

GRUPO BIMBO REPORTA RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2009

Datos relevantes del trimestre:

- Las ventas registraron un sólido crecimiento de 46.5%, debido principalmente a la incorporación de la operación recientemente adquirida en Estados Unidos.
- La utilidad después de gastos generales y la UAFIDA presentaron crecimientos muy significativos de 65.5% y 60.2%, respectivamente.
- La utilidad neta mayoritaria aumentó 26.0% 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 abril de 2009 - Grupo Bimbo S.A.B. de C.V. ("Grupo Bimbo" o "la Compañía") (BMV: BIMBO) reportó hoy sus resultados correspondientes al primer trimestre de 2009.*

Las ventas netas durante el trimestre fueron de \$28,337 millones, lo que significa un sólido crecimiento de 46.5% en comparación con el primer trimestre de 2008. Lo anterior es resultado, principalmente, de la integración de la reciente adquisición en Estados Unidos y del crecimiento orgánico en la operación de este mismo país, así como del crecimiento en Latinoamérica. Excluyendo la adquisición realizada en Estados Unidos, las ventas netas hubieran crecido 15.8% en el trimestre.

El margen bruto disminuyó 0.5 puntos porcentuales, para ubicarse en 51.0%, debido fundamentalmente al incremento de los costos derivado de la depreciación que sufrieron las monedas en Latinoamérica con respecto al dólar, lo cual más que contrarrestó el beneficio de la reducción en los precios internacionales de las principales materias primas utilizadas por la Compañía. En contraste, los gastos generales continuaron con su tendencia positiva en la mayoría de las regiones, de manera que a nivel consolidado disminuyeron 1.3 puntos porcentuales en relación con el mismo trimestre del año anterior. Consecuentemente, tanto el margen después de gastos generales como el margen UAFIDA se expandieron 0.9 puntos porcentuales, ubicándose en 7.7% y 10.7%, respectivamente. Excluyendo la reciente adquisición en Estados Unidos, el margen después de gastos generales se hubiera expandido 0.5 puntos porcentuales, respecto del primer trimestre del año anterior.

En el trimestre, la utilidad neta mayoritaria ascendió a \$1,027 millones, 26.0% más que en el mismo periodo de 2008. El margen neto mayoritario experimentó una disminución de 0.6 puntos porcentuales, a 3.6%, principalmente como resultado del aumento en el costo integral de financiamiento con respecto al año anterior, debido al incremento en el nivel de deuda.

Es importante mencionar que, a partir del 21 de enero de 2009, Grupo Bimbo está consolidando los resultados de su adquisición del negocio de panificación en Estados Unidos de George Weston Bakeries, Inc. La operación, previamente conocida como Weston Foods, Inc., se llama ahora BBU East, mientras que lo que se conocía anteriormente como Bimbo Bakeries USA (BBU) tiene actualmente el nombre de BBU West.

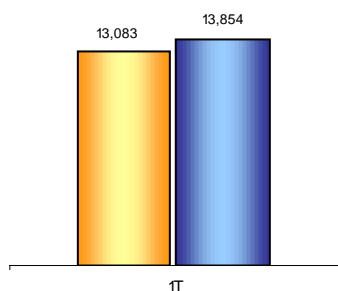
*Las cifras incluidas en este documento están preparadas de conformidad con las Normas de Información Financiera en México (NIF), y están expresadas en términos nominales.

Ventas Netas

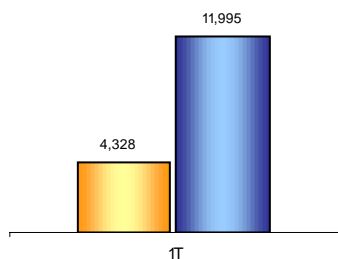
Ventas Netas	1T09	1T08	% Cambio
México	13,854	13,083	5.9
Estados Unidos	11,995	4,328	> 100
Latinoamérica	3,112	2,359	31.9
Consolidado	28,337	19,347	46.5

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

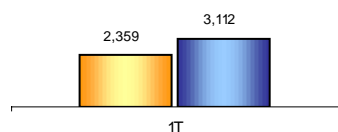
México
(millones de pesos)



Estados Unidos
(millones de pesos)



Latinoamérica
(millones de pesos)



2008 2009

México

A pesar del actual entorno económico adverso, las ventas netas se incrementaron 5.9% en los primeros tres meses de 2009. Este incremento obedece, principalmente, a los incrementos de precios implementados en los últimos 12 meses para contrarrestar el impacto acumulado del aumento en los costos de las materias primas. La categoría de botanas reportó un crecimiento de volumen estable, al igual que el canal de conveniencia.

