

GRUPO BIMBO REPORTA RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2008

Datos relevantes del trimestre:

- *Las ventas netas registraron un incremento de doble dígito, 12.2%, con un sólido desempeño en México y fuertes crecimientos en Latinoamérica.*
- *La utilidad después de gastos generales del trimestre crece 3.0% con respecto al año anterior.*
- *Las operaciones en México registraron un margen después de gastos generales fue de 10.1%, 0.2 puntos porcentuales mayor que en el mismo periodo del 2007.*

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 julio de 2008. Grupo Bimbo S.A.B. de C.V. (“Grupo Bimbo” o “la Compañía”) (BMV: BIMBO) reportó hoy sus resultados correspondientes al segundo trimestre concluido el 30 de junio de 2008.*

Las ventas netas ascendieron a \$19,706 millones, lo que significa un importante incremento de 12.2% en relación con el segundo trimestre de 2007. Lo anterior es resultado de precios promedio más elevados y volúmenes estables en la mayoría de las categorías de producto. El crecimiento en ventas se explica primordialmente por un incremento de doble dígito en México y de 40% en Latinoamérica.

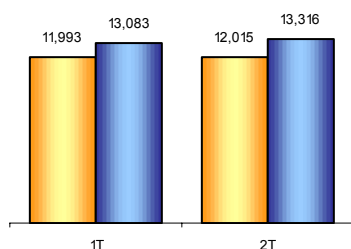
Los costos de las principales materias primas utilizadas por la Compañía continuaron ejerciendo una presión considerable sobre el margen bruto, el cual disminuyó 2.1 puntos porcentuales en el segundo trimestre en relación con el mismo periodo de 2007, para ubicarse en 50.8%. Sin embargo, esto se vio, en gran medida, compensado a nivel operativo por una mayor eficiencia en la distribución y la administración, donde los gastos disminuyeron como porcentaje de las ventas. De este modo, el margen después de gastos generales disminuyó sólo 0.6 puntos porcentuales con respecto a 2007, a 7.0%.

La utilidad neta mayoritaria del trimestre registró una reducción de 0.3 puntos porcentuales, a 4.2%, debido principalmente a la presión en los resultados de operación anteriormente mencionada.

*Las cifras incluidas en este documento están preparadas de conformidad con las Normas de Información Financiera en México (NIF).

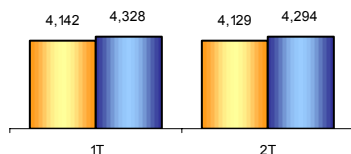
México

(millones de pesos)



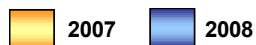
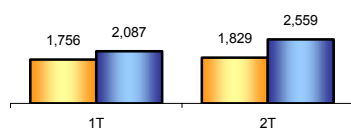
Estados Unidos

(millones de pesos)



Latinoamérica

(millones de pesos)



Ventas Netas

| 2T08 | 2T07 | % Cambio | Ventas Netas | 6M08 | 6M07 | % Cambio |
|---------------|---------------|-------------|--------------------|---------------|---------------|-------------|
| 13,316 | 12,015 | 10.8 | México | 26,398 | 24,008 | 10.0 |
| 4,294 | 4,129 | 4.0 | Estados Unidos | 8,622 | 8,271 | 4.2 |
| 2,559 | 1,829 | 39.9 | Latinoamérica | 4,646 | 3,585 | 29.6 |
| 19,706 | 17,569 | 12.2 | Consolidado | 38,781 | 35,113 | 10.4 |

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

México

En el segundo trimestre, las ventas netas crecieron 10.8%, para un total de \$13,316 millones, derivado de precios promedio más altos, como resultado de los incrementos de precios realizados durante los últimos 12 meses, así como de los lanzamientos de nuevos productos. En línea con la tendencia observada durante trimestres anteriores, los canales no tradicionales registraron el mayor dinamismo en el periodo, en tanto que las categorías de galletas y bollería tuvieron el mejor desempeño. En términos acumulados, las ventas en México aumentaron 10.0%, lo que da cuenta de un comportamiento estable de los volúmenes de venta, los lanzamientos de nuevos productos y mayores precios promedio de los productos.

