

60 años

¡y seguimos creciendo más sanos y fuertes!



Organizaciones

Bimbo, S.A. de C.V.

Tiene su sede en la Ciudad de México y produce pan blanco, pan dulce, bollería, panquelería, pastelería, galletas, tortillas empacadas, tostadas y barras de cereales.

Sus principales marcas son Bimbo, Marinela, Tía Rosa, Wonder, Milpa Real, Lara, Suandy, Lonchibón, Del Hogar, La Mejor, Monarca, Breddy, Tulipán y El Globo.



Barcel, S.A. de C.V.

Tiene su sede en Lerma, Estado de México. Produce botanas saladas, confitería, chocolates, cajeta (dulce de leche) y gomitas.

Entre sus principales marcas se encuentran Barcel, Ricolino, Coronado, La Corona, Juicce Gumme y Park Lane.



Bimbo Bakeries USA, Inc.

Opera desde Fort Worth, Texas, USA. Elabora pan blanco, pan dulce, bollería, bagels, english muffins, panquelería, pastelería, galletas, tortillas y bases para pizza.

Sus principales marcas son Oroweat, Mrs. Baird's, Bimbo, Entenmann's, Thomas', Tía Rosa, Marinela, Francisco, Old Country, Boboli y Weber's.



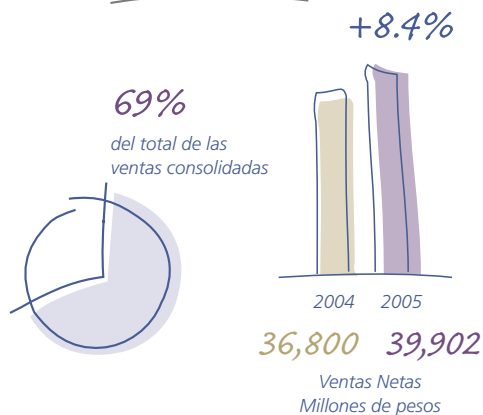
Organización Latinoamérica

Tiene su sede en Buenos Aires, Argentina. Sus principales productos son pan blanco, pan dulce, bollería, panquelería, galletas, pastelería, alfajores, tortillas y bases para pizza.

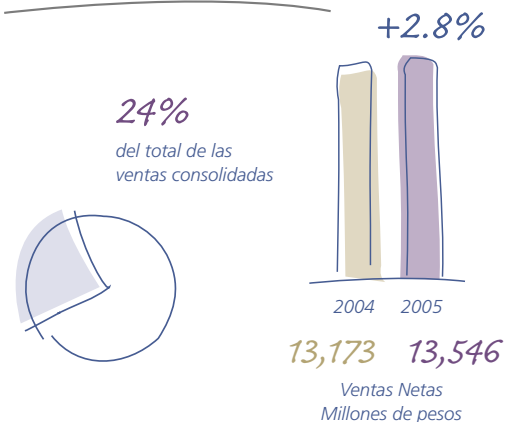
Su principales marcas son Bimbo, Marinela, Pullman, Plus Vita, Ideal, Holsum, Trigo, Pyc, Bontrigo, Cena y Fuchs.



México



Estados Unidos



La panificadora líder de América

Grupo Bimbo cumple 60 años de exitosa historia y crecimiento. En la actualidad es la segunda empresa panificadora más grande del mundo y líder en América.

Cuenta con 72 plantas en 15 países, donde produce pan de caja, pan dulce, bollos, galletas, pasteles, productos empacados, tortillas, cajeta (dulce de leche), botanas saladas, chocolates y confitería, entre otros.

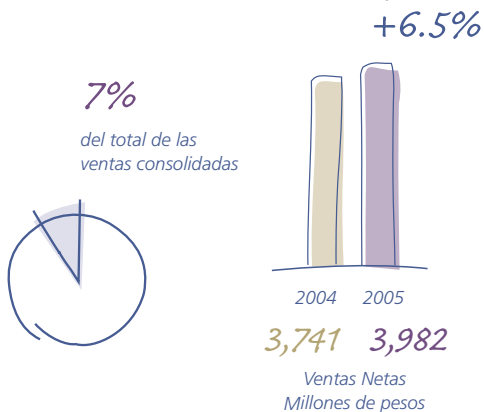
Elabora cerca de 5 mil productos con 100 marcas reconocidas y cuenta con una de las redes de distribución más extensas del mundo, con más de 30 mil rutas y un equipo de transporte integrado por 30 mil vehículos que dan servicio a más de 988,600 puntos de venta. Integran al Grupo más de 81 mil colaboradores.