Estados Unidos

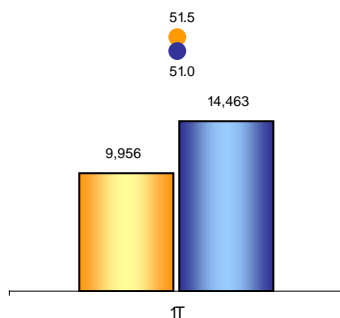
En el trimestre, las ventas netas fueron de \$11,995 millones, de modo que casi se triplicaron con respecto al mismo periodo del año anterior. Ello fue el resultado de: i) la integración de BBU East, y ii) el crecimiento orgánico en BBU West, impulsado fundamentalmente por los incrementos de precios realizados a lo largo de los últimos 12 meses, el buen desempeño en las cadenas nacionales de supermercados y el beneficio de un dólar estadounidense más fuerte al momento de la conversión a pesos. En dólares, las ventas netas excluyendo la adquisición crecieron casi 2.0%.

Latinoamérica

No obstante el entorno económico en la región, el cual se ha vuelto más complejo y ha impactado el gasto de los consumidores, el crecimiento de las ventas netas fue superior a 30% en el trimestre. Dicho comportamiento se derivó tanto de la integración de nuevas operaciones como de precios promedio más altos y de los exitosos lanzamientos de nuevos productos. Por país, sobresale el crecimiento de las ventas en Brasil, Colombia, Honduras y Uruguay. Excluyendo las adquisiciones, el incremento en las ventas durante el trimestre hubiera sido de 16.4%.

Resultado Bruto

Resultado Bruto



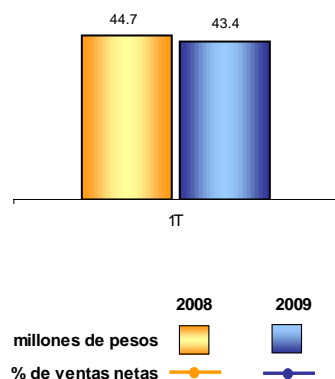
A nivel consolidado, el margen bruto fue de 51.0%, es decir, 0.5 puntos porcentuales menor al registrado en el mismo trimestre del año anterior. Este resultado obedeció al incremento en los costos, principalmente por la devaluación de las monedas en México y Latinoamérica, con el consecuente impacto en el costo de las materias primas. Adicionalmente, la disminución en el margen en Latinoamérica está relacionada con el incremento en los costos laborales y con cargos extraordinarios registrados en Brasil durante el trimestre, relacionados con la reorganización de la operación conforme a una estructura más eficiente a raíz de la incorporación de Nutrella en 2008.

Todo lo anterior más que contrarrestó la considerable expansión en el margen bruto en Estados Unidos como resultado de: i) la integración de BBU East y su estructura de costos más eficiente; ii) la reducción en los precios de la mayoría de las materias primas y los energéticos, lo cual repercutió positivamente en el desempeño de BBU West; iii) la reducción de los costos laborales, y iv) los significativos incrementos en la productividad como consecuencia de las iniciativas previamente implementadas en el oeste y de aquellas derivadas del proceso de integración. Por consiguiente, el margen bruto en Estados Unidos se expandió 4.8 puntos porcentuales, para ubicarse en 49.6%.

