



GRUPO BIMBO REPORTA RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DEL 2018

CIUDAD DE MÉXICO, A 26 DE ABRIL DEL 2018

Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V. (“Grupo Bimbo” o “la Compañía”) (BMV: BIMBO) reportó hoy sus resultados correspondientes a los tres meses concluidos el 31 de marzo del 2018.¹

“Después de un año de transformación, comenzamos el 2018 bien posicionados para generar crecimiento e impulsar la rentabilidad. Lo cual ya comenzamos a ver reflejado en el sólido desempeño de la rentabilidad durante el primer trimestre”

—Daniel Servitje, Presidente del Consejo de Administración y Director General

RELEVANTES DEL TRIMESTRE

Las ventas netas aumentaron aproximadamente 2%, principalmente debido al sólido desempeño de los volúmenes en México y a las adquisiciones concluidas en los últimos doce meses

La UAFIDA ajustada registró un incremento de 12.2%, con una expansión de 90 puntos base en el margen, atribuible al buen desempeño de las ventas, así como a menores gastos generales

La utilidad neta creció aproximadamente 30%, con una expansión de margen de 40 puntos base debido al sólido desempeño a nivel operativo y a una menor tasa efectiva de impuestos

El múltiplo de deuda total/UAFIDA ajustada cerró en 3.2 veces, en línea con el compromiso de la Compañía de desapalancamiento

EVENTOS RECIENTES

La Compañía firmó un acuerdo para adquirir Mankattan, fabricante líder de productos de panificación para clientes del canal moderno, tradicional y de comida rápida en China

La Compañía adquirió International Bakery, productor de pan empacado, bollería, turrón y panettone, entre otros productos de panificación en Perú

Grupo Bimbo llevó a cabo una emisión de \$500 millones de dólares en notas perpetuas a una tasa de 5.95%

BBU, subsidiaria de Grupo Bimbo, inició un Programa de Retiro Voluntario, con el fin de implementar una estructura organizacional más eficiente para mejorar la productividad y posicionar mejor a la Compañía para un crecimiento rentable y sostenible

La Compañía firmó un acuerdo con Invenergy de un parque eólico Santa Rita East, con el cual Grupo Bimbo se convierte en 75% renovable

1. Las cifras incluidas en este documento están preparadas de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)

Relación con Inversionistas

www.grupobimbo.com

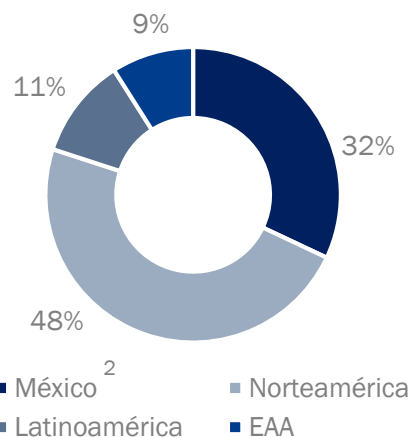
Estefanía Poucel
estefania.poucel@grupobimbo.com
(5255) 5268 6830

María del Mar Velasco
maria.velasco@grupobimbo.com
(5255) 5268 6789

VENTAS NETAS

(MILLONES DE PESOS MEXICANOS)

Ventas Netas	1T18	1T17	% Cambio
México	24,478	22,083	10.8
Norteamérica	31,983	34,002	(5.9)
Latinoamérica	7,057	7,703	(8.4)
EAA	6,061	4,218	43.7
Consolidado	67,154	66,080	1.6



En los resultados consolidados se han eliminado las operaciones entre las regiones.