Grupo Bimbo está presente en 15 países del Mundo

| | |
|--------------------------|---------------------------------|
| México (ciudades) | Estados Unidos (ciudades) |
| Atitalaquia | Abilene |
| Cd. de México | Beaverton |
| Chihuahua | Denver |
| Cholula | Elk Grove |
| Gómez Palacio | Escondido |
| Guadalajara | Fort Worth |
| Hermosillo | Grand Prairie |
| Irapuato | Houston |
| León | Lubbock |
| Matehuala | Montebello |
| Mazatlán | San Antonio |
| Mérida | San Francisco |
| Mexicali | Waco |
| Monterrey | |
| Puebla | Centro y Sudamérica (países) |
| San Luis Potosí | Argentina |
| San Nicolás de los Garza | Brasil |
| Tijuana | Chile |
| Toluca | Colombia |
| Veracruz | Costa Rica |
| Villahermosa | El Salvador |
| Zapopan | Guatemala |
| | Honduras |
| Europa (país) | Nicaragua |
| República Checa | Perú |
| | Uruguay |
| | Venezuela |

Latinoamérica



Al cumplir 60

Panificación Bimbo, la empresa que dió origen a Grupo Bimbo, inició operaciones el 2 de diciembre de 1945 en la Ciudad de México. Los 34 trabajadores de la pequeña fábrica, ubicada en la colonia Santa María Insurgentes, tenían una visión clara: “Hacer pan realmente bueno, nutritivo, sabroso, fresco... hacerlo bien, con la mayor limpieza, con la mayor perfección, con la intención de nutrir, agradecer y llegar así a todos los hogares de México”.



BIMBO Sesenta años después, el objetivo sigue siendo el mismo, pero la perspectiva y las dimensiones han cambiado. Grupo Bimbo cuenta hoy con más de 81,000 colaboradores. Los cuatro productos originales –Super Pan Grande, Super Pan Chico, Pan Tostado y Pan Negro– se han convertido en más de 5,000 productos, en múltiples categorías de alimentos. Las 10 unidades de reparto se multiplicaron hasta llegar a más de 30,000 vehículos.

En seis décadas de crecimiento constante, se rebasaron límites y fronteras. Grupo Bimbo ha creado una de las redes de distribución de alimentos más extensa del orbe, que llega a más de 988,600 puntos de venta en 15 países, desde el norte de Estados Unidos, hasta la Patagonia. Cada día realiza un recorrido que equivale a dar 46 vueltas a la circunferencia de la tierra, para llevar productos frescos, de alta calidad a sus consumidores.



El nombre de Bimbo, se dice, surgió de una combinación de Bingo, un juego de azar, y Bambi, la famosa película de Disney. Después se sabría que en italiano coloquial a un niño (bambino) se le dice bimbo, en húngaro la palabra significa capullo y en China la palabra para designar al pan

sueno muy parecido a Bimbo. La figura del osito es muy parecida a la que recibiera en una tarjeta postal uno de los fundadores de la empresa, a la cual se le cambiaron algunos rasgos, y se le agregó el gorro, el delantal y el pan bajo el brazo.

En 1952 se hicieron importantes ampliaciones a la planta de Bimbo. Ese mismo año inició la elaboración de las Donas del Osito y se lanzan al mercado Bimbollos, Medias Noches y Colchones Bimbo.