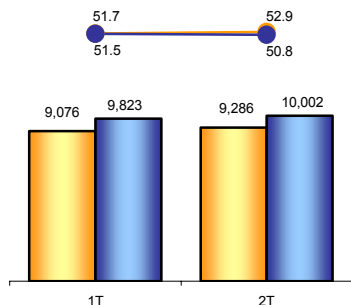
Estados Unidos

Las ventas netas registraron un incremento de 4.0% en el trimestre y de 4.2% durante los primeros seis meses del año, mientras que en dólares, el crecimiento fue de 8.2% y de 7.9%, respectivamente. El desempeño en el trimestre se vio beneficiado por los incrementos de precios realizados en meses recientes y por una mejor mezcla de ventas. Durante el trimestre se continuó con la penetración en el canal de conveniencia y se registró un muy buen comportamiento en el de supermercados, a la par que todas las regiones mostraron crecimientos con respecto al año anterior. El crecimiento en ventas de la marca Oroweat fue particularmente favorable.

Latinoamérica

En el segundo trimestre de 2008, las ventas netas crecieron un significativo 39.9%, en tanto que el resultado sobre una base acumulada fue de 29.6%. Toda la región reportó un sólido desempeño, con fuertes crecimientos en el volumen para las operaciones de Argentina, Brasil, Colombia y Uruguay. Es importante destacar que los resultados en Brasil se vieron favorecidos por la integración de la adquisición de Nutrella a mediados de mayo. El crecimiento de las ventas refleja la estrategia de la Compañía para incrementar su penetración en el mercado y, consecuentemente, la expansión de la red de distribución. Excluyendo las adquisiciones integradas en los últimos 12 meses, el crecimiento en ventas en el trimestre y los primeros seis meses del año hubiera sido de 29.7% y 21.1%, respectivamente.

Resultado Bruto



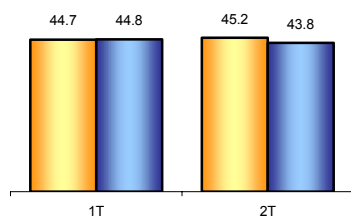
Resultado Bruto

El incremento significativo en los precios de las principales materias primas, tales como harina de trigo y aceites, provocó que el costo de ventas creciera a un ritmo más rápido que las ventas. Tan sólo en el caso de la harina de trigo, la Compañía registró durante el trimestre un incremento superior al 30% en comparación con el primer trimestre del año. Derivado de lo anterior, el margen bruto disminuyó 2.1 puntos porcentuales en el trimestre, a 50.8%, siendo las operaciones en Estados Unidos y Latinoamérica las más afectadas. En términos acumulados, el impacto resultó un poco menor, dado que el margen se redujo sólo 1.2 puntos porcentuales, a 51.1%. Lo anterior es el resultado combinado de una mezcla de ventas más eficiente y precios promedio más altos en el primer semestre de 2008, en comparación con el mismo periodo del año anterior.

| 2T08 | 2T07 | Var. pp | Margen Bruto (%) | 6M08 | 6M07 | Var. pp |
|-------------|-------------|--------------|--------------------|-------------|-------------|--------------|
| 53.3 | 54.6 | (1.3) | México | 53.3 | 53.8 | (0.5) |
| 43.2 | 46.4 | (3.2) | Estados Unidos | 44.0 | 46.4 | (2.4) |
| 41.2 | 44.6 | (3.4) | Latinoamérica | 42.3 | 44.7 | (2.4) |
| 50.8 | 52.9 | (2.1) | Consolidado | 51.1 | 52.3 | (1.2) |

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

Gastos Generales (% de ventas netas)



