



**Contactos en México:**

Armando Giner  
Relación con Inversionistas  
Grupo BIMBO, S.A. de C.V.  
Tel: (525-55) 268-6924  
[aginer@grupobimbo.com](mailto:aginer@grupobimbo.com)

Martha Eugenia Hernández  
Relaciones Institucionales  
Grupo BIMBO, S.A. de C.V.  
Tel: (525-55) 268-6780  
[mhernmor@grupobimbo.com](mailto:mhernmor@grupobimbo.com)

**Contactos en Nueva York:**

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

**México D.F., 24 de abril de 2002**

GRUPO BIMBO S.A. DE C.V. ("Grupo Bimbo" o "La Compañía") (BMV: BIMBOA), la empresa de panificación más grande de América, reportó hoy sus cifras correspondientes al primer trimestre del 2002.

Los resultados financieros de Grupo Bimbo en este trimestre muestran un importante crecimiento de las ventas, un aumento en los gastos de operación, derivado del continuo esfuerzo destinado al fortalecimiento de los sistemas de información y de la profunda reestructuración de las operaciones mexicanas, así como la creación de una reserva especial destinada a financiar la eficiente integración de las nuevas operaciones en los Estados Unidos.

Las ventas consolidadas se incrementaron 14.9%, al compararse con el primer trimestre del año anterior. Aproximadamente la mitad de este crecimiento fue de carácter orgánico mientras que el resto se explica por la inclusión de las nuevas operaciones en los Estados Unidos, Brasil y Costa Rica. Especialmente, en México se obtuvo un crecimiento superior al 10% que compara, muy favorablemente, con el comportamiento de la economía en general y del consumo en lo particular. Este importante logro se basó en una cuidadosa administración de los niveles de precios, complementada con el desarrollo y lanzamiento de nuevos productos que probaron su eficacia en sus mercados.

Como se mencionó anteriormente, los gastos de operación tuvieron un incremento como consecuencia mixta de reducciones en los gastos de distribución y ventas y aumentos en los gastos de administración. Resulta conveniente destacar que este trimestre fue especialmente afectado por gastos extraordinarios, no recurrentes, derivados de la reestructura organizacional en México y de la tercerización de la mayoría de los servicios de cómputo. Aunque resulta inevitable reconocer los efectos negativos de estas medidas en el corto plazo, sus efectos favorables comienzan a sentirse y contribuirán decisivamente a la mayor eficiencia del Grupo en el largo plazo.

---

## GRUPO BIMBO REPORTA SUS RESULTADOS PARA EL PRIMER TRIMESTRE DE 2002

Las cifras presentadas fueron preparadas de conformidad con Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México y están expresadas en pesos constantes al 31 de Marzo de 2002.

---

**Datos Relevantes:**

- Incremento de 14.9% en las Ventas Netas
  - Incremento de 2.5% en la Utilidad de Operación
  - Disminución de 1.6 pp en el Margen Neto
-



Finalmente, y con el objeto de enfrentar adecuadamente los esfuerzos de integración de las nuevas operaciones en el oeste de los Estados Unidos, se tomó la decisión de crear una reserva especial, cercana a los 14 millones de dólares, que será paulatinamente utilizada a lo largo del año.

- **Ventas Netas**

(MILLONES)	1ER TRIM. 01	1ER TRIM. 02	% CAMBIO
MÉXICO	6,066	6,696	10.4 %
ESTADOS UNIDOS	1,330	1,742	31.0%
LATINOAMÉRICA	519	654	26.0%
TOTAL	7,915	9,092	14.9%

### México

Como se señaló en la página anterior, las operaciones mexicanas tuvieron un comportamiento muy favorable, al incrementar sus ventas 10.4%, en comparación con el mismo periodo del año anterior.

Resulta muy satisfactorio el hecho de que las fortalezas y el posicionamiento de las operaciones mexicanas le hayan permitido mantener su ritmo de crecimiento sistemático, aún dentro de un ambiente económico desfavorable.

Este crecimiento en las ventas se cimentó a través de una estrategia eficaz de administración de precios, que permitió mantener los volúmenes de venta de aquellas líneas cuyos precios fueron modificados durante el segundo semestre del año anterior, así como de una intensa actividad en el desarrollo de nuevos productos.