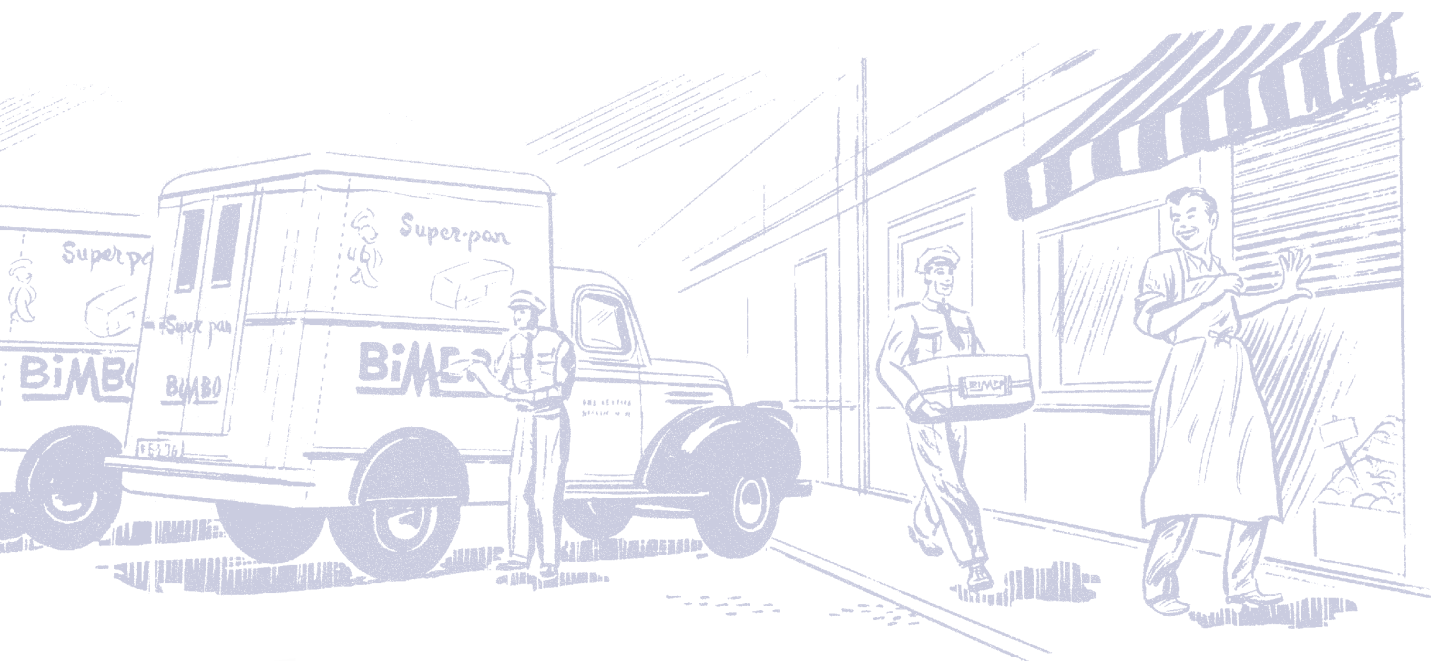


En 1957 arranca la producción de pasteles, que daría origen a la marca Marinela y al famoso Gansito, el cual se convirtió, al poco tiempo, en el snack más exitoso del país.



Al cumplir sus primeros 20 años de vida, en 1965, Bimbo se había establecido en los hábitos alimenticios de la familia mexicana: la gente desayunaba con Pan Tostado, Donas o Panqué; a la escuela o al trabajo llevaba sándwiches elaborados con Pan Blanco, Negro o Tostado; se premiaba a los niños con Gansitos, Bombonetes y Negritos.

Para enfrentar la competencia de Wonder, Bimbo adquiere los derechos de la marca Sunbeam y se establece una gran batalla en el mercado entre los pastelitos Wonder y los Submarinos Marinela.



Años más tarde, Bimbo termina por adquirir a la empresa competidora.

En la década de los setenta nace la marca Tia Rosa y se inicia la diversificación hacia el mercado de la confitería y las botanas, con la compra de Barcel. Más tarde se incorpora a esta empresa Dulces y Chocolates Ricolino.



En los años 80, Bimbo crece a un ritmo mayor que la industria mundial de la panificación e inicia su expansión internacional.



En 1986 el Grupo incursionó en el negocio de la molinería y años más tarde en 1999 se tomó la decisión de no participar en ellos. En 1989 nace Bimbo Centroamérica en Guatemala, la primera planta fuera de México. Dos años más tarde se crea Organización Latinoamericana. Hoy operamos en 12 países al sur de la frontera mexicana. En 1998 se concreta la compra de la panificadora norteamericana Mrs. Baird's y, en 2002, la más importante adquisición en toda la historia de Bimbo, con la integración de las operaciones del oeste de Estados Unidos de la empresa canadiense George Weston Ltd. De esta manera se forma Bimbo Bakeries USA, Inc. (BBU).

