



**Grupo BIMBO reportó sus resultados financieros obtenidos en el tercer trimestre y acumulados durante los primeros nueve meses del año en curso, mostrando incrementos de 5.4% y 7.6% en ventas netas y utilidad de operación, respectivamente.**

Las cifras presentadas fueron preparadas de conformidad con Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México y están expresadas en millones de pesos constantes al 30 de septiembre del 2000.

### **México, D.F.**

**Grupo BIMBO S.A. de C.V.**, (“Grupo BIMBO” o “la Compañía”) (BMV: BIMBOA), la empresa productora de alimentos más grande de México y una de las líderes en Latinoamérica, reportó ayer sus resultados del tercer trimestre y acumulados durante los primeros nueve meses que terminaron el 30 de septiembre del 2000.

#### ***Datos relevantes:***

- **Incremento de 5.4% en Ventas Netas**
- **Incremento de 7.6% en Utilidad de Operación**
- **Incremento de 7.9% en la Utilidad de Operación más Amortización y Depreciación (UAFIDA)**
- **Disminución del Margen Neto de 5.4% a 4.4%, como consecuencia de un Costo Integral de Financiamiento menos favorable**
- **Fortalecimiento de la estructura financiera al reducir el apalancamiento neto a sólo 0.1%**

#### ***Contacto en México:***

Alberto Bercowsky  
Relación con Inversionistas  
**Grupo BIMBO, S.A. de C.V.**  
Tel: (525) 258-7662  
[abercows@grupobimbo.com](mailto:abercows@grupobimbo.com)

#### ***Contactos en Nueva York:***

Maria Barona / Melanie Carpenter  
**i-advize Corporate Communications**  
Tel: 212 406 3690  
[grupobimbo@i-advize.com](mailto:grupobimbo@i-advize.com)

### **Resultados de Operación**

#### • **Ventas Netas**

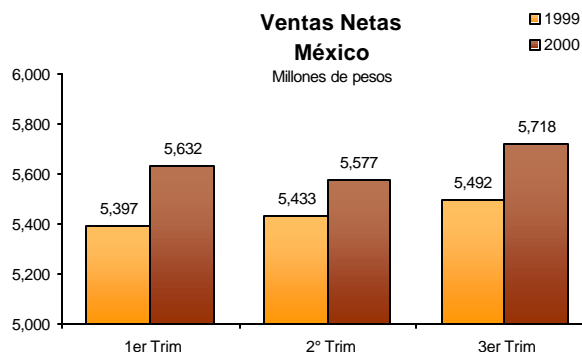
Durante los primeros 9 meses del año, los ingresos consolidados de Grupo Bimbo han mantenido una tendencia positiva, creciendo de acuerdo con las condiciones económicas prevalecientes en las regiones en las que opera. Acumuladas de enero a septiembre del 2000, las ventas ascendieron a \$22,881 millones de pesos, 5.4% más altas que las obtenidas durante el mismo período en 1999. Este crecimiento se ha dado de manera continua, aún a pesar de no contar con los ingresos de la División Agroindustrial, vendida a finales de 1999, los cuales habrían contribuido aproximadamente con 1.2 puntos porcentuales más al incremento de las ventas consolidadas.

Analizado por región, el comportamiento de las ventas se muestra en la siguiente tabla:

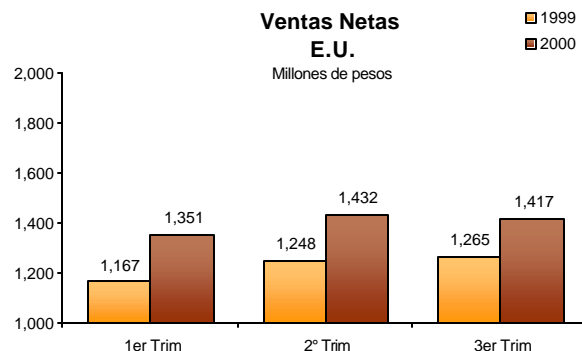
	9 MESES DE 1999	9 MESES DE 2000	VARIACIÓN
MÉXICO	\$ 16,322	\$ 16,927	3.7%
ESTADOS UNIDOS	\$ 3,680	\$ 4,200	14.1%
LATINOAMÉRICA	\$ 1,706	\$ 1,754	2.8%
TOTAL	\$ 21,708	\$ 22,881	5.4%