Gastos Generales

Durante el trimestre, los gastos generales representaron 43.8% de las ventas, 1.5 puntos porcentuales menor con respecto al año anterior. Ello obedeció a las iniciativas puestas en marcha en toda las regiones con el propósito de lograr una mayor eficiencia en los gastos de distribución y reducir los gastos de administración. Es conveniente resaltar que, a pesar de la expansión de la red de distribución en Estados Unidos y Latinoamérica, de la integración de las nuevas adquisiciones en ésta última y del incremento significativo en los costos de los combustibles en Estados Unidos, ambas regiones lograron reducir sus gastos generales como porcentaje de las ventas. De manera similar, durante el primer semestre del año, los gastos generales representaron el 44.3% de las ventas, es decir, 0.7 puntos porcentuales menos que en el mismo periodo de 2007.

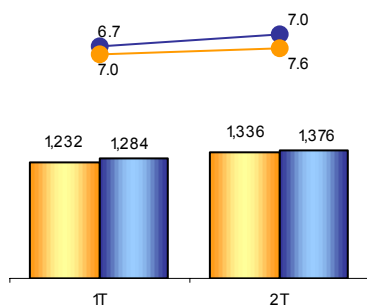
Utilidad después de Gastos Generales

La utilidad después de gastos generales aumentó 3.0% en el trimestre y 3.6% en términos acumulados. La presión ejercida por los precios de las materias primas se compensó, en parte, por una mejor absorción de los costos y gastos. De este modo, la disminución en el margen después de gastos generales fue de 0.6 y 0.5 puntos porcentuales, respectivamente.

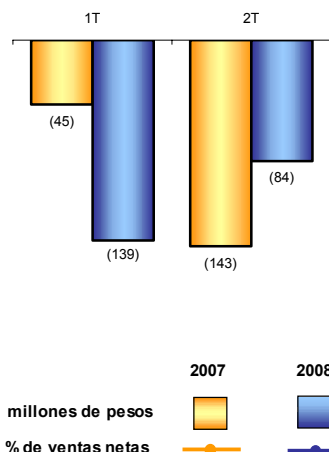


Utilidad después de Gastos Generales

(millones de pesos)



Resultado Integral de Financiamiento



| 2T08 | 2T07 | % Cambio | Utilidad después de Gastos Generales | 6M08 | 6M07 | % Cambio |
|--------------|--------------|------------|--------------------------------------|--------------|--------------|------------|
| 1,350 | 1,194 | 13.1 | México | 2,530 | 2,308 | 9.6 |
| (35) | 87 | (141.0) | Estados Unidos | (19) | 150 | (112.4) |
| 46 | 55 | (15.7) | Latinoamérica | 133 | 110 | 21.6 |
| 1,376 | 1,336 | 3.0 | Consolidado | 2,659 | 2,568 | 3.6 |

Nota: Las cifras están expresadas en millones de pesos. 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 tanto en el trimestre como en los primeros seis meses del año. Los ahorros generados por la actualización del sistema de distribución, en conjunto con estrictos controles de gastos y aumentos de precios, provocaron que el margen registrara una expansión de 0.2 puntos porcentuales en el trimestre y que permaneciera sin cambio en lo que va del año.

En Estados Unidos, el incremento en ventas y la reducción de los gastos generales sobre una base porcentual no fueron suficientes para contrarrestar los elevados costos de las materias primas. Dicho efecto fue particularmente evidente en la primera mitad del trimestre. Como resultado de lo anterior se reportó una disminución en la utilidad y en el margen después de gastos generales, tanto en términos trimestrales como acumulados.