La estrategia de adquisiciones ha sido de gran éxito en la historia de la empresa. En este siglo, se integran compañías como Joyco, La Corona y El Globo que vinieron a fortalecer la presencia de Grupo Bimbo en distintos mercados.



En esencia, Bimbo sigue siendo la misma empresa de ayer: una organización altamente productiva y plenamente humana, espíritu que se respira en todas sus plantas y oficinas.



Gracias al esfuerzo, a la constancia y al compromiso de toda su gente, hoy se erige como la principal empresa de alimentos de México y la segunda panificadora del mundo.



Después de 60 años de crecimiento, Grupo Bimbo es una empresa cada vez más sana y fuerte, con toda una vida por delante.



Datos Financieros y Operativos sobresalientes

Ventas Netas
2005



México 69%
Estados Unidos 24%
Latinoamérica 7%

UAFIDA
2005



México 90%
Estados Unidos 7%
Latinoamérica 3%

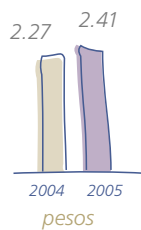
Activo Total
2005



México 64%
Estados Unidos 27%
Latinoamérica 9%

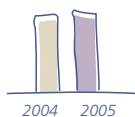
UPA

+6.2%



ROIC (%)

11.4 11.9



| | 2005 | 2004 | % Variación |
|---|-----------|-----------|-------------|
| Ventas Netas | | | |
| Ventas Netas | 56,102 | 52,573 | 6.7% |
| México | 39,902 | 36,800 | 8.4% |
| Estados Unidos | 13,546 | 13,173 | 2.8% |
| Latinoamérica | 3,982 | 3,741 | 6.5% |
| Utilidad de Operación | | | |
| Utilidad de Operación | 5,202 | 4,275 | 21.7% |
| México | 5,030 | 4,632 | 8.6% |
| Estados Unidos | 75 | (288) | NA |
| Latinoamérica | 52 | (100) | NA |
| UAFIDA | | | |
| UAFIDA | 7,191 | 5,962 | 20.6% |
| México | 6,420 | 5,756 | 11.5% |
| Estados Unidos | 507 | 57 | > 100 |
| Latinoamérica | 219 | 118 | 85.6% |
| Utilidad Neta Mayoritaria | | | |
| Utilidad Neta Mayoritaria | 2,829 | 2,663 | 6.2% |
| Activo Total | | | |
| Activo Total | 37,030 | 34,670 | 6.8% |
| Pasivo Total | | | |
| Pasivo Total | 17,176 | 16,999 | 1.0% |
| Capital Contable | | | |
| Capital Contable | 19,854 | 17,671 | 12.4% |
| Deuda Neta / UAFIDA | | | |
| Deuda Neta / UAFIDA | 0.59 | 0.82 | |
| Deuda Neta / Capital Contable | | | |
| Deuda Neta / Capital Contable | 0.21 | 0.28 | |
| Retorno sobre Activos | | | |
| Retorno sobre Activos | 7.6% | 7.7% | |
| Retorno sobre Capital | | | |
| Retorno sobre Capital | 14.6% | 15.4% | |
| Retorno sobre Capital Invertido (ROIC) | | | |
| Retorno sobre Capital Invertido (ROIC) | 11.9% | 11.4% | |
| Utilidad por Acción Ordinaria (UPA) | | | |
| Utilidad por Acción Ordinaria (UPA) | 2.41 | 2.27 | 6.2% |
| Acciones en Circulación ('000s) | | | |
| Acciones en Circulación ('000s) | 1,175,800 | 1,175,800 | - |
| Precio al cierre del año | | | |
| Precio al cierre del año | 37.04 | 28.16 | 31.5% |

Las cifras contenidas en esta sección están expresadas en millones de pesos mexicanos constantes de poder adquisitivo del 31 de diciembre de 2005 a menos que se exprese lo contrario, y fueron preparadas de conformidad con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México; por lo tanto, todos los cambios porcentuales están expresados en términos reales. En el cálculo de las cifras consolidadas se han eliminado las operaciones entre las regiones.

Mensaje del Presidente del Consejo

Roberto Servitje

El año pasado, al referirme al desempeño del ejercicio de 2004, dije que había sido muy satisfactorio, pero que sabíamos que todavía había mucho por hacer.