En México, las organizaciones con mayor dinamismo han sido Bimbo, Barcel y Ricolino, principalmente porque sus mercados han respondido favorablemente a los lanzamientos de nuevos productos y a las campañas publicitarias y promocionales empleadas para su posicionamiento; Marinela, por su parte, vio marginalmente afectados sus ingresos debido a la estacionalidad característica de los meses de verano en los que se reduce el consumo de sus productos por las altas temperaturas y por la temporada vacacional; sin embargo, para contrarrestar este efecto, planea, entre otras cosas, reforzar el lanzamiento de sus nuevas líneas de productos “energy-up” y “minigalletas”, y reposicionar los productos de la marca Lara, a través un cambio radical de su imagen.

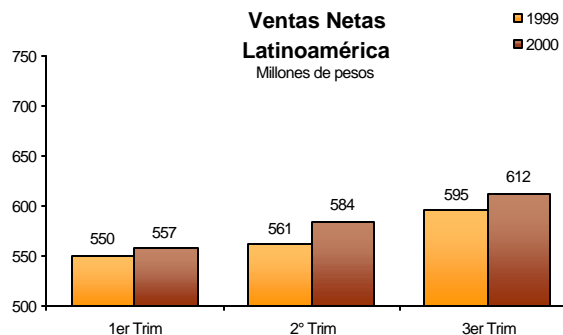
Otro factor importante que impactó a las operaciones en México fue la desinversión en los negocios agroindustriales ya que, de haber contado con estos, el crecimiento en las ventas habría sido de 5.3% vs 1999, es decir, 1.6 puntos porcentuales mayor al obtenido.



En Estados Unidos, el crecimiento sigue siendo favorable como resultado de los siguientes factores: i) una presencia más intensa de marcas y productos de la Compañía, con soporte en una estrategia de publicidad más agresiva; ii) 3 meses más de ingresos de Four-S Bakeries, al haberse adquirido en marzo de 1999 y iii) la homologación en los ciclos contables, al pasar de períodos de 28 días en 1999, a meses naturales en el año 2000; partiendo de una base comparativa con períodos de tiempo equivalentes, el crecimiento se estima en 6.9%.



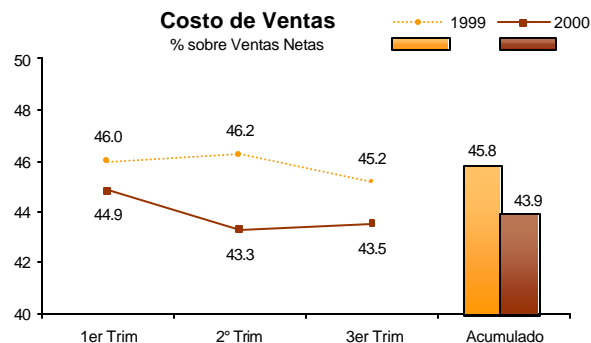
En Centro y Sudamérica, el crecimiento ha sido moderado durante todo el año, siendo el principal motivo, el rezago en la recuperación del consumo de la población en esas regiones.



Derivado de lo anterior, en los primeros nueve meses del año las ventas nacionales representaron el 74% de los ingresos totales y las ventas internacionales el 26%, mientras que para el mismo período en 1999, 75.2% correspondió a ventas nacionales y 24.8% a ventas en el extranjero.