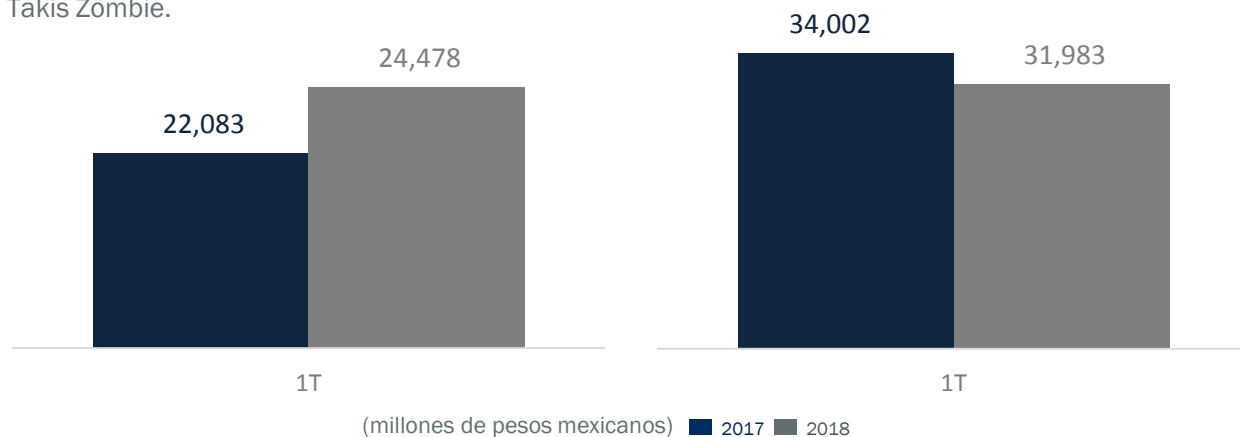
Durante el primer trimestre, las ventas netas crecieron 1.6%, principalmente como resultado del crecimiento de las ventas en México y las adquisiciones concluidas en los últimos doce meses. Sin embargo, la conversión del tipo de cambio impactó las ventas consolidadas en 4.5%.

México

Las ventas netas crecieron 10.8%, impulsado por un continuo incremento de los volúmenes en todos los canales, especialmente en el de conveniencia, así como por aumentos de precios en línea con la inflación. Las categorías de galletas, pastelitos, botanas y confitería tuvieron un desempeño sobresaliente, respaldado por una mayor penetración de mercado, un buen desempeño de la marca de galletas Cracker y de Bubulubu, así como por el lanzamiento de nuevos productos, como el pan Bimbo Centeno, Pingüinos Cookies & Cream y Takis Zombie.

Norteamérica³

Las ventas disminuyeron 5.9% debido a la presión del tipo de cambio ya que, en términos de dólares, las ventas incrementaron 2%. Lo anterior atribuible al aumento de precios, al buen desempeño de la categoría de botanas, de las marcas estratégicas en Estados Unidos y de la categoría de pan en Canadá. Además, en menor medida, a la contribución de Bimbo QSR. No obstante, la presión continua en la marca privada y en las categorías *premium* y de congelados siguió repercutiendo en las ventas.

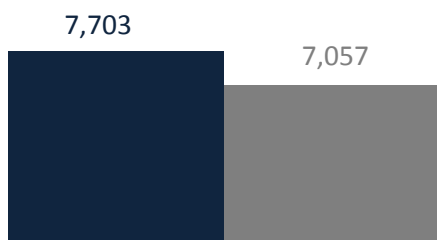


2. Las eliminaciones se han excluido de la región de México

3. La región Norteamérica incluye los resultados de las operaciones en Estados Unidos y Canadá

Latinoamérica⁴

En la región de Latinoamérica, las ventas netas disminuyeron 8.4%. Los resultados se vieron afectados negativamente por el cambio en el método de valuación de la operación de Venezuela, el cual se implementó el 1 de junio del 2017. En moneda local, las ventas crecieron en todas las regiones, principalmente en Argentina por buenos resultados de la categoría de pan y en los demás países se debió al notable desempeño de la categoría de botanas y de las marcas globales.

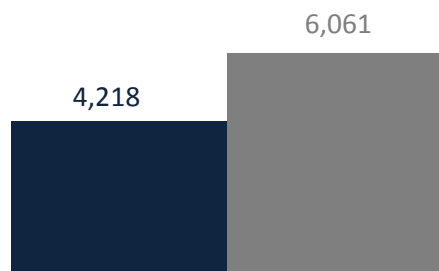


1T

(millones de pesos mexicanos) ■ 2017 ■ 2018

EAA (Europa, Asia & África)

Las ventas netas del primer trimestre aumentaron 43.7%, principalmente como resultado de las adquisiciones concluidas durante los últimos doce meses, incluyendo Bimbo QSR, India, Marruecos y Donuts Iberia, así como por el buen desempeño de la categoría de pan en Iberia y de la categoría de croissants en el Reino Unido. Sin embargo, el crecimiento orgánico se vio afectado por los retrasos relacionados con la integración en Iberia.