Me da mucho gusto poder informar que los resultados del ejercicio que acabamos de terminar han sido todavía mejores y que estamos conscientes que debemos seguir creciendo y fijarnos metas mayores.

Las ventas consolidadas ascendieron a \$ 56,102 M, lo que representa un aumento de 6.7% sobre el ejercicio anterior.

Este aumento está integrado de la siguiente manera:

| | | |
|----------------------------|-----------|------|
| México | \$ 39,902 | 8.4% |
| Bimbo Bakeries USA | \$ 13,546 | 2.8% |
| Organización Latinoamérica | \$ 3,982 | 6.5% |

Las utilidades operativas ascendieron a \$ 5,202 m, 21.7% por encima del año anterior, todas las organizaciones del grupo fueron ganadoras. Es muy importante resaltar, que todas nuestras organizaciones en el extranjero por primera vez en su historia registraron utilidades.

Es interesante observar que estos buenos resultados obedecen a que las empresas que históricamente operaban con pérdidas o sin utilidades, ahora están contribuyendo positivamente, presentando utilidades o reduciendo de manera importante su pérdida.

Estos resultados cobran mayor significado, considerando la difícil situación que está pasando la industria en los EE.UU. y los problemas económicos por los que atravesó Latinoamérica.



Roberto Servitje S. y Daniel Servitje M.

Durante el ejercicio se llevaron a cabo las siguientes adquisiciones:

- Lalo, planta fabricante de pan en Colombia.
- La Corona, fabricantes de chocolate y confitería en México.
- Pastelerías El Globo, en México.
- Lagos del Sur, planta fabricante de alfajores en Chile.

Asimismo se firmó un acuerdo de fabricación y distribución de productos de confitería en México, con la importante empresa transnacional argentina, Arcor.

Buscando economías y sinergias en la región de Los Ángeles, California, se cerró la pequeña planta de pan ubicada en La Mirada, transfiriendo la producción a las plantas de Montebello y de Escondido en California. Por estrategia de operación, cerramos una planta en Costa Rica y la planta de Ricolino ubicada en Naucalpan, Méx., que adquirimos de Joyco.

La planta de Cajeta Coronado se incorporó a la planta Ricolino en San Luis Potosí. Lo anterior arroja un saldo de 72 plantas en operación y 3 empresas comercializadoras. Estos movimientos han llevado al Grupo a contar con más de 81,000 colaboradores.

Me permito comentar, con gran satisfacción, que a la par de los resultados económicos, el Grupo continúa consolidando sus objetivos de hacer una empresa plenamente humana. A través de los informes del área de personal, de las juntas internacionales a las que he asistido y de mis visitas a diversos territorios, he podido constatar que se mantiene y se incrementa el espíritu de empresa con alma que hemos querido tener.

En ese mismo espíritu se realizaron las revisiones de todos los contratos colectivos en un plazo muy corto y con buenos resultados para todos.

Aunque no sería necesario comentarlo, se continúa con el compromiso moral de apoyar fuertemente a instituciones de servicio social, con énfasis en los aspectos educativos y del campo, incluyendo desde luego a "Reforestamos México", institución que fue creada por el Grupo y que está produciendo abundantes frutos.

Un acontecimiento de gran significación fue la celebración de nuestro 60 Aniversario, con dos eventos en los que asistieron varios de los fundadores, personal jubilado y otras personalidades.

Como siempre, agradezco el apoyo y confianza que recibimos de nuestros asociados.



Roberto Servitje S.
Presidente del Consejo de Administración

Mensaje del Director General

Daniel Servitje

El 2005 representó un año récord en ventas y utilidades en toda la historia de Grupo Bimbo, gracias a una mejor planeación, a la consistencia entre objetivos y metas alcanzadas por todos nuestros colaboradores; a una fuerte labor en materia de innovación y a un entorno económico favorable en México y en los demás países donde estamos presentes.

Como lo anticipamos en el reporte anterior, los equipos Gerenciales Internacionales lograron el anhelado propósito de operar con números negros en las operaciones de Bimbo Bakeries USA, Inc. (BBU) y de Organización Latinoamérica (OLA).