Las principales empresas operadoras de Grupo Bimbo en México, Bimbo y Barcel, mostraron un buen desempeño durante el periodo, destacándose las líneas de pan empaquetado y galletas, las cuales lograron desplazar mayores volúmenes, dada la buena aceptación de sus promociones y nuevos lanzamientos.





## Estados Unidos

Las ventas en esta región registraron un incremento de 31.0%, en comparación con el mismo periodo del año anterior. Este crecimiento tuvo su origen en la inclusión de las operaciones adquiridas durante marzo del presente año.

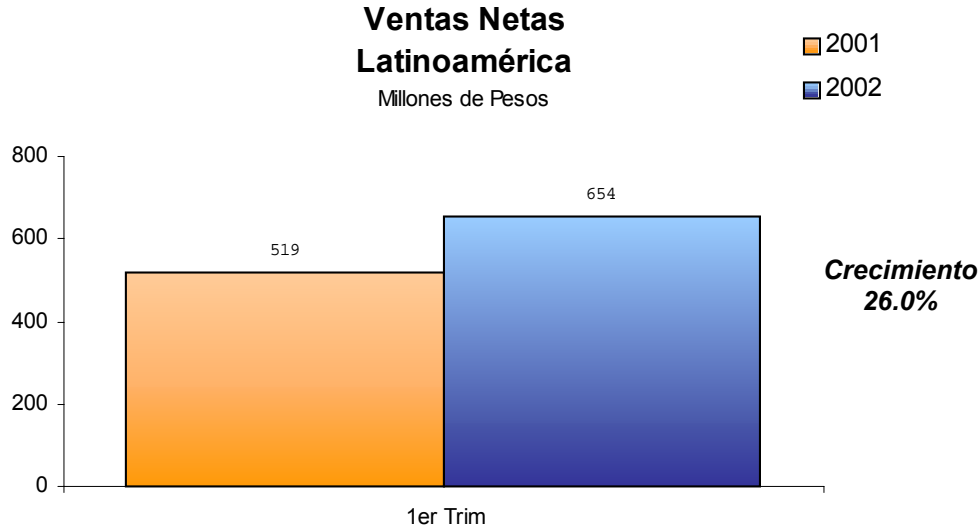
Sin considerar las ventas provenientes de las nuevas operaciones, los volúmenes de venta mostraron una reducción, como consecuencia de la contracción del consumo en ese país, particularmente en el estado de Texas, en donde se tiene una presencia importante, y, consecuentemente, una contribución relevante a los resultados de los negocios del Grupo en esta zona.



## Centro y Sudamérica

La participación de mercado en estas operaciones continúa creciendo consistentemente. Durante el periodo objeto de este reporte, la región vió incrementadas sus ventas en 26.0%, como resultado, principalmente, de las adquisiciones realizadas durante el 2001 en Brasil y Costa Rica.

La actividad del Grupo en la región se ha desarrollado en un ambiente adverso durante un periodo prolongado. Destaca la contracción en los mercados de Argentina, Venezuela y Colombia, países en donde el entorno de los últimos meses ha implicado mayores esfuerzos y retos en el desarrollo del mercado y en el impulso de nuestras ventas.



- **Costo de Ventas**

El costo de ventas muestra un comportamiento estable, al compararse el resultado obtenido con trimestres pasados. Como porcentaje de las ventas consolidadas, el costo de ventas registró un incremento de 0.4 puntos porcentuales, situándose, al primer trimestre de 2002, en 46.5%.

La variación observada obedece a un comportamiento mixto de algunos componentes del costo de ventas. Por un lado, las operaciones en Brasil, recientemente integradas, operan con un costo de ventas marginalmente superior al resto de las operaciones en la región y, por otro lado, la apreciación del peso mexicano frente el dólar, junto con la caída en los precios de algunas materias primas, impactaron favorablemente este rubro.