Margen Bruto (%)	1T09	1T08	Var. pp
México	51.9	53.3	(1.4)
Estados Unidos	49.6	44.8	4.8
Latinoamérica	42.5	44.3	(1.8)
Consolidado	51.0	51.5	(0.5)

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

Gastos Generales (% de ventas netas)



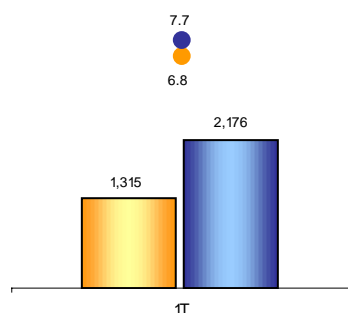
Gastos Generales

Durante el trimestre, los gastos generales como porcentaje de las ventas se situaron en 43.4%, lo que equivale a una reducción de 1.3 puntos porcentuales con respecto al año anterior. Esto se debió, principalmente, a: i) una disminución de 2.6 puntos porcentuales en la operación de Estados Unidos como resultado de la incorporación de BBU East, mayores eficiencias y menores costos de combustibles en BBU West, que en conjunto más que compensaron los gastos de la integración, ii) menores gastos de distribución en México, y iii) el control de los gastos de administración en todas las regiones.

Utilidad después de Gastos Generales

La utilidad después de gastos generales creció 65.5% en el trimestre, lo que se atribuye, en gran medida, al incremento en la utilidad en Estados Unidos. El margen después de gastos generales fue de 7.7%, 0.9 puntos porcentuales mayor a lo registrado en el mismo periodo de 2008. Sin considerar la incorporación de la adquisición en Estados Unidos, el margen después de gastos generales hubiera sido de 7.2%, un incremento de 0.5 puntos porcentuales en relación con el primer trimestre del año anterior.

Utilidad después de Gastos Generales
(millones de pesos)



Utilidad después de Gastos Generales	1T09	1T08	% Cambio
México	1,185	1,180	0.4
Estados Unidos	940	17	> 100
Latinoamérica	76	118	(35.4)
Consolidado	2,176	1,315	65.5

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 permaneció prácticamente sin cambio en comparación con 2008, en tanto que el margen disminuyó 0.4 puntos porcentuales, a 8.6%, debido al fuerte impacto de la devaluación del peso en el costo de las materias primas. En cierta medida, lo anterior fue compensado por las mejoras a nivel operativo, sobre todo en lo que se refiere a un gasto de distribución más eficiente y a gastos de administración prácticamente constantes.

En Estados Unidos, el margen después de gastos generales reportó una expansión de 7.4 puntos porcentuales, para ubicarse en 7.8%, lo cual refleja las mejoras en BBU West antes mencionadas, así como la incorporación de BBU East. Excluyendo el negocio recientemente adquirido, el margen después de gastos generales hubiera sido 1.5 puntos porcentuales mayor al registrado el año anterior.

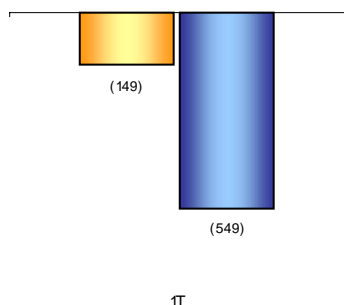
Por último, en Latinoamérica, el crecimiento en las ventas netas no logró compensar el considerable incremento en los costos de las materias primas a raíz de la devaluación de las monedas locales con respecto al dólar estadounidense, junto con mayores costos laborales y los cargos extraordinarios registrados en Brasil mencionados anteriormente. En consecuencia, el margen después de gastos generales en Latinoamérica fue de 2.5% durante el trimestre, 2.5 puntos porcentuales menor en comparación con el mismo periodo del año anterior.

Mg después de Gastos Generales (%)	1T09	1T08	Var. pp
México	8.6	9.0	(0.4)
Estados Unidos	7.8	0.4	7.4
Latinoamérica	2.5	5.0	(2.5)
Consolidado	7.7	6.8	0.9

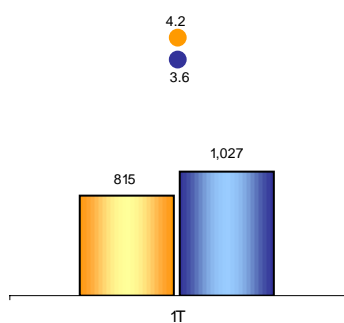
Nota: En el cálculo de las cifras consolidadas se excluyen las operaciones entre las regiones.