Una estrategia de crecimiento cada vez más relevante para el Grupo, ha sido la adquisición de marcas y empresas, que nos permiten incursionar hacia nuevos segmentos de mercado y consolidar nuestro liderazgo en otros. En 2005 destaca la compra de dos empresas mexicanas de gran tradición: El Globo y La Corona. El primer caso nos lleva a ingresar en un nuevo negocio, que es la venta directa de pastelería al consumidor; La Corona, por su parte, nos coloca como el líder chocolatero en México.

Adquirimos, también, las empresas Lagos del Sur en Chile y Lalo en Colombia. Si bien estas operaciones fueron de baja inversión, vienen a reforzar nuestra posición en algunos mercados específicos en Latinoamérica.

Otra iniciativa del 2005 fue la creación del Centro de Servicios Compartidos, que en un lapso de 2 años concentrará las operaciones administrativas de todo el Grupo, con

importantes ahorros en costos así como un mayor control y eficiencia en las operaciones.

Las inversiones en sistemas y los cambios estructurales de años pasados están redituando el esfuerzo realizado. Hoy somos más competitivos y más ágiles en las decisiones. Sin embargo, aún quedan inversiones pendientes que realizaremos en los próximos dos años, sobre todo en el Sistema Comercial (Sicom) para aprovechar en todo su potencial la tecnología instalada, ampliar nuestra visibilidad del negocio y lograr mejores procesos de ventas y atención al cliente.

Para el 2006 esperamos otro año de crecimiento, en un entorno económico estable, con algunas áreas de incertidumbre por los cambios de gobierno en México y otros países de Latinoamérica; y debido a un aumento esperado en el costo de algunas materias primas.

La agenda de trabajo nos acerca a nuestra Visión 2010, de ser el líder mundial en panificación y una de las mejores empresas alimenticias a nivel internacional.

En 2005 celebramos los primeros 60 años de vida de Grupo Bimbo con avances evidentes en la administración y una perspectiva clara del futuro. Sabemos a dónde vamos y somos consistentes con nuestra visión. Visión que anima y orienta el trabajo y las decisiones de todo el equipo Bimbo.

En el camino hacia el crecimiento y la rentabilidad nos hemos constituido como una empresa cada vez más sana, fuerte y responsable con su comunidad, inversionistas, colaboradores, clientes y consumidores. A todos ellos, nuestro profundo agradecimiento por su confianza y apoyo a lo largo de todos estos años. Juntos hemos logrado crear una gran empresa, sólida y sustentable.

Daniel Servitje M.
Director General



Espíritu Innovador

La innovación es el mecanismo que nos impulsa. Ante ciclos de productos más cortos y nuevas tendencias de consumo, queremos estar siempre un paso adelante.

Las investigaciones en materia de salud señalan que ésta se genera a través de lo que comemos, y el consumidor actual manifiesta una especial preocupación por su alimentación y bienestar físico, orientándose cada vez más hacia estilos de vida saludables.

Nuestro portafolio de productos se ha movido en buena medida hacia los productos que ofrecen mayores innovaciones y beneficios específicos para la salud aunados a sus características nutrimentales.

Uno de los segmentos más activos en este sentido, donde ocupamos ya el liderazgo, es la barra de cereales, dentro de la cual tenemos multiplicidad de opciones. En 2005 lanzamos al mercado la Barra Doble Fibra con Ciruela Pasa y Silueta Fresa Yoghurt, y preparamos el camino para lanzar en 2006 productos formulados para niños y públicos con requerimientos muy específicos.



Maestros panaderos en 1945 frente al primer horno de Bimbo.

Anuncio de los años cuarenta que destacaba el sabor y la frescura del Pan Bimbo.

De acuerdo con la recomendación de la nueva pirámide alimenticia, que fue lanzada en fecha reciente en los Estados Unidos, desarrollamos panes y productos de granos enteros (whole grains), los cuales permiten aprovechar de manera integral las propiedades de los cereales.

Adelantándonos a las disposiciones sanitarias de muchos países, eliminamos de todos nuestros productos los ácidos grasos trans, y somos pioneros en el uso de ingredientes novedosos y sanos, como linaza, soya y aceites omega. Además, con el fin de responder a las nuevas recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud, formulamos una amplia variedad de productos bajos en grasa, sal y azúcar.



Al comienzo se elaboraban 4 tipos de pan: Super Pan Bimbo Grande y Chico, Negro y Tostado.

