSTO DE VENTAS	9,391	48.5	9,849	49.3	10,055	48.4	10,997	49.6	40,293	48.9	13,822	48.9	13,422	47.0	27,244	47.9
RESULTADO BRUTO	9,956	51.5	10,146	50.7	10,741	51.6	11,181	50.4	42,024	51.1	14,428	51.1	15,159	53.0	29,587	52.1
MEXICO	6,974	53.3	7,094	53.3	7,596	54.0	7,631	53.1	29,295	53.4	7,189	51.9	7,270	54.2	14,459	53.0
ESTADOS UNIDOS	1,937	44.8	1,854	43.2	1,891	44.7	2,252	43.4	7,934	44.0	5,948	49.6	6,523	51.4	12,471	50.5
LATINOAMERICA	1,046	44.3	1,198	42.1	1,252	42.8	1,297	40.4	4,793	42.2	1,288	42.6	1,366	43.9	2,654	43.3
GASTOS GENERALES	8,641	44.7	8,736	43.7	8,643	41.6	8,676	39.1	34,696	42.1	12,255	43.4	12,427	43.5	24,682	43.4
UTILIDAD DESPUES DE GASTOS GENERALES	1,315	6.8	1,411	7.1	2,098	10.1	2,504	11.3	7,328	8.9	2,173	7.7	2,732	9.6	4,905	8.6
MEXICO	1,180	9.0	1,350	10.1	1,940	13.8	2,384	16.6	6,854	12.5	1,184	8.5	1,429	10.7	2,613	9.6
ESTADOS UNIDOS	17	0.4	(35)	(0.8)	63	1.5	80	1.5	125	0.7	940	7.8	1,233	9.7	2,173	8.8
LATINOAMERICA	118	5.0	81	2.9	130	4.4	101	3.2	431	3.8	74	2.4	99	3.2	172	2.8
OTROS INGRESOS Y (GASTOS) NETOS	5	0.0	(121)	(0.6)	(166)	(0.8)	(194)	(0.9)	(476)	(0.6)	(151)	(0.5)	(248)	(0.9)	(399)	(0.7)
RESULTADO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO	(149)	(0.8)	(98)	(0.5)	(25)	(0.1)	(267)	(1.2)	(539)	(0.7)	(550)	(1.9)	(387)	(1.4)	(937)	(1.6)
INTERESES PAGADOS (NETO)	(115)	(0.6)	(65)	(0.3)	(88)	(0.5)	(194)	(0.9)	(461)	(0.6)	(546)	(1.9)	(609)	(2.1)	(1,155)	(2.0)
PERDIDA (GANANCIA) EN CAMBIOS	(34)	(0.2)	(67)	(0.3)	31	0.1	(83)	(0.4)	(153)	(0.2)	(26)	(0.1)	210	0.7	184	0.3
RESULTADO POR POSICION MONETARIA	(0)	(0.0)	33	0.2	32	0.2	10	0.0	75	0.1	22	0.1	12	0.0	34	0.1
PARTICIPACION EN ASOCIADAS	(4)	(0.0)	10	0.1	26	0.1	(8)	(0.0)	24	0.0	(40)	(0.1)	(13)	(0.0)	(53)	(0.1)
PARTIDAS NO ORDINARIAS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
UTILIDAD ANTES DE LOS IMPUESTOS A LA UTILIDAD	1,167	6.0	1,201	6.0	1,933	9.3	2,036	9.2	6,337	7.7	1,432	5.1	2,084	7.3	3,516	6.2
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	329	1.7	345	1.7	505	2.4	714	3.2	1,893	2.3	389	1.4	637	2.2	1,027	1.8
UTILIDAD ANTES DE OPERACIONES DISCONTINUADAS	838	4.3	856	4.3	1,428	6.9	1,322	6.0	4,444	5.4	1,043	3.7	1,447	5.1	2,490	4.4
RESULTADO NETO MINORITARIO	23	0.1	17	0.1	37	0.2	48	0.2	124	0.2	18	0.1	20	0.1	38	0.1
RESULTADO NETO MAYORITARIO	815	4.2	840	4.2	1,391	6.7	1,274	5.7	4,320	5.2	1,025	3.6	1,427	5.0	2,452	4.3
UTILIDAD DEPUES DE GASTOS GENERALES MAS DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN (UAFIDA)	1,896	9.8	2,012	10.1	2,698	13.0	3,222	14.5	9,829	11.9	3,028	10.7	3,550	12.4	6,578	11.6
MEXICO	1,588	12.1	1,760	13.2	2,351	16.7	2,804	19.5	8,503	15.5	1,631	11.8	1,816	13.5	3,446	12.6
ESTADOS UNIDOS	103	2.4	47	1.1	147	3.5	244	4.7	540	3.0	1,211	10.1	1,514	11.9	2,725	11.0
LATINOAMERICA	205	8.7	191	6.7	236	8.1	235	7.3	867	7.6	212	7.0	249	8.0	461	7.5

En el cálculo de las cifras consolidadas se han eliminado las operaciones entre las regiones

Los porcentajes regionales de Utilidad Bruta, Utilidad de Operación y UAFIDA están calculados en base a las ventas de cada operación