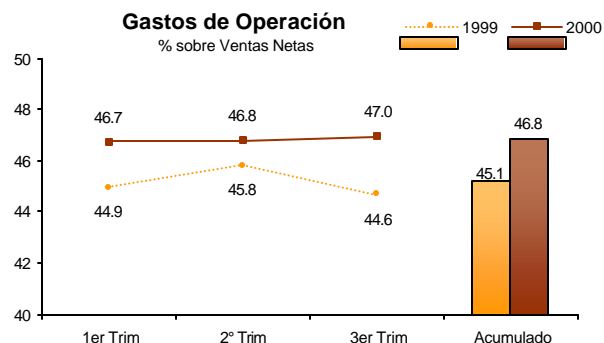
- **Costo de Ventas**

El costo de ventas mantuvo su tendencia a la baja, principalmente por la disminución en los precios de algunas materias primas y por la apreciación del peso frente al dólar, situación que favorece la compra de insumos sujetos a precio internacional. Expresado como porcentaje de las ventas, se redujo 1.9 puntos porcentuales al pasar de 45.8% en los primeros 9 meses de 1999, a 43.9% en el mismo período del año 2000, permitiendo que el margen bruto aumentara de 54.2% a 56.1% respectivamente.



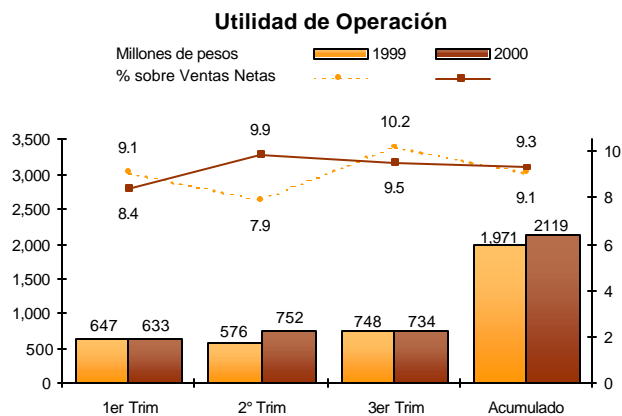
- **Gastos de Operación**

Durante los primeros nueve meses del año los gastos de operación han tenido un comportamiento relativamente estable. Acumulados a septiembre, mostraron un incremento de 1.7 puntos porcentuales al pasar de 45.1% en 1999 a 46.8% en el presente año. Este incremento se explica por un aumento en los gastos de publicidad y promoción, como parte de la estrategia para reforzar la imagen de sus productos y el valor de sus marcas, así como por los gastos relacionados con la implementación de los nuevos sistemas ERP (Enterprise Resource Planning) iniciada hace algunos meses y por gastos de consultoría incurridos en diversos proyectos.



• **Utilidad de Operación**

Como resultado de lo anterior, la utilidad de operación aumentó 7.6%, al pasar de \$1,971 millones de pesos acumulados de enero a septiembre de 1999, a \$2,120 millones de pesos en el mismo período del año 2000 y, en consecuencia, el margen operativo registró un incremento de 0.2 puntos porcentuales al pasar de 9.1% a 9.3%, respectivamente.



Asimismo, el rendimiento sobre la inversión operativa neta (RION), también presentó un comportamiento muy favorable como resultado, principalmente, del incremento en ventas y en la utilidad de operación y de la disminución en la inversión operativa neta (ION), tal como se observa en la siguiente tabla:

	9 MESES DE 1999	9 MESES DE 2000	INCREMENTO
<sup>1</sup> VENTAS (V)	\$ 28,944	\$ 30,507	5.4 %
<sup>1</sup> UTILIDAD DE OPERACIÓN (UO)	\$ 2,627	\$ 2,826	7.6 %
<sup>2</sup> INVERSIÓN OPERATIVA NETA (ION)	\$ 18,517	\$ 15,823	(14.5 %)
MARGEN (UO/V)	9.1 %	9.3 %	2.2 %
ROTACIÓN (V/ION)	1.56 VECES	1.93 VECES	23.7 %
RION (UO/ION)	14.2 %	17.9 %	26.1 %

<sup>1</sup> Datos acumulados a septiembre y anualizados

<sup>2</sup> Promedio del año

- **Utilidad de Operación más Depreciación y Amortización**

Cabe mencionar que la utilidad de operación más depreciación y amortización (UAFIDA), acumulada durante los primeros nueve meses del año se mantuvo estable con respecto al año anterior, confirmando la solidez de la capacidad de generación de fondos de la Compañía.