En Latinoamérica, si bien la utilidad después de gastos generales creció doble dígito en los primeros seis meses del año; en el trimestre, la región registró su primera reducción en más de dos años, debido a los importantes incrementos en los precios de las principales materias primas. No obstante, el sólido desempeño en Chile, Colombia y Venezuela, y la mejora continua en las operaciones en Argentina dieron como resultado que los márgenes continuaran siendo positivos a pesar de las reducciones de 1.2 y 0.2 puntos porcentuales en el trimestre y los primeros seis meses, respectivamente.

| 2T08 | 2T07 | Var. pp | Mg después de Gastos Generales (%) | 6M08 | 6M07 | Var. pp |
|------------|------------|--------------|------------------------------------|------------|------------|--------------|
| 10.1 | 9.9 | 0.2 | México | 9.6 | 9.6 | ---- |
| (0.8) | 2.1 | (2.9) | Estados Unidos | (0.2) | 1.8 | (2.0) |
| 1.8 | 3.0 | (1.2) | Latinoamérica | 2.9 | 3.1 | (0.2) |
| 7.0 | 7.6 | (0.6) | Consolidado | 6.9 | 7.3 | (0.5) |

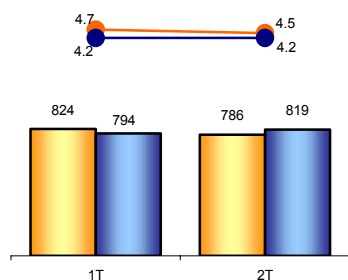
Nota: En el cálculo de las cifras consolidadas se excluyen las operaciones entre las regiones.

Resultado Integral de Financiamiento

En el trimestre, el costo integral de financiamiento fue de \$84 millones, en comparación con un costo de \$143 millones registrado en el mismo periodo del año anterior. Esta disminución obedece fundamentalmente a menores intereses pagados netos. Sobre una base acumulada, los costos de financiamiento aumentaron 18.9%, a \$223 millones, principalmente debido

a un cambio en las Normas de Información Financiera (NIF), vigente a partir del 1° de enero de 2008, según el cual ya no se requiere reconocer los efectos de la inflación en la posición monetaria.

Utilidad Neta Mayoritaria

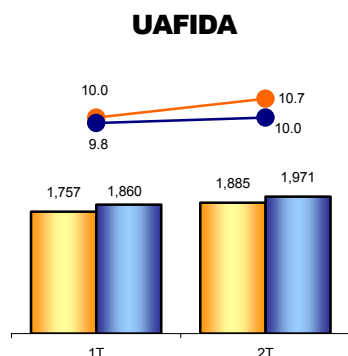


Utilidad Neta Mayoritaria

La utilidad neta mayoritaria ascendió a \$819 millones en el segundo trimestre, lo que representa un incremento de 4.2% en relación con el mismo periodo del año anterior. Asimismo, el margen neto fue de 4.2%, representando una disminución de 0.3 puntos porcentuales atribuible a la presión en los márgenes bruto y después de gastos generales. Por lo que se refiere al primer semestre de 2008, la utilidad neta creció 0.2%, a \$1,653 millones, con una disminución de 0.4 puntos porcentuales en el margen, que se ubicó en 4.2%.

| 2T08 | 2T07 | Var. pp | Margen Neto Mayoritario (%) | 6M08 | 6M07 | Var. pp |
|------|------|---------|-----------------------------|------|------|---------|
| 4.2 | 4.5 | (0.3) | Consolidado | 4.2 | 4.6 | (0.4) |

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



En el segundo trimestre, la UAFIDA fue de \$ 1,971 millones, es decir, un incremento de 4.6% en comparación con el mismo trimestre de 2007. Por su parte, el margen se redujo 0.7 puntos porcentuales, a 10.0%, como resultado de un margen después de gastos generales más bajo. En el primer semestre del año, la UAFIDA creció 5.2%, aunque el margen registró una disminución de 0.5 puntos porcentuales, para cerrar en 9.9%.

| 2T08 | 2T07 | % Cambio | UAFIDA | 6M08 | 6M07 | % Cambio |
|--------------|--------------|------------|--------------------|--------------|--------------|------------|
| 1,760 | 1,581 | 11.4 | México | 3,349 | 3,067 | 9.2 |
| 47 | 171 | (72.6) | Estados Unidos | 150 | 315 | (52.6) |
| 150 | 134 | 12.0 | Latinoamérica | 319 | 260 | 22.8 |
| 1,971 | 1,885 | 4.6 | Consolidado | 3,832 | 3,642 | 5.2 |