1T

UTILIDAD BRUTA

(MILLONES DE PESOS MEXICANOS)

Utilidad Bruta	1T18	1T17	% Cambio
México	13,599	12,204	11.4
Norteamérica	16,980	18,251	(7.0)
Latinoamérica	3,334	3,567	(6.5)
EAA	2,243	1,858	20.7
Consolidado	35,553	35,474	0.2

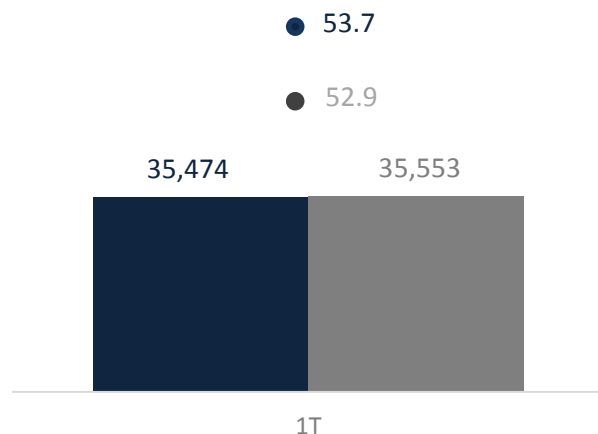
Margen Bruto (%)	1T18	1T17	Cambio pp
México	55.6	55.3	0.3
Norteamérica	53.1	53.7	(0.6)
Latinoamérica	47.2	46.3	0.9
EAA	37.0	44.0	(7.0)
Consolidado	52.9	53.7	(0.8)

En los resultados consolidados se han eliminado las operaciones entre las regiones.

4. La región Latinoamérica incluye los resultados de las operaciones en Centro y Sudamérica

La utilidad bruta registró un ligero incremento de 0.2%, mientras que el margen se contrajo 80 puntos base. Esto se debió a mayores costos de las materias primas, al impacto en las ventas en EAA antes mencionado y a una mezcla de negocios distinta por la incorporación de los resultados de Bimbo QSR. Lo anterior fue parcialmente contrarrestado por un peso mexicano más fuerte.

(millones de pesos mexicanos) ■ 2017 ■ 2018
(% de ventas netas) ● ●



UTILIDAD DE OPERACIÓN

(MILLONES DE PESOS MEXICANOS)

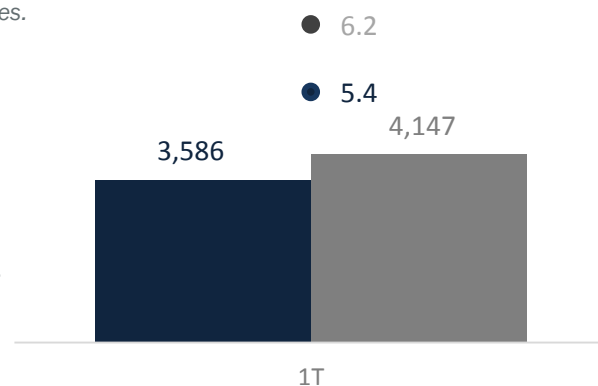
Utilidad de Operación	1T18	1T17	% Cambio
México	3,388	2,844	19.1
Norteamérica	1,210	1,406	(13.9)
Latinoamérica	25	(243)	NA
EAA	(342)	(362)	(5.4)
Consolidado	4,147	3,586	15.7

Margen de Operación (%)	1T18	1T17	Cambio pp
México	13.8	12.9	0.9
Norteamérica	3.8	4.1	(0.3)
Latinoamérica	0.4	(3.2)	3.6
EAA	(5.6)	(8.6)	3.0
Consolidado	6.2	5.4	0.8

Los resultados por región no reflejan el impacto de las regalías y en los resultados consolidados se han eliminado las operaciones entre las regiones.