- **Costo Integral de Financiamiento**

En lo que respecta al costo integral de financiamiento, los factores que han definido su comportamiento han sido: i) un entorno económico cambiante, particularmente en lo que se refiere a la paridad peso-dólar; ii) un nivel de apalancamiento neto sustancialmente menor, con la consecuente reducción en los intereses netos pagados, iii) la drástica reducción en el resultado por posición monetaria derivada del fuerte desapalancamiento neto y iv) la importante posición activa en dólares, resultante de una mayor liquidez. La combinación de estos factores dio como resultado que este rubro pasara de representar un ingreso de \$296 millones de pesos en 1999, a un costo de \$112 millones de pesos en el 2000.

- **Utilidad Neta Mayoritaria**

La combinación de todos los eventos mencionados anteriormente provocó que la utilidad neta mayoritaria se redujera 1.0 punto porcentual sobre ventas, al pasar de 5.4% en 1999 a 4.4% en el 2000.

- **Estructura Financiera**

Durante el tercer trimestre del año, la estructura financiera de la Compañía continuó fortaleciéndose de manera muy significativa como resultado de su importante generación de fondos, por lo que el nivel de apalancamiento, medido como deuda neta a capital contable se redujo, de 19.9% en septiembre de 1999, a tan sólo 0.1% en el mismo mes del año 2000.

Cabe señalar que al 30 de septiembre del 2000 la deuda representó \$4,073 millones de pesos, de los cuales más del 95% se encuentra denominado en dólares y tiene un vencimiento promedio de 2.3 años.

- **Inversiones y Fuentes de Financiamiento**

Durante 1999, Grupo BIMBO realizó importantes inversiones de capital en sus operaciones a nivel nacional y en forma muy importante a nivel internacional, tanto por la instalación de plantas nuevas, como por la adquisición de empresas ya existentes. Estas inversiones han sido financiadas principalmente con recursos obtenidos de su operación y a través de financiamientos a largo plazo denominados en dólares, cuando así se ha requerido. Asimismo, de enero a septiembre del 2000, la Compañía ha invertido un monto aproximado de 80 millones de dólares, los cuales se han destinado al mantenimiento de las instalaciones productivas, ampliación y construcción de líneas de producción y para la implementación de un sistema de administración integral de negocio denominado ERP (Enterprise Resource Planning).

- **Eventos Recientes**

El 13 de marzo del 2000, Grupo BIMBO y Oracle de México anunciaron una relación de negocios para desarrollar un proyecto informático que le permitirá a la Compañía hacer frente a un entorno comercial y tecnológico cada vez más competido, al mismo tiempo que sentará las bases para su incursión en el comercio electrónico vía Internet. Paralelamente se implementará un paquete de sistemas de software denominado ERP (Enterprise Resource Planning) que contribuirá a eficientar e integrar los procesos administrativos y productivos de Grupo BIMBO.

El 13 de Abril del 2000, el Sr. Fernando Sotomayor Saad fue nombrado Director del Proyecto de Internet de Grupo BIMBO, a través del cual se impulsará su estrategia de comercio electrónico.

El 25 de Mayo del 2000, Grupo BIMBO inauguró una nueva planta en la ciudad de Tijuana, Baja California. Dicha planta complementará el abasto en la región Noroeste de México y en la parte sur de California en los Estados Unidos.

El 30 de Mayo del 2000, la Compañía anunció una serie de cambios en su estructura organizacional: El Sr. Mauricio Jorba, actual Vicepresidente, tendrá bajo su responsabilidad la totalidad las operaciones de panificación en México. El Sr. Rafael Vélez Valadez encabezará las operaciones de Latinoamérica y el Sr. Pablo Elizondo Huerta ocupará la Dirección en el Corporativo Central con base en México.