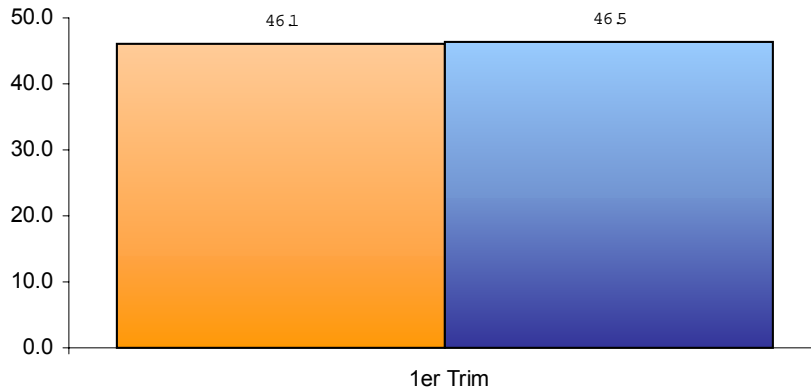
La inflación experimentada por las economías de Argentina y de Venezuela impactó nuestros costos de operación, provocando que la región latinoamericana fuera la más afectada en el costo de ventas. Tan sólo el aumento en el precio de materias primas y envolturas registrado durante este año, ascendió a 122% en Argentina y a 32% en Venezuela.



### Costo de Ventas

% sobre Ventas Netas

■ 2001  
■ 2002



- **Gastos de Operación**

Los componentes del Gasto de Operación observaron comportamientos en direcciones opuestas. Los costos de distribución y ventas, elementos críticos en la operación de Grupo Bimbo, registraron una reducción durante el último trimestre. Esta reducción contrarrestó, parcialmente, el incremento en los gastos de administración, los cuales, a la vez que continúan incluyendo gastos relacionados con la implantación del ERP, se vieron afectados por gastos extraordinarios, no recurrentes, entre los que se destacan la indemnización del personal de sistemas, derivada de la tercerización de estos servicios y los gastos incurridos por la reestructuración de nuestras operaciones mexicanas. Adicionalmente, los gastos de operación se vieron afectados por el aumento en el nivel de las cotizaciones al seguro social en México.

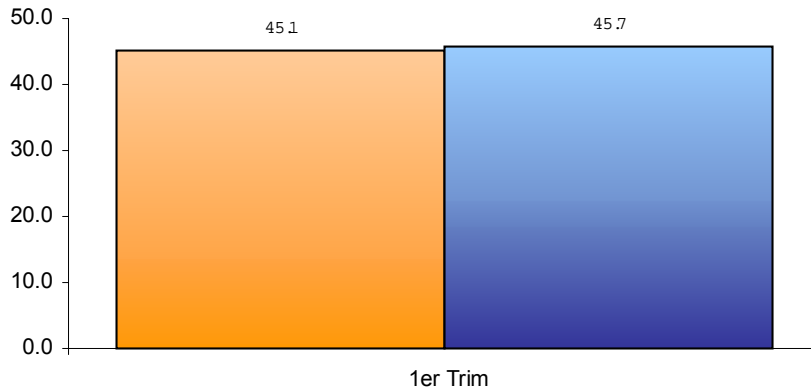
Como resultado de todo lo anterior, los Gastos de Operación presentaron un incremento, en relación con las ventas, de 0.6 puntos porcentuales. Durante el primer trimestre del presente año, esta relación se situó en 45.7%, contra 45.1% registrada en el mismo periodo del año anterior.



### Gastos de Operación

% sobre Ventas Netas

■ 2001  
■ 2002



- Utilidad de Operación**

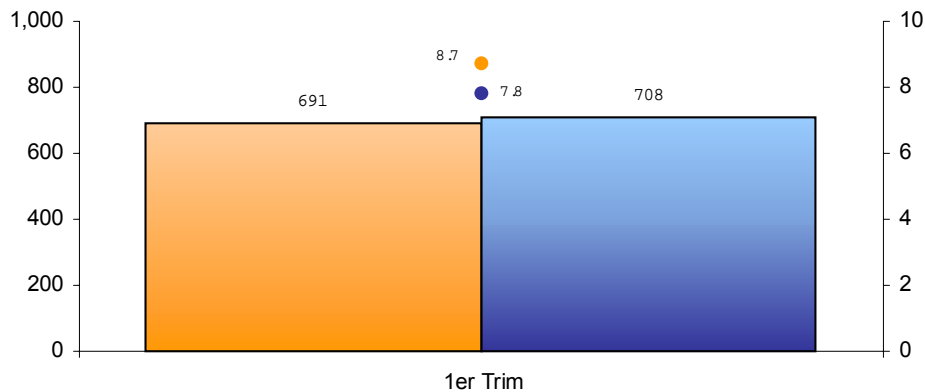
A pesar del impacto de los mayores gastos de operación descritos con anterioridad, la dinámica en el crecimiento de los ingresos del Grupo permitió un incremento en la utilidad de operación de 2.5%. No obstante, el margen de operación se situó en 7.8% sobre las ventas, 0.9 puntos porcentuales por debajo del resultado obtenido en el mismo periodo del año anterior.