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

| 2T08 | 2T07 | Var. pp | Margen UAFIDA (%) | 6M08 | 6M07 | Var. pp |
|-------------|-------------|--------------|--------------------|------------|-------------|--------------|
| 13.2 | 13.2 | 0.1 | México | 12.7 | 12.8 | (0.1) |
| 1.1 | 4.1 | (3.1) | Estados Unidos | 1.7 | 3.8 | (2.1) |
| 5.9 | 7.3 | (1.5) | Latinoamérica | 6.9 | 7.2 | (0.4) |
| 10.0 | 10.7 | (0.7) | Consolidado | 9.9 | 10.4 | (0.5) |

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

millones de pesos 2007 2008
% de ventas netas

Estructura Financiera

Al 30 de junio de 2008, la posición de efectivo de la Compañía fue de \$2,480 millones, de manera que se mantuvo prácticamente sin cambio con respecto a los \$2,611 millones registrados al finalizar el segundo trimestre de 2007. Lo anterior se debió principalmente a la actividad de adquisición y al pago de dividendos por un monto de \$541 millones, el cual tuvo lugar en abril de este año. La deuda neta ascendió a \$3,395 millones, sólo 1.4% inferior a la reportada en junio de 2007. En tanto, la relación de deuda neta a capital contable se ubicó en 0.12 veces, en comparación con 0.13 veces en el mismo periodo del año previo.