BALANCE GENERAL	2008	2009	%
(MILLONES DE PESOS)			Cambio
ACTIVO TOTAL	48,050	97,437	102.8
MEXICO	26,862	31,536	17.4
ESTADOS UNIDOS	11,292	53,438	373.2
LATINOAMERICA	9,897	12,463	25.9
ACTIVO CIRCULANTE	11,363	22,237	95.7
INMUEBLES PLANTA Y EQUIPO, NETO	24,389	32,480	33.2
PASIVO TOTAL	18,910	61,328	224.3
CREDITOS BANCARIOS A CORTO PLAZO	2,471	2,104	(14.8)
CREDITOS BANCARIOS A LARGO PLAZO	3,419	40,181	1,075.2
CAPITAL CONTABLE	29,140	36,108	23.9

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO	2008	2009
METODO INDIRECTO		
UTILIDAD (PERD) ANTES DE IMPUESTOS	2,368	3,516
+ (-) PARTIDAS SIN IMPACTO EN EL EFECTIVO	280	-
+ (-) PARTIDAS RELACIONADAS CON ACTIVIDADES DE INVERSION	1,183	1,597
+ (-) PARTIDAS RELACIONADAS CON ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	(121)	23
FLUJO DERIVADO DEL RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS A LA UTILIDAD	3,711	5,136
FLUJOS GENERADOS O UTILIZADOS EN LA OPERACIÓN	(334)	(80)
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	3,376	5,056
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE INVERSION	(4,206)	(36,162)
EFFECTIVO EXCEDENTE (REQUERIDO) PARA APLICAR EN ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	(830)	(31,106)
FLUJO NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	(490)	29,920
INCREMENTO (DISMINUCION) NETO DE EFECTIVO Y DEMAS EQUIVALENTES DE EFECTIVO	(1,320)	(1,186)
DIFERENCIA EN CAMBIOS EN EL EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO	(28)	968
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO AL PRINCIPIO DEL PERIODO	3,902	7,340
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO AL FINAL DEL PERIODO	2,554	7,121

INFORMACIÓN TRIMESTRAL PRO-FORMA

	2009 2T	2008 2T	% Cambio	BBU East 2T08 Pro-forma	GB 2T08 forma	Pro-% Cambio Pro- forma
VENTAS NETAS						
Grupo Bimbo	28,581	19,996	42.9%	5,961	25,957	10.1%
Estados Unidos	12,694	4,294	195.6%	5,961	10,255	23.8%
UTILIDAD DESPUÉS DE GASTOS GENERALES						
Grupo Bimbo	2,732	1,411	93.7%	603	2,014	35.7%
Estados Unidos	1,233	(35)	NA	603	568	117.2%
MARGEN DESPUÉS DE GASTOS GENERALES						
Grupo Bimbo	9.6%	7.1%	2.5 pp	10.1%	7.8%	1.9 pp
Estados Unidos	9.7%	-0.8%	10.5 pp	10.1%	5.5%	4.2 pp

Cifras en millones de pesos nominales

INFORMACIÓN ACUMULADA PRO-FORMA

	2009 Acum	2008 Acum	% Cambio	BBU East Acum 08 Pro-forma	GB Acum 08 Pro-forma	% Cambio Pro- forma
VENTAS NETAS						
Grupo Bimbo	56,831	39,343	44.4%	10,142	49,485	14.8%
Estados Unidos	24,690	8,622	186.3%	10,142	18,764	31.6%
UTILIDAD DESPUÉS DE GASTOS GENERALES						
Grupo Bimbo	4,905	2,726	79.9%	966	3,692	32.8%
Estados Unidos	2,173	(19)	NA	966	948	129.2%
MARGEN DESPUÉS DE GASTOS GENERALES						
Grupo Bimbo	8.6%	6.9%	1.7 pp	9.5%	7.5%	1.2 pp
Estados Unidos	8.8%	-0.2%	9.0 pp	9.5%	5.1%	3.3 pp

Cifras en millones de pesos nominales



INFORMACIÓN TRIMESTRAL EXCLUYENDO BBU EAST

	2008 2T	2009 2T	% Cambio	BBU East 2T09	2T09 sin BBU East	% Cambio sin BBU East
VENTAS NETAS						
Grupo Bimbo	19,996	28,581	42.9%	7,667	20,913	4.6%
Estados Unidos	4,294	12,694	195.6%	7,667	5,027	17.1%
UTILIDAD DESPUÉS DE GASTOS GENERALES						
Grupo Bimbo	1,411	2,732	93.7%	922	1,810	28.3%
Estados Unidos	(35)	1,233	NA	922	312	NA
MARGEN DESPUÉS DE GASTOS GENERALES						
Grupo Bimbo	7.1%	9.6%	2.5 pp	12.0%	8.7%	1.6 pp
Estados Unidos	-0.8%	9.7%	10.5 pp	12.0%	6.2%	7.0 pp

Cifras en millones de pesos nominales

INFORMACIÓN ACUMULADA EXCLUYENDO BBU EAST

	2008 Acum	2009 Acum	% Cambio	BBU East Acum 09	Acum 09 sin BBU East	% Cambio sin BBU East
VENTAS NETAS						
Grupo Bimbo	39,343	56,831	44.4%	13,610	43,221	9.9%
Estados Unidos	8,622	24,690	186.3%	13,610	11,080	28.5%
UTILIDAD DESPUÉS DE GASTOS GENERALES						
Grupo Bimbo	2,726	4,905	79.9%	1,480	3,425	25.6%
Estados Unidos	(19)	2,173	NA	1,480	693	NA
MARGEN DESPUÉS DE GASTOS GENERALES						
Grupo Bimbo	6.9%	8.6%	1.7 pp	10.9%	7.9%	1.0 pp
Estados Unidos	-0.2%	8.8%	9.0 pp	10.9%	6.3%	6.5 pp

Cifras en millones de pesos nominales