

GRUPO BIMBO REPORTA RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2008

Datos relevantes del trimestre:

- *El aumento de 8.6% de las ventas netas, a \$19,027 millones, se debe a un sólido comportamiento en México y un fuerte crecimiento en Latinoamérica.*
- *La utilidad después de gastos generales y la UAFIDA crecieron 4.1% y 5.9%, respectivamente, a pesar de costos de materias primas significativamente más altos.*

Contactos Relación con Inversionistas

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

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

México, D.F., 24 de abril de 2008. Grupo Bimbo S.A.B. de C.V. ("Grupo Bimbo" o "La Compañía") (BMV: BIMBO) reportó hoy sus resultados correspondientes al primer trimestre de 2008.*

Es importante mencionar que, conforme al cambio en las Normas de Información Financiera (NIF) vigente a partir del 1º de enero de 2008, las cifras correspondientes a 2007 están expresadas en pesos constantes al 31 de diciembre de 2007, en tanto que las relativas a 2008 están expresadas en términos nominales.

Las ventas netas crecieron 8.6% en relación con el mismo trimestre del año anterior, a \$19,027 millones, lo que refleja precios promedio más altos, volúmenes estables y una mejor mezcla de ventas. Conviene resaltar el crecimiento de doble dígito registrado nuevamente en Latinoamérica, así como el sólido desempeño en México.

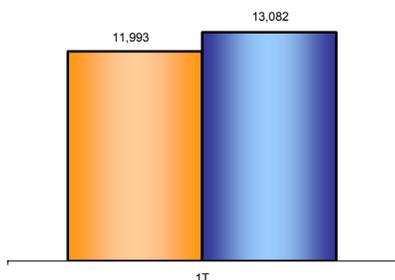
Tal como estaba previsto, el incremento en los precios de las principales materias primas utilizadas por la Compañía continuó presionando el margen bruto, que disminuyó 0.2 puntos porcentuales en el trimestre, para ubicarse en 51.5%. En el nivel operativo, el margen fue adicionalmente afectado por el ligero incremento en los gastos de distribución, principalmente relacionado con la actualización de la red en México. Sin embargo, lo anterior fue más que contrarrestado por menores gastos generales en las operaciones internacionales, lo que resultó en un margen después de gastos generales consolidado de 6.7%, 0.3 puntos porcentuales menor con respecto al primer trimestre de 2007.

El margen neto mayoritario fue 4.2% en el trimestre, una disminución de 0.5 puntos porcentuales con respecto al mismo periodo del año anterior, como resultado de la presión en el margen después de gastos generales antes mencionada, así como de un cambio en las Normas de Información Financiera (NIF) a partir del 1º de enero de 2008, que derivó en un incremento en el resultado integral de financiamiento. Específicamente, se refiere a la eliminación del beneficio derivado de la posición monetaria de la Compañía.

* Las cifras incluidas en este documento están preparadas de conformidad con las Normas de Información Financiera en México (NIF). Las cifras correspondientes a 2007 están expresadas en pesos constantes al 31 de diciembre de 2007, en tanto que las correspondientes a 2008 están expresadas en términos nominales.

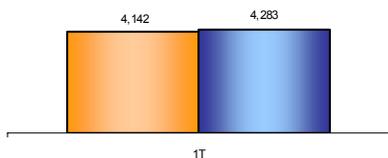
México

(millones de pesos)



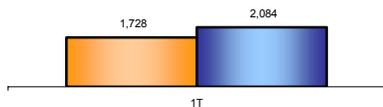
Estados Unidos

(millones de pesos)



Latinoamérica

(millones de pesos)



2007 2008

Ventas Netas

Ventas Netas	1T08	1T07	% Cambio
México	13,082	11,993	9.1
Estados Unidos	4,283	4,142	3.4
Latinoamérica	2,084	1,728	20.6
Consolidado	19,027	17,516	8.6

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

México

Las ventas netas crecieron 9.1%, a \$13,082 millones, lo que refleja volúmenes estables en la mayor parte del portafolio de productos, una mejor mezcla de ventas y mayores precios promedio, principalmente como resultado del incremento de precios realizado en diciembre en la división de panificación. Asimismo, es importante mencionar que se llevó a cabo un incremento de precios a finales de marzo, cuyo efecto se espera ver reflejado en el segundo trimestre del año. Siguiendo con la tendencia observada en trimestres anteriores, los canales no tradicionales continuaron registrando la mayor tasa de crecimiento.