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 80 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 36,000 rutas y una plantilla laboral superior a los 97,000 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 CONSTANTES AL 30 DE JUNIO DE 2008) | 2007 | | | | | | 2008 | | | | | | | | | |
|---|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|
| | 1 TRIM | % | 2 TRIM | % | 3 TRIM | % | 4 TRIM | % | ACUM | % | 1 TRIM | % | 2 TRIM | % | ACUM | % |
| VENTAS NETAS | 17,544 | 100.0 | 17,569 | 100.0 | 18,300 | 100.0 | 19,005 | 100.0 | 72,417 | 100.0 | 19,075 | 100.0 | 19,706 | 100.0 | 38,781 | 100.0 |
| MEXICO | 11,993 | 68.4 | 12,015 | 68.4 | 12,657 | 69.2 | 13,048 | 68.7 | 49,713 | 68.6 | 13,083 | 68.6 | 13,316 | 67.6 | 26,398 | 68.1 |
| ESTADOS UNIDOS | 4,142 | 23.6 | 4,129 | 23.5 | 4,069 | 22.2 | 4,224 | 22.2 | 16,565 | 22.9 | 4,328 | 22.7 | 4,294 | 21.8 | 8,622 | 22.2 |
| LATINOAMERICA | 1,756 | 10.0 | 1,829 | 10.4 | 1,980 | 10.8 | 2,159 | 11.4 | 7,724 | 10.7 | 2,087 | 10.9 | 2,559 | 13.0 | 4,646 | 12.0 |
| COSTO DE VENTAS | 8,468 | 48.3 | 8,283 | 47.1 | 8,416 | 46.0 | 8,988 | 47.3 | 34,155 | 47.2 | 9,252 | 48.5 | 9,704 | 49.2 | 18,956 | 48.9 |
| RESULTADO BRUTO | 9,076 | 51.7 | 9,286 | 52.9 | 9,884 | 54.0 | 10,017 | 52.7 | 38,263 | 52.8 | 9,823 | 51.5 | 10,002 | 50.8 | 19,825 | 51.1 |
| 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 | 7,094 | 53.3 | 14,068 | 53.3 |
| ESTADOS UNIDOS | 1,922 | 46.4 | 1,914 | 46.4 | 1,886 | 46.3 | 1,901 | 45.0 | 7,623 | 46.0 | 1,937 | 44.8 | 1,854 | 43.2 | 3,791 | 44.0 |
| LATINOAMERICA | 786 | 44.8 | 816 | 44.6 | 857 | 43.3 | 914 | 42.3 | 3,372 | 43.7 | 912 | 43.7 | 1,054 | 41.2 | 1,966 | 42.3 |
| GASTOS GENERALES | 7,844 | 44.7 | 7,950 | 45.2 | 7,990 | 43.7 | 8,060 | 42.4 | 31,843 | 44.0 | 8,539 | 44.8 | 8,627 | 43.8 | 17,166 | 44.3 |
| UTILIDAD DESPUES DE GASTOS GENERALES | 1,232 | 7.0 | 1,336 | 7.6 | 1,895 | 10.4 | 1,958 | 10.3 | 6,420 | 8.9 | 1,284 | 6.7 | 1,376 | 7.0 | 2,659 | 6.9 |
| MEXICO | 1,114 | 9.3 | 1,194 | 9.9 | 1,769 | 14.0 | 1,816 | 13.9 | 5,893 | 11.9 | 1,180 | 9.0 | 1,350 | 10.1 | 2,530 | 9.6 |
| ESTADOS UNIDOS | 63 | 1.5 | 87 | 2.1 | 47 | 1.2 | 9 | 0.2 | 206 | 1.2 | 17 | 0.4 | (35) | (0.8) | (19) | (0.2) |
| LATINOAMERICA | 55 | 3.1 | 55 | 3.0 | 79 | 4.0 | 91 | 4.2 | 279 | 3.6 | 87 | 4.2 | 46 | 1.8 | 133 | 2.9 |
| OTROS INGRESOS Y (GASTOS) NETOS | (36) | (0.2) | (67) | (0.4) | (68) | (0.4) | (228) | (1.2) | (399) | (0.6) | 5 | 0.0 | (122) | (0.6) | (117) | (0.3) |
| RESULTADO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO | (45) | (0.3) | (143) | (0.8) | (83) | (0.5) | 37 | 0.2 | (233) | (0.3) | (139) | (0.7) | (84) | (0.4) | (223) | (0.6) |
| INTERESES PAGADOS (NETO) | (159) | (0.9) | (105) | (0.6) | (96) | (0.5) | (89) | (0.5) | (449) | (0.6) | (109) | (0.6) | (60) | (0.3) | (168) | (0.4) |
| PERDIDA (GANANCIA) EN CAMBIOS | 3 | 0.0 | (48) | (0.3) | (39) | (0.2) | (24) | (0.1) | (109) | (0.2) | (30) | (0.2) | (49) | (0.3) | (80) | (0.2) |
| RESULTADO POR POSICION MONETARIA | 111 | 0.6 | 11 | 0.1 | 53 | 0.3 | 150 | 0.8 | 325 | 0.4 | (0) | (0.0) | 25 | 0.1 | 25 | 0.1 |
| PARTICIPACION EN ASOCIADAS | 4 | 0.0 | 12 | 0.1 | 25 | 0.1 | 22 | 0.1 | 63 | 0.1 | (4) | (0.0) | 10 | 0.1 | 6 | 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 | 0 | 0.0 |
| UTILIDAD ANTES DE LOS IMPUESTOS A LA UTILIDAD | 1,155 | 6.6 | 1,138 | 6.5 | 1,769 | 9.7 | 1,789 | 9.4 | 5,850 | 8.1 | 1,146 | 6.0 | 1,180 | 6.0 | 2,326 | 6.0 |
| IMPUESTOS A LA UTILIDAD | 315 | 1.8 | 332 | 1.9 | 509 | 2.8 | 772 | 4.1 | 1,928 | 2.7 | 329 | 1.7 | 345 | 1.7 | 673 | 1.7 |
| UTILIDAD ANTES DE OPERACIONES DISCONTINUADAS | 840 | 4.8 | 806 | 4.6 | 1,260 | 6.9 | 1,017 | 5.4 | 3,922 | 5.4 | 817 | 4.3 | 836 | 4.2 | 1,653 | 4.3 |
| RESULTADO NETO MINORITARIO | 16 | 0.1 | 20 | 0.1 | 32 | 0.2 | 34 | 0.2 | 103 | 0.1 | 23 | 0.1 | 17 | 0.1 | 40 | 0.1 |
| RESULTADO NETO MAYORITARIO | 824 | 4.7 | 786 | 4.5 | 1,227 | 6.7 | 983 | 5.2 | 3,819 | 5.3 | 794 | 4.2 | 819 | 4.2 | 1,613 | 4.2 |
| UTILIDAD DEPUES DE GASTOS GENERALES MAS DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN (UAFIDA) | 1,757 | 10.0 | 1,885 | 10.7 | 2,466 | 13.5 | 2,554 | 13.4 | 8,662 | 12.0 | 1,860 | 9.8 | 1,971 | 10.0 | 3,832 | 9.9 |
| 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 | 1,760 | 13.2 | 3,349 | 12.7 |
| ESTADOS UNIDOS | 144 | 3.5 | 171 | 4.1 | 132 | 3.3 | 112 | 2.6 | 560 | 3.4 | 103 | 2.4 | 47 | 1.1 | 150 | 1.7 |
| LATINOAMERICA | 126 | 7.2 | 134 | 7.3 | 170 | 8.6 | 180 | 8.3 | 610 | 7.9 | 169 | 8.1 | 150 | 5.9 | 319 | 6.9 |