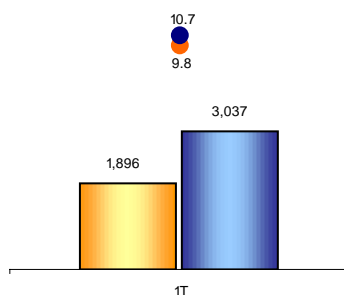
Resultado Integral de Financiamiento



Utilidad Neta Mayoritaria



UAFIDA



millones de pesos ■ ■
 % de ventas netas ● ●

Resultado Integral de Financiamiento

En el primer trimestre de 2009 se registró un costo integral de financiamiento de \$549 millones, en comparación con un costo de \$149 millones en el mismo periodo de 2008. Lo anterior fue el resultado de mayores intereses pagados debido al incremento en el nivel de deuda en relación con el año previo.

Utilidad Neta Mayoritaria

La utilidad neta mayoritaria fue de \$1,027 millones, un incremento de 26.0% con respecto al mismo trimestre de 2008. Sin embargo, a pesar de la expansión registrada en el margen después de gastos generales, el costo integral de financiamiento generó una disminución de 0.6 puntos porcentuales, a 3.6%.

Margen Neto Mayoritario (%)	1T09	1T08	Var. pp
Consolidado	3.6	4.2	(0.6)

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

Así como el desempeño a nivel operativo, la UAFIDA registró \$3,037 millones, un incremento de 60.2% con respecto al año anterior, mientras que el margen se expandió 0.9 puntos porcentuales, a 10.7%.

UAFIDA	1T09	1T08	% Cambio
México	1,632	1,588	2.7
Estados Unidos	1,211	103	> 100
Latinoamérica	219	205	7.0
Consolidado	3,037	1,896	60.2

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

Margen UAFIDA (%)	1T09	1T08	Var. pp
México	11.8	12.1	(0.3)
Estados Unidos	10.1	2.4	7.7
Latinoamérica	7.0	8.7	(1.7)
Consolidado	10.7	9.8	0.9

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

Estructura Financiera

Para financiar la transacción de BBU East, Grupo Bimbo garantizó un financiamiento de \$2,300 millones de dólares, estructurado a través de un crédito puente por \$600 millones de dólares con vencimiento a un año, y un crédito a largo plazo de \$1,700 millones de dólares, compuesto por dos porciones de tres y cinco años, por un total de \$900 y \$800 millones de dólares, respectivamente. El remanente del precio de adquisición, de \$2,505 millones de dólares, fue financiado con recursos propios.

Es importante resaltar que, como resultado de esta transacción, el balance general de la Compañía fue estructuralmente modificado.

Al 31 de marzo de 2009, la posición de efectivo de la Compañía totalizó \$4,919 millones, en comparación con \$4,011 millones en 2008. Lo anterior refleja la sólida y consistente generación de efectivo de la Compañía, a pesar de los \$205 millones de dólares utilizados durante el trimestre para financiar parte de la adquisición en Estados Unidos.

A la misma fecha, la deuda neta ascendió a \$39,423 millones, en comparación con los \$1,909 registrados en 2008. Este sustancial incremento se debe a las líneas de crédito comprometidas para financiar la adquisición en Estados Unidos. La mezcla de monedas de la deuda de Grupo Bimbo es de 55% en dólares estadounidenses y de 45% en pesos, mientras que la mezcla de vencimientos es de 24% en el corto plazo, en tanto que el resto corresponde a largo plazo.

En el trimestre, la relación de deuda neta a capital contable mayoritario fue de 1.1 veces, en comparación con 0.1 veces registrada en el mismo periodo del año anterior, lo cual se debe al incremento de la deuda.

Acontecimientos Recientes

El 21 de enero de 2009, la Compañía concluyó la adquisición del negocio de panificación en Estados Unidos de Weston Foods, Inc. (WFI). La operación ha sido integrada en Bimbo Bakeries USA (BBU), la subsidiaria de Grupo Bimbo en Estados Unidos, la cual es actualmente una de las compañías panificadoras más grandes en ese país, con una posición de liderazgo en las categorías de pan, bollos, pan dulce y pastelitos. El portafolio incluye marcas como ARNOLD®, BIMBO®, BOBOLI®, BROWNBERRY®, ENTENMANN'S®, FRANCISCO®, FREIHOFFER'S®, MARINELA®, MRS BAIRD'S®, OROWEAT®, STROEHMANN®, THOMAS'® y TIA ROSA®.