### Utilidad de Operación

Millones de pesos

% sobre Ventas Netas

■ 2001 ■ 2002  
● 8.7 ● 7.8





- **Utilidad de Operación mas Depreciación y Amortización (UAFIDA)**

La capacidad de generación de efectivo del Grupo continúa mostrando un comportamiento sólido y estable. A marzo del presente año, el margen de UAFIDA sobre ventas se situó en 11.3%, superando los \$1,000 millones de pesos.

- **Costo Integral de Financiamiento**

Aún cuando la compañía cuenta con un mayor apalancamiento, causado por la reciente adquisición en los Estados Unidos, el costo integral de financiamiento se redujo \$38 millones de pesos, situándose durante este trimestre en sólo \$25 millones. Este resultado es consecuencia, fundamentalmente, del impacto que el fortalecimiento del peso mexicano tuvo en los pasivos en dólares del Grupo.

- **Otros Ingresos y Gastos**

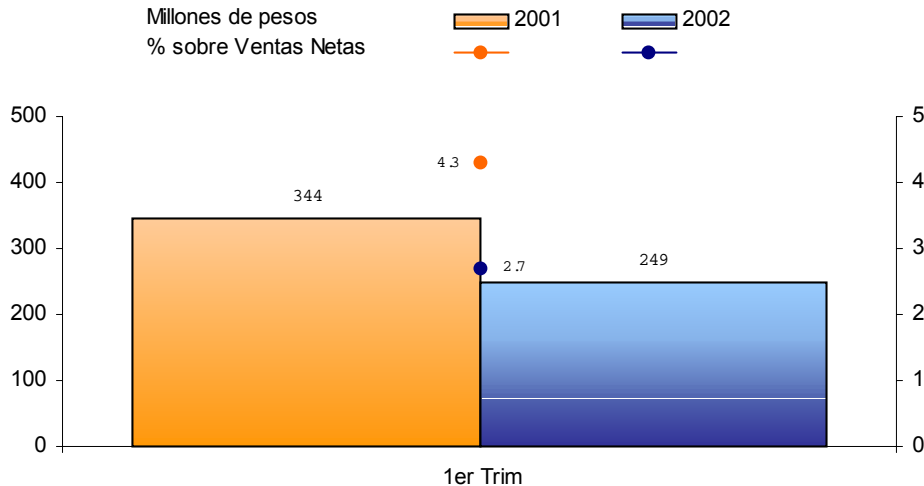
El gasto registrado en este rubro durante el trimestre por \$204 millones de pesos, se explica, en su mayor parte, por la creación de una reserva especial por aproximadamente 14 millones de dólares. Esta reserva está destinada a cubrir los gastos relacionados a la eficaz integración de las operaciones recientemente adquiridas en los Estados Unidos y será utilizada gradualmente en el resto del año.

- **Utilidad Neta Mayoritaria**

Durante el trimestre, la utilidad neta se situó en \$249 millones de pesos. La falta de correlación de la utilidad neta con el comportamiento registrado, tanto en las ventas como en la utilidad de operación, obedece, principalmente, a la creación de la reserva especial antes mencionada. En virtud de lo anterior, el margen neto registró una disminución de 1.6 puntos porcentuales, en comparación con el obtenido durante el mismo periodo del año anterior.



### Utilidad Neta Mayoritaria



- **Estructura Financiera**

Durante el primer trimestre del 2002, la estructura financiera de Grupo Bimbo se vió sustancialmente modificada como consecuencia de la contratación del crédito puente por 680 millones de dólares, necesario para el pago de las nuevas operaciones en los Estados Unidos.

En virtud de lo anterior, el apalancamiento, medido como Deuda Neta/Capital Contable, se situó en 0.75 veces, durante el primer trimestre del año. Aún cuando el perfil de amortizaciones de Grupo Bimbo permitirá reducir esta relación de manera importante en el mediano plazo, esta cifra es consistente con los esfuerzos iniciados el año pasado dirigidos a optimizar el costo de capital.