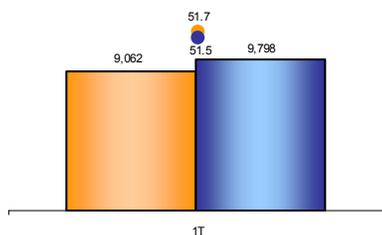
Estados Unidos

En el primer trimestre de 2008, el incremento en ventas ascendió a 3.4%, debido a mayores volúmenes, lanzamientos de nuevos productos y una mejor mezcla de ventas a raíz de la continua racionalización de productos. Los precios de todo el portafolio resultaron moderadamente más elevados que el año anterior como reflejo de los incrementos aplicados en septiembre y principios de marzo. Todos los territorios y canales registraron mejores resultados en comparación con el año anterior. En este sentido, destaca el notable desempeño tanto en el sur de California como en las tiendas de conveniencia.

Latinoamérica

Las ventas en la región continuaron reportando un crecimiento de doble dígito en el primer trimestre de 2008, al registrar un incremento de 20.6% con respecto al mismo periodo de 2007. Sobresalieron por su desempeño las operaciones en Chile, Colombia, Uruguay y Venezuela. Al igual que en los últimos dos años, dicho crecimiento obedeció a: i) la incorporación de 16,000 nuevos clientes en el trimestre, ii) un sólido aumento en los volúmenes de venta en la mayoría de los mercados, y iii) precios promedio más altos. Además, la Compañía realizó tres adquisiciones durante el trimestre en Brasil, Uruguay y Honduras. Sin considerar las adquisiciones incorporadas en los últimos doce meses, el crecimiento de ventas hubiera sido de 14.5% en el trimestre.

Resultado Bruto



Resultado Bruto

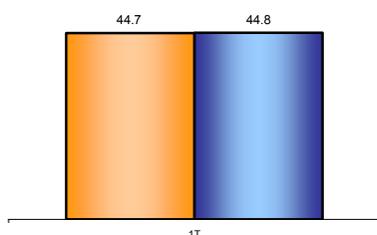
El incremento significativo en los precios de la mayoría de las principales materias primas utilizadas por la Compañía, especialmente harina de trigo, huevos, aceites y grasas, continuó presionando el costo de ventas en el trimestre. No obstante, el margen bruto consolidado disminuyó sólo 0.2 puntos porcentuales, para colocarse en 51.5%, principalmente como efecto combinado de una mezcla de ventas más eficiente y precios promedio más altos.

Margen Bruto (%)	1T08	1T07	Var. pp
México	53.3	53.1	0.2
Estados Unidos	44.7	46.4	(1.6)
Latinoamérica	43.6	44.7	(1.1)
Consolidado	51.5	51.7	(0.2)

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

En México, el margen mejoró 0.2 puntos porcentuales, a 53.3%, como reflejo del crecimiento en ventas que compensó el alza en el costos de las materias primas. Por su parte, el margen en Estados Unidos fue 1.7 puntos porcentuales menor al registrado en el primer trimestre de 2007 debido a que el alza de los costos de las materias primas sobrepasó los incrementos de precios, a pesar de la continua mejora en la mezcla de ventas. En Latinoamérica, el margen bruto se redujo 1.1 puntos porcentuales debido al incremento en las materias primas antes mencionado, así como a la integración de las operaciones recientemente adquiridas.

Gastos Generales (% de ventas netas)



Gastos Generales

A pesar de la importante expansión de la red de distribución en Latinoamérica y Estados Unidos, así como del efecto derivado de la integración de nuevas operaciones, los gastos generales consolidados representaron 44.8% de las ventas, tan sólo 0.1 puntos porcentuales por arriba del primer trimestre de 2007.

La estabilidad de los gastos como porcentaje de las ventas se atribuye a diversas iniciativas encaminadas a elevar la eficiencia operativa en todas las regiones, lo que ha resultado en un menor gasto de distribución como proporción de las ventas y la estabilidad del gasto de administración.

Por región, las operaciones en México registraron un incremento de 0.4 puntos porcentuales derivado de la inversión en los proyectos de distribución. Por otro lado, en Estados Unidos, los gastos generales se redujeron 0.3 puntos porcentuales con respecto a las ventas debido a la mejor mezcla de ventas. Lo anterior cobra suma importancia si se considera el incremento en las rutas de distribución dedicadas a las marcas hispanas y a la penetración del canal de conveniencia, así como los gastos en publicidad relacionados con el aniversario de los 100 años de la marca

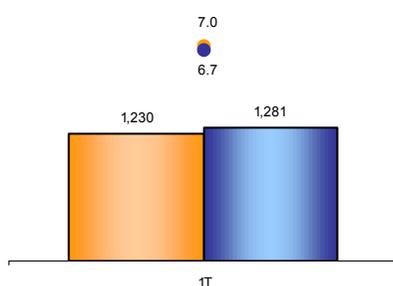


Mrs. Baird's y los programas de publicidad de la marca Oroweat en las Olimpiadas. Por último, en Latinoamérica, los gastos generales disminuyeron 0.6 puntos porcentuales primordialmente debido al incremento en el apalancamiento operativo resultado del importante crecimiento en ventas.