| BALANCE GENERAL | 2007 | 2008 | % |
|---|---------------|---------------|---------------|
| (MILLONES DE PESOS CONSTANTES AL 30 DE JUNIO DE 2008) | | | Cambio |
| ACTIVO TOTAL | 42,792 | 47,494 | 11.0 |
| MEXICO | 26,092 | 26,847 | 2.9 |
| ESTADOS UNIDOS | 11,337 | 11,292 | (0.4) |
| LATINOAMERICA | 5,363 | 9,355 | 74.4 |
| ACTIVO CIRCULANTE | 9,818 | 11,111 | 13.2 |
| INMUEBLES PLANTA Y EQUIPO, NETO | 22,488 | 24,100 | 7.2 |
| PASIVO TOTAL | 16,743 | 18,614 | 11.2 |
| CREDITOS BANCARIOS A CORTO PLAZO | 603 | 2,468 | 309.4 |
| CREDITOS BANCARIOS A LARGO PLAZO | 5,297 | 3,348 | (36.8) |
| CAPITAL CONTABLE | 26,049 | 28,880 | 10.9 |

| ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO | 2008 | |
|--|--------------|----------------|
| METODO INDIRECTO | MARZO | JUNIO |
| UTILIDAD (PERD) ANTES DE IMPUESTOS | 1,143 | 2,326 |
| + (-) PARTIDAS SIN IMPACTO EN EL EFECTIVO | 215 | 280 |
| + (-) PARTIDAS RELACIONADAS CON ACTIVIDADES DE INVERSION | 577 | 1,172 |
| + (-) PARTIDAS RELACIONADAS CON ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO | (37) | (121) |
| FLUJO DERIVADO DEL RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS A LA UTILIDAD | 1,898 | 3,658 |
| FLUJOS GENERADOS O UTILIZADOS EN LA OPERACIÓN | (743) | (334) |
| FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE OPERACIÓN | 1,156 | 3,323 |
| FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE INVERSION | (1,081) | (4,206) |
| EFFECTIVO EXCEDENTE (REQUERIDO) PARA APLICAR EN ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO | 74 | (883) |
| FLUJO NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO | (142) | (615) |
| INCREMENTO (DISMINUCION) NETO DE EFECTIVO Y DEMAS EQUIVALENTES DE EFECTIVO | (68) | (1,498) |
| DIFERENCIA EN CAMBIOS EN EL EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO | (13) | (28) |
| EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO AL PRINCIPIO DEL PERIODO | 3,994 | 4,006 |
| EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO AL FINAL DEL PERIODO | 3,913 | 2,480 |