### **Descripción de la Compañía**

*Grupo BIMBO es una de las tres empresas de panificación más grandes del mundo por sus volúmenes de producción y ventas. Es líder en México y Latinoamérica, cuenta con 77 plantas y comercializadoras localizadas estratégicamente en 16 países de América y Europa, mantiene una planilla laboral de más 61 mil colaboradores y produce una gama de más de 800 productos. Las acciones de Grupo BIMBO se cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores desde 1980, con la clave de pizarra BIMBOA.*

### **Declaraciones**

*Este reporte contiene algunas declaraciones sobre el desempeño financiero y operativo esperado de Grupo Bimbo, S.A. de C.V., las cuales están basadas en información financiera, niveles de operación y condiciones de mercado vigentes a la fecha del presente, así como en estimaciones de la Administración de la Compañía en relación con posibles eventos futuros. Los resultados de la Compañía pueden variar con respecto a los expuestos en dichas declaraciones por diversos factores, tales como: ajustes en los niveles de precios, variaciones en los costos de sus insumos, cambios en las leyes y regulaciones, o por condiciones económicas y políticas no previstas en los países en los que opera. Consecuentemente, la Compañía sugiere a los lectores tomar dichas declaraciones con reserva..*

ESTADO DE RESULTADOS (MILLONES DE PESOS CONSTANTES AL 30 DE SEPTIEMBRE DEL 2000)	1999					2000				
	1 TRIM	2 TRIM	3 TRIM	ACUMULADO	%	1 TRIM	2 TRIM	3 TRIM	ACUMULADO	%
<b>VENTAS NETAS</b>	7,114	7,241	7,353	21,708	100.0	7,541	7,592	7,748	22,881	100.0
MEXICO	5,397	5,433	5,492	16,322	75.2	5,632	5,577	5,718	16,927	74.0
ESTADOS UNIDOS	1,167	1,248	1,265	3,680	17.0	1,351	1,432	1,417	4,200	18.4
LATINOAMERICA	550	561	595	1,706	7.9	557	584	612	1,754	7.7
<b>COSTO DE VENTAS</b>	3,270	3,348	3,321	9,939	45.8	3,383	3,287	3,374	10,043	43.9
<b>RESULTADO BRUTO</b>	3,844	3,893	4,032	11,768	54.2	4,158	4,306	4,374	12,838	56.1
<b>GASTOS DE OPERACION</b>	3,197	3,318	3,283	9,798	45.1	3,525	3,553	3,640	10,718	46.8
<b>RESULTADO DE OPERACION</b>	647	576	748	1,971	9.1	633	752	734	2,119	9.3
MEXICO	658	550	765	1,973	12.1	700	784	753	2,237	13.2
ESTADOS UNIDOS	7	60	21	87	2.4	(43)	(5)	1	(47)	(1.1)
LATINOAMERICA	(18)	(34)	(37)	(89)	(5.2)	(24)	(27)	(19)	(70)	(4.0)
<b>COSTO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO</b>	(182)	(55)	(59)	(296)	(1.4)	36	(49)	125	112	0.5
INTERESES PAGADOS (NETO)	94	(66)	119	147	0.7	49	23	(22)	49	0.2
PERDIDA (GANANCIA) EN CAMBIOS	(71)	99	(100)	(73)	(0.3)	12	(83)	147	76	0.3
RESULTADO POR POSICION MONETARIA	(205)	(88)	(78)	(371)	(1.7)	(25)	11	0	(13)	(0.1)
<b>OTRAS OPERACIONES FINANCIERAS</b>	174	65	5	245	1.1	16	1	63	80	0.4
PROVISION PARA IMPUESTOS Y P.T.U.	321	215	292	828	3.8	263	392	269	924	4.0
PARTICIPACIÓN EN LOS RESULTADOS DE SUBSIDIARIAS Y ASOCIADAS NO CONSOLIDADAS	7	6	5	18	0.1	9	6	11	26	0.1
PARTICIPACION MINORITARIA	17	(8)	27	36	0.2	8	(0)	10	17	0.1
<b>RESULTADO NETO MAYORITARIO</b>	323	365	488	1,176	5.4	319	415	278	1,012	4.4
<b>UTILIDAD DE OPERACIÓN MAS DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN (UAFIDA)</b>	932	903	965	2,800	12.9	927	1,041	1,045	3,013	13.2
MEXICO	854	784	926	2,564	15.7	904	985	972	2,861	16.9
ESTADOS UNIDOS	53	113	43	209	5.7	6	45	51	102	2.4
LATINOAMERICA	26	6	(4)	27	1.6	17	11	22	50	2.8