La utilidad de operación aumentó 15.7%, con una expansión de 80 puntos base en el margen. Lo anterior se atribuye a menores gastos generales en todas las regiones como reflejo de las iniciativas para reducir costos, tales como el presupuesto base cero en México y Norteamérica y a una mayor penetración de mercado en Latinoamérica, lo que ayudó a mejorar la eficiencia de la red de distribución en la región.

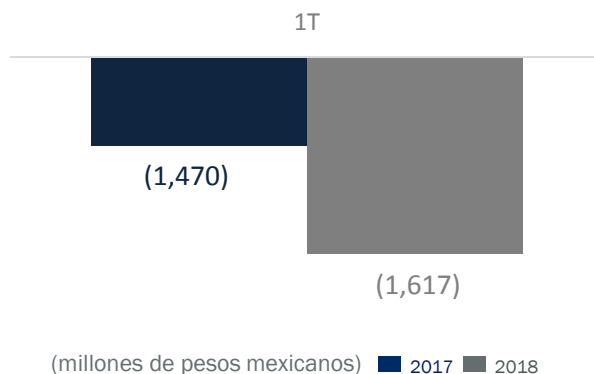
(millones de pesos mexicanos) ■ 2017 ■ 2018
(% de ventas netas) ● ●



RESULTADO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO

RIF	1T18	1T17	% Cambio
Consolidado	1,617	1,470	10.0

La Compañía registró un costo de \$1,617 millones en el periodo, comparado con \$1,470 millones en el primer trimestre del 2017. Este incremento de \$147 millones refleja un aumento en el nivel de deuda de aproximadamente \$12,000 millones como resultado de las adquisiciones concluidas durante los últimos doce meses.



UTILIDAD NETA MAYORITARIA

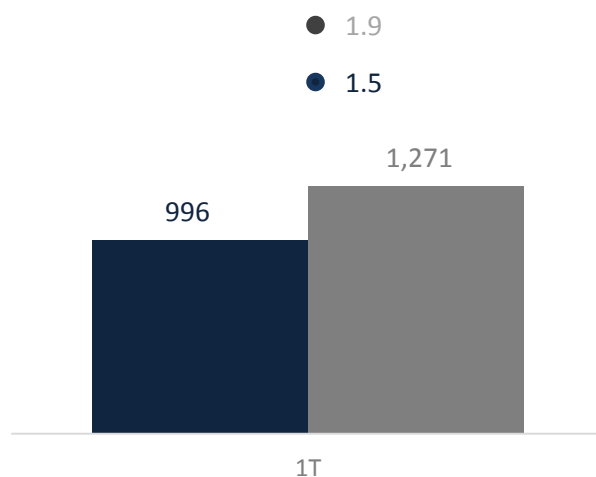
(MILLONES DE PESOS MEXICANOS)

Utilidad Neta Mayoritaria	1T18	1T17	% Cambio
Consolidado	1,271	996	27.7

Margen Neto Mayoritario (%)	1T18	1T17	Cambio pp
Consolidado	1.9	1.5	0.4

La utilidad neta mayoritaria incrementó 27.7%, con una expansión de 40 puntos base en el margen. Lo anterior se debió al buen desempeño a nivel operativo y a una tasa efectiva de impuestos más baja, de 40.3% contra 42.9% del primer trimestre del año anterior, lo cual fue parcialmente contrarrestado por un mayor costo de financiamiento.

(millones de pesos mexicanos) ■ 2017 ■ 2018
(% de ventas netas) ● 1.9 ● 1.5



UAFIDA AJUSTADA

(UTILIDAD DE OPERACIÓN ANTES DE DEPRECIACIÓN, AMORTIZACIÓN Y OTROS CARGOS NO MONETARIOS)

(MILLONES DE PESOS MEXICANOS)