Si bien nuestro portafolio muestra una marcada tendencia hacia lo saludable, no dejamos de cubrir otras categorías de productos nutritivos, convenientes e indulgentes, con múltiples opciones en su presentación, con la característica común de ser sabrosos y diseñados especialmente de acuerdo al gusto de nuestros consumidores.

A lo largo del año empezamos a participar de manera más activa con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, centros y universidades de toda América y Europa para incursionar en nuevos esquemas y trabajos de investigación aplicada de alto nivel, que nos permita el estudio con rigor científico de mayores innovaciones y mejoras a nuestros productos para el beneficio de nuestros consumidores.

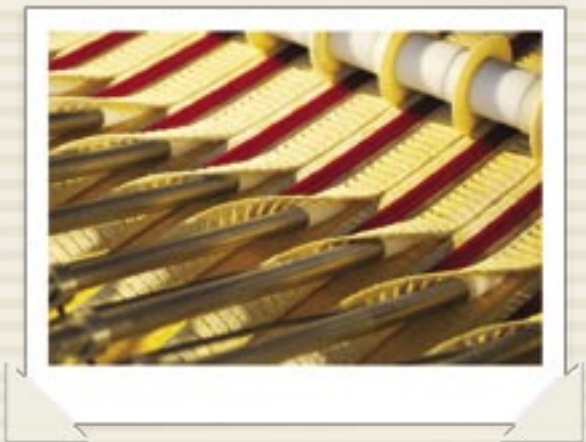
Estamos convencidos de que la innovación es el motor en las empresas por lo que queremos mantenernos como los pioneros y en la búsqueda de nuevas categorías de productos, para hacer propuestas de valor que respondan a las auténticas necesidades de nuestros consumidores.



Hoy elaboramos diariamente 32 millones de productos.



*Planta Tia Rosa Lerma, Edo. de México.
Maestro de la línea Barra Multigrano Linaza
Mario Ordoñez Zavala*



Producción Barra Bran Frut

Adelantándonos a las disposiciones sanitarias de muchos países, eliminamos de todos nuestros productos los ácidos grasos trans y somos pioneros en el uso de ingredientes novedosos y sanos, como linaza, soya y aceites omega.

Dinamismo Incansable

Entre los grandes retos está crecer en forma más acelerada, reducir costos de producción y distribución y ser más competitivos.

Una de las grandes fortalezas que sustentan la expansión de las operaciones es nuestra capacidad de distribución de productos alimenticios de corta vida, al grado que en México nuestros consumidores afirman que Bimbo está en todas partes, desde el supermercado, hasta el caserío más recóndito de la sierra. Siempre con productos frescos y sabrosos.

Nuestras unidades de reparto llegan en el 2005 a más de 988 mil puntos de venta en 15 países y en forma continua abrimos nuevas rutas y ampliamos las actuales.

Se prosiguió con el proceso de consolidación de las estructuras internas para orientarnos más al mercado y ser aún más eficientes; profundizamos en la segmentación de canales, hasta llegar al nivel de tiendas pequeñas, con una mayor diferenciación de los productos que tenemos por canal y lanzamos casi 200 nuevos productos.



Nuestros transportes recorren diariamente el equivalente a dar 46 vueltas a la Tierra.



La Gran Familia Bimbo en 1952 y Gansera, motoneta empleada a finales de los años cincuenta.

Estos fueron los más exitosos del año: Barra Doble Fibra Ciruela Pasa, Barra Silueta Fresa Yoghurt, Panqué Mármol, Donas Retro, Negrito Edición Especial, Pan Multigrano Linaza, Pan Bimbo Light, Pan Molido Crujiente, Pan de Caja Oroweat, Toreadas de Barcel, Golden Nuts Cacahuates Horneados, Cajeta Coronado Untable, Lunetas, Barritas Guava, Bisnaguinha Light, las innovaciones de panetone en Perú, Maxi Fudge, Maxi Manjar y el pastelito Dulci Max en Chile.

Asimismo, profundizamos más en la segmentación del canal de detalle o pequeños comercios, además de realizar pruebas de preventa para desarrollar nuevas formas de distribución que permitan el mejor aprovechamiento de los activos.

Gracias a la adopción de los nuevos sistemas y a los procesos de innovación y modernización, hoy movemos con mucha mayor agilidad nuestra gran estructura de producción, mercadeo y distribución.