BALANCE GENERAL (MILLONES DE PESOS CONSTANTES AL 30 DE SEPTIEMBRE DEL 2000)	1999	2000	Δ%
<b>ACTIVO TOTAL</b>	24,192	23,746	(1.8)
MEXICO	16,282	16,929	4.0
ESTADOS UNIDOS	5,194	4,498	(13.4)
LATINOAMERICA	2,716	2,319	(14.6)
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	5,390	6,895	27.9
<b>INMUEBLES PLANTA Y EQUIPO (NETO)</b>	14,722	13,096	(11.0)
<b>PASIVO TOTAL</b>	8,740	9,399	7.5
CREDITOS BANCARIOS A CORTO PLAZO	441	1,274	188.7
CREDITOS BANCARIOS A LARGO PLAZO	4,348	2,799	(35.6)
<b>CAPITAL CONTABLE</b>	15,452	14,347	(7.2)

ESTADO DE CAMBIOS EN LA SITUACIÓN FINANCIERA (MILLONES DE PESOS CONSTANTES AL 30 DE SEPTIEMBRE DEL 2000)	1999	2000
<b>RESULTADO NETO</b>	1,212	1,029
+ (-) PARTIDAS APLICADAS A RESULTADOS QUE NO REQUIEREN UTILIZACIÓN DE RECURSOS	680	1,321
<b>FLUJO DERIVADO DEL RESULTADO NETO DEL EJERCICIO</b>	1,892	2,350
FLUJO DERIVADO DE CAMBIOS EN EL CAPITAL DE TRABAJO	(234)	(156)
<b>RECURSOS GENERADOS (UTILIZADOS) POR LA OPERACIÓN</b>	1,658	2,195
FLUJO DERIVADO DE FINANCIAMIENTO AJENO	(860)	(625)
FLUJO DERIVADO DE FINANCIAMIENTO PROPIO	1,199	(213)
<b>RECURSOS GENERADOS (UTILIZADOS) MEDIANTE FINANCIAMIENTO</b>	339	838
<b>RECURSOS GENERADOS (UTILIZADOS) EN ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>	(1,037)	207
INCREMENTO (DECREMENTO) EN EFECTIVO POR INVERSIONES TEMPORALES	961	1,563
EFECTIVO E INVERSIONES TEMPORALES AL INICIO DEL PERÍODO	854	2,495
EFECTIVO E INVERSIONES TEMPORALES AL FINAL DEL PERÍODO	1,814	4,058



## RELACIONES CON INVERSIONISTAS

El Reporte de Prensa que usted acaba de recibir es de Grupo Bimbo, S.A. de C.V., la empresa de panificación líder de México con operaciones en más de 16 países a través de América y Europa.

Si desea permanecer en esta lista de distribución y recibir la información emitida por la empresa en el futuro, por favor complete este formulario y envíelo por fax al (212) 406-3697, ó por correo electrónico a [grupobimbo@i-advize.com](mailto:grupobimbo@i-advize.com).

- Incluir en la lista de distribución de Grupo Bimbo
- Enviar información por fax
  - Enviar información por correo electrónico

Nombre \_\_\_\_\_

Título \_\_\_\_\_

**E-MAIL** \_\_\_\_\_

Compañía \_\_\_\_\_

Dirección \_\_\_\_\_

Ciudad, Estado, Código \_\_\_\_\_

País \_\_\_\_\_

Tel: \_\_\_\_\_

Fax: \_\_\_\_\_

Comentarios \_\_\_\_\_

- NO INCLUIR EN LISTA DE DISTRIBUCION

---

**Contacto:**

**María Barona, i-advize Corporate Communications**

**Tel: (212) 406-3691**