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 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 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 40,000 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	%
VENTAS NETAS	19,347	100.0	19,996	100.0	20,796	100.0	22,178	100.0	82,317	100.0	28,337	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	48.9
ESTADOS UNIDOS	4,328	22.4	4,294	21.5	4,234	20.4	5,193	23.4	18,049	21.9	11,995	42.3
LATINOAMERICA	2,359	12.2	2,849	14.2	2,927	14.1	3,211	14.5	11,346	13.8	3,112	11.0
COSTO DE VENTAS	9,391	48.5	9,849	49.3	10,055	48.4	10,997	49.6	40,293	48.9	13,875	49.0
RESULTADO BRUTO	9,956	51.5	10,146	50.7	10,741	51.6	11,181	50.4	42,024	51.1	14,463	51.0
MEXICO	6,974	53.3	7,094	53.3	7,596	54.0	7,631	53.1	29,295	53.4	7,190	51.9
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
LATINOAMERICA	1,046	44.3	1,198	42.1	1,252	42.8	1,297	40.4	4,793	42.2	1,322	42.5
GASTOS GENERALES	8,641	44.7	8,736	43.7	8,643	41.6	8,676	39.1	34,696	42.1	12,286	43.4
UTILIDAD DESPUES DE GASTOS GENERALES	1,315	6.8	1,411	7.1	2,098	10.1	2,505	11.3	7,329	8.9	2,176	7.7
MEXICO	1,180	9.0	1,350	10.1	1,940	13.8	2,385	16.6	6,855	12.5	1,185	8.6
ESTADOS UNIDOS	17	0.4	(35)	(0.8)	63	1.5	80	1.5	125	0.7	940	7.8
LATINOAMERICA	118	5.0	81	2.9	130	4.4	101	3.2	431	3.8	76	2.5
OTROS INGRESOS Y (GASTOS) NETOS	5	0.0	(121)	(0.6)	(166)	(0.8)	(194)	(0.9)	(476)	(0.6)	(152)	(0.5)
RESULTADO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO	(149)	(0.8)	(98)	(0.5)	(25)	(0.1)	(267)	(1.2)	(539)	(0.7)	(549)	(1.9)
INTERESES PAGADOS (NETO)	(115)	(0.6)	(65)	(0.3)	(88)	(0.5)	(194)	(0.9)	(461)	(0.6)	(546)	(1.9)
PERDIDA (GANANCIA) EN CAMBIOS	(34)	(0.2)	(67)	(0.3)	31	0.1	(83)	(0.4)	(153)	(0.2)	(25)	(0.1)
RESULTADO POR POSICION MONETARIA	(0)	(0.0)	33	0.2	32	0.2	10	0.0	75	0.1	22	0.1
PARTICIPACION EN ASOCIADAS	(4)	(0.0)	10	0.1	26	0.1	(8)	(0.0)	24	0.0	(40)	(0.1)
PARTIDAS NO ORDINARIAS	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	2,037	9.2	6,338	7.7	1,436	5.1
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	329	1.7	345	1.7	505	2.4	714	3.2	1,893	2.3	391	1.4
UTILIDAD ANTES DE OPERACIONES DISCONTINUADAS	838	4.3	856	4.3	1,428	6.9	1,323	6.0	4,445	5.4	1,045	3.7
RESULTADO NETO MINORITARIO	23	0.1	17	0.1	37	0.2	48	0.2	125	0.2	18	0.1
RESULTADO NETO MAYORITARIO	814	4.2	840	4.2	1,391	6.7	1,275	5.8	4,320	5.2	1,027	3.6
UTILIDAD DESPUES DE GASTOS GENERALES MAS DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN (UAFIDA)	1,896	9.8	2,012	10.1	2,698	13.0	3,223	14.5	9,830	11.9	3,037	10.7
MEXICO	1,588	12.1	1,760	13.2	2,351	16.7	2,805	19.5	8,504	15.5	1,632	11.8
ESTADOS UNIDOS	103	2.4	47	1.1	147	3.5	244	4.7	540	3.0	1,211	10.1
LATINOAMERICA	205	8.7	191	6.7	236	8.1	235	7.3	867	7.6	219	7.0