Utilidad después de Gastos Generales

Durante el trimestre, la utilidad después de gastos generales creció 4.1% en relación con el mismo periodo del año anterior, mientras que el margen se redujo sólo 0.3 puntos porcentuales, a 6.7%, debido al incremento en ventas que dio como resultado una mayor absorción de costos y gastos, así como a una mejor mezcla de ventas que, en conjunto, contrarrestaron parcialmente el incremento en los costos de los insumos.

Utilidad después de Gastos Generales



Utilidad después de Gastos Generales	1T08	1T07	% Cambio
México	1,179	1,114	5.9
Estados Unidos	17	63	(73.6)
Latinoamérica	85	52	61.8
Consolidado	1,281	1,230	4.1

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

Por región, si bien la utilidad después de gastos generales en México aumentó 5.9% durante el trimestre, el margen disminuyó 0.3 puntos porcentuales, para ubicarse en 9.0%. Lo anterior obedeció al incremento en los gastos de distribución asociados con la actualización del sistema de distribución en todo el país.

En Estados Unidos, el crecimiento en las ventas y la disminución de los gastos generales no fueron suficientes para compensar el incremento en los costos de los insumos. En consecuencia, el margen después de gastos generales fue de 0.4%, 1.1 puntos porcentuales menor en relación con el primer trimestre de 2007.

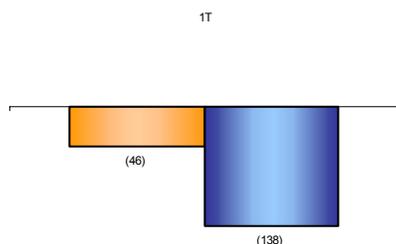
Mg después de Gastos Grales (%)	1T08	1T07	Var. pp
México	9.0	9.3	(0.3)
Estados Unidos	0.4	1.5	(1.1)
Latinoamérica	4.1	3.0	1.1
Consolidado	6.7	7.0	(0.3)

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

En Latinoamérica, en cambio, la utilidad después de gastos generales registró un importante incremento de 61.8% en el trimestre, como resultado del significativo crecimiento en la escala de la operación y el sólido



Resultado Integral de Financiamiento

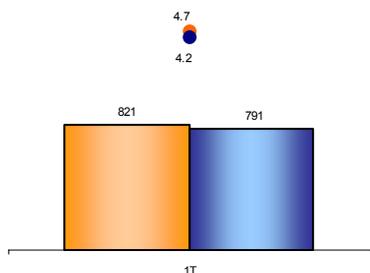


desempeño experimentado a lo largo de la región, incluido el punto de equilibrio en Argentina. Lo anterior derivó en una expansión de 1.1 puntos porcentuales en el margen, a 4.1%.

Resultado Integral de Financiamiento

En los primeros tres meses de 2008, el costo integral de financiamiento fue de \$138 millones, en comparación con los \$46 millones registrados en el mismo periodo del año anterior. Dicho incremento se debe, principalmente, a un cambio en las NIF a partir del 1° de enero de 2008 que resultó en la eliminación de la actualización por inflación de la posición monetaria, que en el caso de Grupo Bimbo, usualmente registraba un beneficio. Excluyendo este efecto, el principal cambio en el resultado integral de financiamiento se deriva de menores intereses pagados como resultado de un menor nivel de endeudamiento con respecto a 2007.

Utilidad Neta Mayoritaria



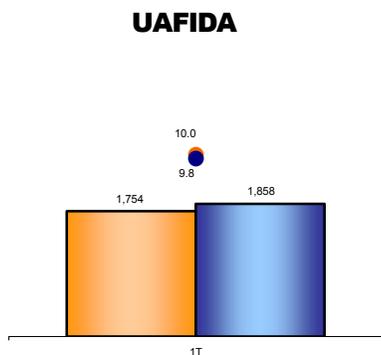
Utilidad Neta Mayoritaria

En el primer trimestre, la utilidad neta mayoritaria ascendió a \$791 millones, lo que significa una disminución de 3.6% con respecto al mismo periodo de 2007, en tanto que el margen se redujo 0.5 puntos porcentuales, a 4.2%. Lo anterior obedeció a la presión en los márgenes bruto y después de gastos generales, así como al cambio en las NIF con respecto a la posición monetaria mencionado anteriormente.