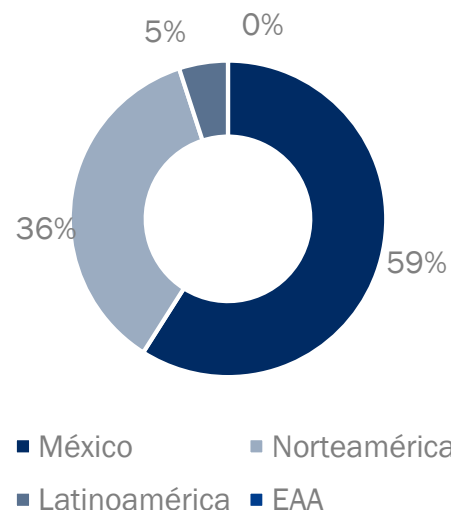
UAFIDA Ajustada	1T18	1T17	% Cambio
México	3,922	3,342	17.4
Norteamérica	2,345	2,626	(10.7)
Latinoamérica	330	88	>100
EAA	(1)	(219)	(99.5)
Consolidado	6,494	5,786	12.2

Margen UAFIDA Aj. (%)	1T18	1T17	Cambio pp
México	16.0	15.1	0.9
Norteamérica	7.3	7.7	(0.4)
Latinoamérica	4.7	1.1	3.6
EAA	(0.0)	(5.2)	5.2
Consolidado	9.7	8.8	0.9

Los resultados por región no reflejan el impacto de las regalías y en los resultados consolidados se han eliminado las operaciones entre las regiones.

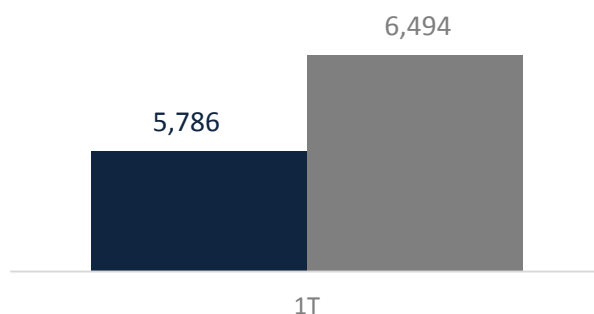
La UAFIDA ajustada aumentó 12.2%, con una expansión de 90 puntos en el margen, para totalizar 9.7%.

Por tercer trimestre consecutivo, la división Latin Sur alcanzó una UAFIDA positiva, lo cual contrarrestó el efecto del cambio en el método de valuación de Venezuela, que había contribuido positivamente en el primer trimestre del 2017.



● 9.7

● 8.8



(millones de pesos mexicanos) ■ 2017 ■ 2018
(% de ventas netas) ● ●

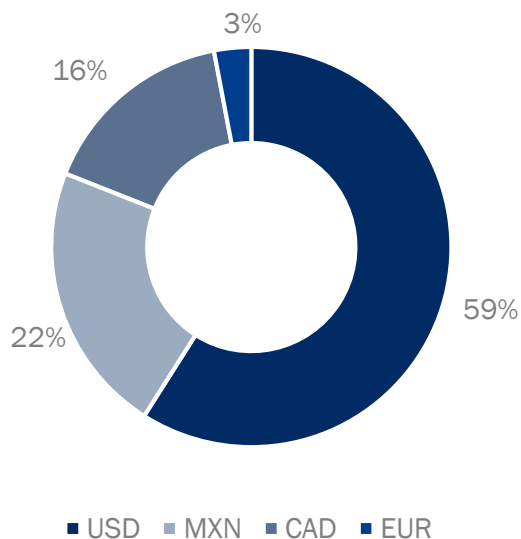
ESTRUCTURA FINANCIERA

Al 31 de marzo del 2018, la deuda total fue de \$89,541 millones, en comparación con \$94,313 millones al 31 de diciembre del 2017.

El vencimiento promedio de la deuda es de 11.1 años, con un costo promedio de 5.2%. La deuda a largo plazo representa 97% del total.

La razón de deuda total a UAFIDA ajustada fue de 3.2 veces, comparado con 3.5 veces al 31 de diciembre del 2017. La razón de deuda neta a UAFIDA ajustada fue de 3.0 veces, contra 3.2 veces al 31 de diciembre del 2017.