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	% Cambio
(MILLONES DE PESOS)			
ACTIVO TOTAL	47,307	100,690	112.8
MEXICO	27,700	30,067	8.5
ESTADOS UNIDOS	11,647	58,446	401.8
LATINOAMERICA	7,960	12,177	53.0
ACTIVO CIRCULANTE	12,214	20,973	71.7
INMUEBLES PLANTA Y EQUIPO, NETO	24,054	33,625	39.8
PASIVO TOTAL	17,540	63,856	264.1
CREDITOS BANCARIOS A CORTO PLAZO	2,444	10,773	340.9
CREDITOS BANCARIOS A LARGO PLAZO	3,477	33,536	864.4
CAPITAL CONTABLE	29,767	36,834	23.7

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO	2008	2009
METODO INDIRECTO		
UTILIDAD (PERD) ANTES DE IMPUESTOS	1,167	1,436
+ (-) PARTIDAS SIN IMPACTO EN EL EFECTIVO	215	-
+ (-) PARTIDAS RELACIONADAS CON ACTIVIDADES DE INVERSION	553	1,698
+ (-) PARTIDAS RELACIONADAS CON ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	(37)	(124)
FLUJO DERIVADO DEL RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS A LA UTILIDAD	1,898	3,010
FLUJOS GENERADOS O UTILIZADOS EN LA OPERACIÓN	(743)	(1,682)
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	1,156	1,328
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE INVERSION	(1,081)	(36,485)
EFFECTIVO EXCEDENTE (REQUERIDO) PARA APLICAR EN ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	74	(35,157)
FLUJO NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	(45)	32,505
INCREMENTO (DISMINUCION) NETO DE EFECTIVO Y DEMAS EQUIVALENTES DE EFECTIVO	30	(2,652)
DIFERENCIA EN CAMBIOS EN EL EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO	(13)	28
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO AL PRINCIPIO DEL PERIODO	3,994	7,543
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO AL FINAL DEL PERIODO	4,011	4,919



INFORMACIÓN PRO-FORMA	2009 1T	2008 1T	% Cambio	BBU East 2008 Pro-forma	GB 2008 Pro-forma	% Cambio Pro-forma
VENTAS NETAS						
Grupo Bimbo	28,337	19,347	46.5%	4,181	23,528	20.4%
Estados Unidos	11,995	4,328	177.1%	4,181	8,509	41.0%
UTILIDAD DESPUÉS DE GASTOS GENERALES						
Grupo Bimbo	2,176	1,315	65.5%	363	1,678	29.7%
Estados Unidos	940	17	5460.6%	363	380	147.2%
MARGEN DE OPERACIÓN						
Grupo Bimbo	7.7%	6.8%	0.9 pp	8.7%	7.1%	0.5 pp
Estados Unidos	7.8%	0.4%	7.4 pp	8.7%	4.5%	2.8 pp

Cifras en millones de pesos nominales

INFORMACIÓN EXCLUYENDO BBU EAST	2008 1T	2009 1T	% Cambio	BBU East 2009	2009 sin BBU East	% Cambio sin BBU East
VENTAS NETAS						
Grupo Bimbo	19,347	28,337	46.5%	5,943	22,395	15.8%
Estados Unidos	4,328	11,995	177.1%	5,943	6,053	39.8%
UTILIDAD DESPUÉS DE GASTOS GENERALES						
Grupo Bimbo	1,315	2,176	65.5%	559	1,618	23.0%
Estados Unidos	17	940	5460.6%	559	381	2154.9%
MARGEN DESPUÉS DE GASTOS GENERALES						
Grupo Bimbo	6.8%	7.7%	0.9 pp	9.4%	7.2%	0.5 pp
Estados Unidos	0.4%	7.8%	7.4 pp	9.4%	6.3%	1.5 pp

Cifras en millones de pesos nominales