Margen Neto Mayoritario (%)	1T08	1T07	Var. pp
Consolidado	4.2	4.7	(0.5)

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

En el primer trimestre, la UAFIDA totalizó \$1,858 millones, lo que representa un crecimiento de 5.9% en relación con el mismo periodo de 2007. En tanto, el margen se redujo 0.2 puntos porcentuales, a 9.8%, como resultado de la disminución en el margen después de gastos generales.



UAFIDA	1T08	1T07	% Cambio
México	1,588	1,486	6.8
Estados Unidos	102	144	(29.6)
Latinoamérica	168	123	36.7
Consolidado	1,858	1,754	5.9

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

millones de pesos
% de ventas netas

2007 (Barra naranja)
2008 (Barra azul)

● 2007 (Punto naranja)
● 2008 (Punto azul)

Margen UAFIDA (%)	1T08	1T07	Var. pp
México	12.1	12.4	(0.3)
Estados Unidos	2.4	3.5	(1.1)
Latinoamérica	8.1	7.1	1.0
Consolidado	9.8	10.0	(0.2)

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

Estructura Financiera

Al 31 de marzo de 2008, la posición de efectivo de la Compañía ascendió a \$3,913 millones, en comparación con los \$5,926 millones registrados en el primer trimestre de 2007. Este resultado refleja principalmente un pago de \$2,750 millones de deuda local y otro de \$470 en lo que concierne a dividendos, ambos registrados en el segundo trimestre de 2007. Consecuentemente, la posición de deuda neta sumó \$1,919 millones, una reducción de 28.7% respecto de marzo de 2007. En tanto, la relación de deuda neta a capital contable se ubicó en 0.06 veces en el primer trimestre de 2008, frente a 0.10 veces registradas en el mismo periodo de 2007.

Acontecimientos Recientes

El 9 de abril de 2008, Grupo Bimbo celebró su Asamblea General Ordinaria de Accionistas, durante la cual se adoptaron las siguientes resoluciones:

- El pago de un dividendo de \$0.46 por acción, pagaderos al 21 de abril de 2008 contra la entrega del cupón número 1. Esta cifra representa un incremento de 15% con respecto al pago del año anterior.
- Las renunciaciones de Fernando Lerdo de Tejada y Francisco J. Fernández Carbajal como miembros del Consejo de Administración.
- El nombramiento de Nicolás Mariscal Servitje como Consejero y de Federico Reyes García, Guillermo Lerdo de Tejada Servitje y Francisco Laresgoiti Servitje como Consejeros suplentes.
- La ratificación del Presidente y otros miembros de los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias.
- La aprobación para ratificar al Presidente y otros miembros de los Comités de Evaluación y Resultados y, de Finanzas y Planeación.

También en esa fecha, Grupo Bimbo recibió una notificación de sus accionistas Normaciel, S.A. de C.V., Marlapag, 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 61% de las acciones en circulación de la Compañía, de que celebraron 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 propietarias. Asimismo, Normaciel, S.A. de C.V. otorgó el derecho de venta conjunta a las demás sociedades antes mencionadas