- **Eventos Sobresalientes**

- ✓ El 4 de marzo de 2002, Grupo Bimbo concretó la adquisición de las operaciones panaderas de George Weston Ltd. en la región oeste de los Estados Unidos, por un monto total de \$610 millones de dólares, a través de la contratación de un crédito puente otorgado por Bank of America, Citibank, ING Bank y JP Morgan Chase Bank. Esta transacción dió acceso a Grupo Bimbo a marcas y productos líderes en el mercado estadounidense, como lo son Oroweat, Entenmann's, Thomas' y Boboli. De conformidad con los términos del acuerdo de compra-venta, la Compañía adquirió, entre otros activos, la marca de pan Oroweat, cinco plantas en los estados de Texas, Colorado, California y Oregon, así como un eficiente sistema de distribución directa, con más de 1,300 rutas. Adicionalmente, Grupo Bimbo obtuvo todos los derechos relacionados con los productos de la marca Entenmann's, así como los derechos de distribución en la región occidental de los Estados Unidos para las marcas Thomas' y Boboli.
- ✓ Con la intención de lograr una mayor eficiencia en sus operaciones, con fecha 1° de enero del 2002, se fusionaron la mayor parte de los negocios de Grupo Bimbo en dos grandes empresas: Bimbo, S.A. de C.V. y Barcel, S.A. de C.V.. La primera, con 34 plantas, concentra todas las operaciones panaderas, mientras que la segunda, con 10 centros de producción, abarca las





divisiones de botanas saladas, dulces y chocolates. Con esta medida, se optimizará la utilización, tanto de la capacidad instalada del Grupo, como de sus fuerzas de venta y distribución.

\* \* \* \* \*

### **Descripción de la Compañía**

Grupo Bimbo es una de las empresas de panificación más grandes del mundo por sus volúmenes de producción y ventas. Es líder en México y Latinoamérica, cuenta con más de 80 plantas y comercializadoras localizadas estratégicamente en 16 países de América y Europa, mantiene una planilla laboral superior a los 70 mil colaboradores y produce una gama de más de 3,600 productos. Las ventas del 2001 alcanzaron US \$3.7 billones. Las acciones de Grupo BIMBO se cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores desde 1980, con la clave de pizarra BIMBOA.

### **Aviso sobre declaraciones futuras**

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.



<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>	<b>2001</b>		<b>2002</b>	
	<b>1 TRIM</b>	<b>%</b>	<b>1 TRIM</b>	<b>%</b>
(MILLONES DE PESOS CONSTANTES AL 31 DE MARZO DE 2002)				
<b>VENTAS NETAS</b>	<b>7,915</b>	<b>100.0</b>	<b>9,092</b>	<b>100.0</b>
<b>MEXICO</b>	<b>6,066</b>	<b>76.6</b>	<b>6,696</b>	<b>73.7</b>
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	<b>1,330</b>	<b>16.8</b>	<b>1,742</b>	<b>19.2</b>
<b>LATINOAMERICA</b>	<b>519</b>	<b>6.6</b>	<b>654</b>	<b>7.2</b>
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>3,651</b>	<b>46.1</b>	<b>4,231</b>	<b>46.5</b>
<b>RESULTADO BRUTO</b>	<b>4,264</b>	<b>53.9</b>	<b>4,861</b>	<b>53.5</b>
<b>GASTOS DE OPERACION</b>	<b>3,573</b>	<b>45.1</b>	<b>4,152</b>	<b>45.7</b>
<b>RESULTADO DE OPERACION</b>	<b>691</b>	<b>8.7</b>	<b>708</b>	<b>7.8</b>
<b>MEXICO</b>	<b>721</b>	<b>9.1</b>	<b>763</b>	<b>8.4</b>
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	<b>(15)</b>	<b>(0.2)</b>	<b>(9)</b>	<b>(0.1)</b>
<b>LATINOAMERICA</b>	<b>(15)</b>	<b>(0.2)</b>	<b>(45)</b>	<b>(0.5)</b>
<b>COSTO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>63</b>	<b>0.8</b>	<b>25</b>	<b>0.3</b>
<b>INTERESES PAGADOS (NETO)</b>	<b>(3)</b>	<b>(0.0)</b>	<b>3</b>	<b>0.0</b>
<b>PERDIDA (GANANCIA) EN CAMBIOS</b>	<b>57</b>	<b>0.7</b>	<b>82</b>	<b>0.9</b>
<b>RESULTADO POR POSICION MONETARIA</b>	<b>8</b>	<b>0.1</b>	<b>(60)</b>	<b>(0.7)</b>
<b>OTRAS OPERACIONES FINANCIERAS</b>	<b>13</b>	<b>0.2</b>	<b>204</b>	<b>2.2</b>
<b>PROVISION PARA IMPUESTOS Y P.T.U.</b>	<b>269</b>	<b>3.4</b>	<b>238</b>	<b>2.6</b>
<b>PARTICIPACIÓN EN LOS RESULTADOS DE SUBSIDIARIAS Y ASOCIADAS NO CONSOLIDADAS</b>	<b>0</b>	<b>0.0</b>	<b>9</b>	<b>0.1</b>
<b>PARTICIPACION MINORITARIA</b>	<b>3</b>	<b>0.0</b>	<b>1</b>	<b>0.0</b>
		<b>0.0</b>		<b>0.0</b>
<b>RESULTADO NETO MAYORITARIO</b>	<b>344</b>	<b>4.4</b>	<b>249</b>	<b>2.7</b>
<b>UTILIDAD DE OPERACIÓN MAS DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN (UAFIDA)</b>	<b>1,010</b>	<b>12.8</b>	<b>1,054</b>	<b>11.6</b>
<b>MEXICO</b>	<b>972</b>	<b>12.3</b>	<b>1,002</b>	<b>11.0</b>
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	<b>24</b>	<b>0.3</b>	<b>35</b>	<b>0.4</b>
<b>LATINOAMERICA</b>	<b>13</b>	<b>0.2</b>	<b>17</b>	<b>0.2</b>