MEZCLA DE MONEDAS



EVENTOS RECIENTES

- La Compañía firmó un acuerdo para adquirir Grupo Mankattan (“Mankattan”), un jugador relevante en la industria de la panificación en China. Mankattan produce y distribuye pan empackado, pastelitos, bollería y “Yudane” (un pan para sándwich estilo japonés), entre otros productos, a clientes del canal moderno, tradicional y de comida rápida (“QSR”, por sus siglas en inglés) en China. Mankattan cuenta con 1,900 colaboradores y opera cuatro plantas, las cuales distribuyen sus productos a los mercados de Beijing, Shanghai, Sichuan, Guangdong y zonas conurbadas. Esta transacción aún está sujeta a la satisfacción de condiciones usuales para esta clase de operaciones, incluyendo las aprobaciones regulatorias necesarias.
- La Compañía adquirió International Bakery, productor de pan empackado, bollería, turrón y panettone, entre otros productos de panificación en Perú. Esta adquisición fortalece la presencia de Grupo Bimbo en el canal moderno y de comida rápida y su huella de manufactura en el país.
- Grupo Bimbo realizó una emisión de un bono perpetuo por un monto de US\$500 millones a una tasa de 5.95%. La Compañía utilizó los recursos obtenidos de esta emisión para el prepago de deuda existente y el financiamiento de adquisiciones y necesidades de capital, entre otros fines corporativos.

"Este es un nuevo instrumento para Grupo Bimbo, convirtiéndolo en el primer bono híbrido emitido por una empresa de consumo mexicana alineado con nuestras políticas financieras. Conserva nuestra sólida posición financiera, contribuye positivamente a la fortaleza, estabilidad y flexibilidad de la estructura de capital, refuerza nuestro compromiso de desapalancamiento, contribuye con mayor liquidez y reafirma nuestro compromiso de mantener un sólido grado de inversión.

Además, nuestro liderazgo global, la diversificación de ingresos, presencia geográfica, de categorías y de canales, contribuyeron en gran medida a atraer la atención de más de 200 inversionistas internacionales, reafirmando nuestro perfil global y el compromiso de expandir la base de inversionistas", dijo Diego Gaxiola, Director Global de Administración y Finanzas de Grupo Bimbo.

- Bimbo Bakeries USA, Inc. ("BBU"), subsidiaria de Grupo Bimbo, inició un Programa de Retiro Voluntario ("VSP", por sus siglas en inglés), a fin de implementar una estructura organizacional efectiva para mejorar la productividad y posicionar mejor a la Compañía para un crecimiento rentable y sostenible.

El programa, que se ofrecerá a determinados colaboradores asalariados con base en su edad y antigüedad en BBU y/o sus filiales, ofrecerá a los colaboradores que califiquen la opción de retirarse de la empresa con una mejor indemnización y un paquete de prestaciones de salud con objetivos claros, con el fin de revitalizar el negocio, reducir la complejidad y diseñar la empresa con miras a crear valor a largo plazo, alineado con los intereses de los accionistas, así como para atender mejor a más consumidores y clientes.

"Durante los últimos años hemos estado transformando nuestro negocio para impulsar el crecimiento y aumentar la productividad con la finalidad de mejorar la rentabilidad. Realmente valoramos y respetamos a nuestros colaboradores mientras que rediseñamos nuestro negocio y buscamos mejorar para fortalecer nuestro liderazgo en el mercado, queremos brindarles la oportunidad de explorar otras opciones y continuar buscando mejoras para fortalecer nuestro liderazgo en el mercado", afirmó Fred Penny, presidente de BBU. "Asimismo, este programa está alineado a nuestro Propósito de ser una empresa sustentable, altamente productiva y plenamente humana". Se espera que el programa concluya al cierre del segundo trimestre del 2018.