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 más de 70 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 empacados, 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 35,000 rutas y una plantilla laboral superior a los 92,000 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 insumos 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 CONSTANTES AL 31 DE MARZO DE 2008)	2007						2008							
	1 TRIM	%	2 TRIM	%	3 TRIM	%	4 TRIM	%	ACUM	%	1 TRIM	%	ACUM	%
VENTAS NETAS	17,516	100.0	17,539	100.0	18,268	100.0	18,970	100.0	72,294	100.0	19,027	100.0	19,027	100.0
MEXICO	11,993	68.5	12,015	68.5	12,657	69.3	13,048	68.8	49,713	68.8	13,082	68.8	13,082	68.8
ESTADOS UNIDOS	4,142	23.6	4,129	23.5	4,069	22.3	4,224	22.3	16,565	22.9	4,283	22.5	4,283	22.5
LATINOAMERICA	1,728	9.9	1,800	10.3	1,949	10.7	2,124	11.2	7,600	10.5	2,084	11.0	2,084	11.0
COSTO DE VENTAS	8,454	48.3	8,269	47.1	8,401	46.0	8,970	47.3	34,095	47.2	9,228	48.5	9,228	48.5
RESULTADO BRUTO	9,062	51.7	9,270	52.9	9,867	54.0	9,999	52.7	38,199	52.8	9,798	51.5	9,798	51.5
MEXICO	6,368	53.1	6,555	54.6	7,142	56.4	7,203	55.2	27,268	54.9	6,974	53.3	6,974	53.3
ESTADOS UNIDOS	1,922	46.4	1,914	46.4	1,886	46.3	1,901	45.0	7,623	46.0	1,916	44.7	1,916	44.7
LATINOAMERICA	772	44.7	800	44.5	840	43.1	896	42.2	3,308	43.5	908	43.6	908	43.6
GASTOS GENERALES	7,832	44.7	7,937	45.3	7,976	43.7	8,045	42.4	31,791	44.0	8,518	44.8	8,518	44.8
UTILIDAD DESPUES DE GASTOS GENERALES	1,230	7.0	1,333	7.6	1,891	10.3	1,954	10.3	6,408	8.9	1,281	6.7	1,281	6.7
MEXICO	1,114	9.3	1,194	9.9	1,769	14.0	1,816	13.9	5,893	11.9	1,179	9.0	1,179	9.0
ESTADOS UNIDOS	63	1.5	87	2.1	47	1.2	9	0.2	206	1.2	17	0.4	17	0.4
LATINOAMERICA	52	3.0	52	2.9	75	3.8	88	4.1	267	3.5	85	4.1	85	4.1
OTROS INGRESOS Y (GASTOS) NETOS	(36)	(0.2)	(68)	(0.4)	(66)	(0.4)	(224)	(1.2)	(394)	(0.5)	(2)	0.0	(2)	0.0
RESULTADO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO	(46)	(0.3)	(143)	(0.8)	(83)	(0.5)	38	0.2	(234)	(0.3)	(138)	(0.7)	(138)	(0.7)
INTERESES PAGADOS (NETO)	(158)	(0.9)	(105)	(0.6)	(96)	(0.5)	(88)	(0.5)	(447)	(0.6)	(108)	(0.6)	(108)	(0.6)
PERDIDA (GANANCIA) EN CAMBIOS	4	0.0	(47)	(0.3)	(39)	(0.2)	(22)	(0.1)	(104)	(0.1)	(30)	(0.2)	(30)	(0.2)
RESULTADO POR POSICION MONETARIA	109	0.6	9	0.1	52	0.3	147	0.8	317	0.4	0	0.0	0	0.0
PARTICIPACION EN ASOCIADAS	3	0.0	13	0.1	24	0.1	20	0.1	60	0.1	3	0.0	3	0.0
PARTIDAS NO ORDINARIAS	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	1,152	6.6	1,135	6.5	1,765	9.7	1,788	9.4	5,840	8.1	1,143	6.0	1,143	6.0
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	315	1.8	332	1.9	509	2.8	770	4.1	1,925	2.7	329	1.7	329	1.7
UTILIDAD ANTES DE OPERACIONES DISCONTINUADAS	837	4.8	803	4.6	1,256	6.9	1,018	5.4	3,914	5.4	815	4.3	815	4.3
RESULTADO NETO MINORITARIO	16	0.1	20	0.1	32	0.2	34	0.2	103	0.1	23	0.1	23	0.1
RESULTADO NETO MAYORITARIO	821	4.7	783	4.5	1,224	6.7	984	5.2	3,811	5.3	791	4.2	791	4.2
UTILIDAD DESPUES DE GASTOS GENERALES MAS DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN (UAFIDA)	1,754	10.0	1,881	10.7	2,462	13.5	2,550	13.4	8,646	12.0	1,858	9.8	1,858	9.8
MEXICO	1,486	12.4	1,581	13.2	2,164	17.1	2,220	17.0	7,451	15.0	1,588	12.1	1,588	12.1
ESTADOS UNIDOS	144	3.5	171	4.1	132	3.3	112	2.6	560	3.4	102	2.4	102	2.4
LATINOAMERICA	123	7.1	130	7.2	166	8.5	176	8.3	595	7.8	168	8.1	168	8.1

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	2007	2008	%
(MILLONES DE PESOS CONSTANTES AL 31 DE MARZO DE 2008)			Cambio
ACTIVO TOTAL	45,070	46,770	3.8
MEXICO	28,861	27,694	(4.0)
ESTADOS UNIDOS	11,216	11,647	3.8
LATINOAMERICA	4,992	7,429	48.8
ACTIVO CIRCULANTE	12,859	11,981	(6.8)
INMUEBLES PLANTA Y EQUIPO, NETO	21,853	23,771	8.8
PASIVO TOTAL	19,365	17,239	(11.0)
CREDITOS BANCARIOS A CORTO PLAZO	3,311	2,439	(26.3)
CREDITOS BANCARIOS A LARGO PLAZO	5,308	3,394	(36.1)
CAPITAL CONTABLE	25,704	29,532	14.9