<b>BALANCE GENERAL</b> (MILLONES DE PESOS CONSTANTES AL 31 DE MARZO DE 2002)	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>Δ%</b>
<b>ACTIVO TOTAL</b>	25,724	28,522	10.9
<b>MEXICO</b>	17,956	15,794	(12.0)
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	4,542	10,491	131.0
<b>LATINOAMERICA</b>	3,226	2,236	(30.7)
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	7,816	5,576	(28.7)
<b>INMUEBLES PLANTA Y EQUIPO (NETO)</b>	13,834	14,633	5.8
<b>PASIVO TOTAL</b>	9,118	15,804	73.3
<b>CREDITOS BANCARIOS A CORTO PLAZO</b>	1,626	6,585	305.1
<b>CREDITOS BANCARIOS A LARGO PLAZO</b>	2,368	4,254	79.6
<b>CAPITAL CONTABLE</b>	16,605	12,717	(23.4)

<b>ESTADO DE CAMBIOS EN LA SITUACIÓN FINANCIERA</b> (MILLONES DE PESOS CONSTANTES AL 31 DE MARZO DE 2002)	<b>2001</b>	<b>2002</b>
<b>RESULTADO NETO</b>	<b>347</b>	<b>250</b>
+ (-) PARTIDAS APLICADAS A RESULTADOS QUE NO REQUIEREN UTILIZACIÓN DE RECURSOS	575	262
<b>FLUJO DERIVADO DEL RESULTADO NETO DEL EJERCICIO</b>	<b>922</b>	<b>512</b>
FLUJO DERIVADO DE CAMBIOS EN EL CAPITAL DE TRABAJO	(645)	(619)
<b>RECURSOS GENERADOS (UTILIZADOS) POR LA OPERACIÓN</b>	<b>277</b>	<b>(106)</b>
FLUJO DERIVADO DE FINANCIAMIENTO AJENO	(176)	5,807
FLUJO DERIVADO DE FINANCIAMIENTO PROPIO	-	-
<b>RECURSOS GENERADOS (UTILIZADOS) MEDIANTE FINANCIAMIENTO</b>	<b>(176)</b>	<b>5,807</b>
<b>RECURSOS GENERADOS (UTILIZADOS) EN ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>	<b>(554)</b>	<b>(5,242)</b>
INCREMENTO (DECREMENTO) EN EFECTIVO POR INVERSIONES TEMPORALES	(454)	460
EFECTIVO E INVERSIONES TEMPORALES AL INICIO DEL PERÍODO	4,487	777
EFECTIVO E INVERSIONES TEMPORALES AL FINAL DEL PERÍODO	4,033	1,237