INFORMACIÓN SOBRE LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

LLAMADA

La conferencia telefónica se llevará a cabo el viernes 27 de abril a las 11:00 a.m. tiempo del este (10:00 a.m. tiempo del centro). Para participar en la conferencia, favor de llamar a los siguientes números telefónicos:

Estados Unidos al +1 (844) 839 2191

Otros países al +1 (412) 317 2519

Código de identificación: GRUPO BIMBO

REPETICIÓN

La repetición de la conferencia estará disponible hasta el 9 de mayo del 2018. Para acceder a la repetición, ingrese a la página web de Grupo Bimbo: www.grupobimbo.com/es/inversionistas/, o llamar a los siguientes números telefónicos:

Estados Unidos: +1 (877) 344 7529

Internacional: +1 (412) 317 0088

Canadá: +1 (855) 669 9658

Código de identificación: 10118936

TRANSMISIÓN

También puede acceder a la transmisión de esta conferencia a través del sitio web de Grupo Bimbo: www.grupobimbo.com/es/inversionistas/

ACERCA DE GRUPO BIMBO

Grupo Bimbo es la empresa de panificación más grande del mundo y jugador relevante en snacks. Cuenta con 197 plantas y más de 1,800 centros de ventas estratégicamente localizados en 32 países de América, Europa, Asia y África. Sus principales líneas de productos incluyen pan de caja y congelado, bollos, galletas, pastelitos, muffins, bagels, productos empacados, tortillas, botanas saladas y confitería, entre otros.

Grupo Bimbo fabrica más de 13,000 productos y tiene una de las redes de distribución más grandes del mundo, con más de 3 millones de puntos de venta, alrededor de 58,000 rutas y más de 139,000 colaboradores. Sus acciones cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) bajo la clave de pizarra BIMBO y en el mercado extrabursátil de Estados Unidos a través de un programa ADR Nivel 1, bajo la clave de pizarra BMBOY.

Declaración sobre el futuro desempeño de las operaciones

La información contenida en este comunicado contiene determinadas declaraciones con respecto al desempeño financiero y operativo esperado de Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V., las cuales 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 las 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 diferencias 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 reporte.

ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO (MILLONES DE PESOS MEXICANOS)	1T17	1T18	Cambio %
VENTAS NETAS	66,080	67,154	1.6%
COSTO DE VENTAS	30,606	31,601	3.3%
UTILIDAD BRUTA	35,474	35,553	0.2%
GASTOS GENERALES	31,171	30,693	(1.5%)
OTROS INGRESOS Y (GASTOS) NETOS	(716)	(713)	(0.4%)
UTILIDAD (PÉRDIDA) DE OPERACIÓN	3,586	4,147	15.6%
RESULTADO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO	1,470	1,617	10.0%
INTERESES PAGADOS (NETO)	(1,369)	(1,573)	14.9%
(PERDIDA) GANANCIA CAMBIARIA	(69)	(43)	(37.7%)
RESULTADO POR POSICION MONETARIA	(32)	-	>100
PARTICIPACIÓN EN ASOCIADOS	61	40	(34.4%)
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	2,177	2,570	18.1%
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	935	1,035	10.7%
UTILIDAD ANTES DE OPERACIONES DISCONTINUADAS	1,242	1,535	23.6%
UTILIDAD NETA MINORITARIO	247	264	6.9%
UTILIDAD NETA MAYORITARIO	996	1,271	27.6%
UAFIDA AJUSTADA	5,786	6,494	12.2%

BALANCE GENERAL (MILLONES DE PESOS MEXICANOS)	2017	2018
	DIC	MAR
ACTIVO TOTAL	259,249	244,743
ACTIVO CIRCULANTE	42,490	40,259
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	7,216	5,017
Cientes y otras Cuentas por Cobrar	19,875	21,313
Inventarios	8,368	7,986
Otros Activos Circulantes	7,031	5,943
Inmuebles, Planta y Equipo	82,972	80,475
Activos Intangibles y Cargos Diferidos (neto) e Inversiones de Compañías Asociadas	122,384	114,214
Otros Activos	11,403	9,795
PASIVO TOTAL	182,226	172,221
PASIVO CIRCULANTE	48,655	46,038
Proveedores	19,750	17,451
Deuda a Corto Plazo	2,766	2,968
Otros Pasivos Circulantes	26,139	25,619
Deuda a Largo Plazo	91,546	86,573
Otros Pasivos Largo Plazo Sin Costo	42,025	39,610
CAPITAL CONTABLE	77,023	72,522
Capital Contable Minoritario	4,257	4,220
Capital Contable Mayoritario	72,766	68,302