La adquisición de El Globo viene a reforzar nuestra estrategia de crecimiento y nos acerca más al consumidor. La forma de operar de esta empresa establece una interesante sinergia con Fripan, nuestra empresa que elabora productos de masa congelada.

En el caso de La Corona, su compra nos ubica como el principal productor de chocolate en México y fortalece la posición de Ricolino como la segunda marca confitera del país.



Nuevas adquisiciones:
El Globo, repostería fina
y La Corona, fabricante
de chocolates.

Nuestras metas inmediatas a nivel Grupo son disminuir el costo por unidad fabricada y distribuida, acelerar el crecimiento orgánico a través de una mayor innovación en procesos y productos, así como apuntalar nuestra identidad como un lugar extraordinario para trabajar, cuya mayor fortaleza se sustenta en el compromiso de los más de 81,000 colaboradores, una ventaja difícil de replicar que nos imprime un dinamismo incansable.

El objetivo por el cual todos luchamos es dar al consumidor más calidad y valor a cambio de la confianza que ha depositado en nuestras marcas.



Colaboradores de Bimbo Bakeries USA



*Bimbo está en todas partes
Vendedor José Luis Picazo,
Bimbo Agencia Naucalpan*

En 2005 abrimos 1,270 nuevas rutas. Nuestro sistema de distribución llega ya a más de 988 mil puntos de venta en los 15 países donde operamos.

Salud y Fortaleza

En el 2005 todas las divisiones de Grupo Bimbo superaron las expectativas con un crecimiento en ventas del 6.7%. Estos resultados son evidencia de que el plan de cambio operativo y la modernización de los sistemas de la empresa están funcionando.

Entre los elementos de nuestra transformación destacan un eficiente manejo de la deuda, la cual, medida como deuda neta, representó apenas el 60% del EBITDA, mejores presupuestos y pronósticos, una muy eficiente generación de efectivo y mejor administración del riesgo.

Así también, nuestro nuevo modelo de ventas con una posición de liderazgo en múltiples canales de distribución, la avanzada segmentación de éstos y racionalización de rutas, la moderna tecnología de la información y la subcontratación de rutas en Estados Unidos y Organización Latinoamérica (OLA), nos colocan en una posición de gran eficiencia y competitividad, como nunca antes en la historia del Grupo.



Sobresalen en forma especial los resultados positivos (turn around) de las operaciones internacionales. En el caso de Bimbo Bakeries USA, Inc. (BBU) que representa el 24% de las ventas totales del Grupo, se logró

un crecimiento en ventas de 2.8% en pesos, mientras que Organización Latinoamérica, con una participación del 7% de las ventas totales, creció un 6.5% en pesos en este mismo rubro.



1957 Folleto *Bienvenido a Bimbo* y uno de los primeros exhibidores de Pan Bimbo.

Estas dos divisiones representan amplias oportunidades de crecimiento, sobre todo en el caso de los países de Latinoamérica, donde los mercados ofrecen grandes oportunidades, como es el caso de Brasil.

Es digno de destacar el avance que logró Barcel con un crecimiento de dos dígitos en ventas respecto a 2004, consolidando nuestra participación de mercado.

La salud y fortaleza del Grupo no sólo se manifiesta en el aspecto financiero. Nuestra cartera de productos se mueve cada vez más hacia el segmento de mayor crecimiento en los últimos años: el de los productos saludables. Esto es un reflejo de que nuestro interés no sólo está centrado en lograr el más alto rendimiento financiero, sino en responder con oportunidad y opciones de valor a las necesidades y deseo del consumidor. Este es el camino.

Laura Elizondo, Nuestra Belleza México 2004 imagen de la Línea Bimbo Light.



Otro ejemplo de la consolidación y fortaleza del Grupo es la creación del Centro de Servicios Compartidos en la Ciudad de México, que en un lapso de dos años concentrará todos los procesos administrativos del Grupo a nivel internacional, para hacerlos más eficientes y reducir costos.

Al concluir el año 2005 somos una empresa que tiene mayor control y visibilidad de sus operaciones financieras y administrativas. Una organización en pleno crecimiento, cada vez más sana y más fuerte.

La situación financiera y la cartera de productos muestran una posición cada vez más sana y sólida.



Más de 5,000 productos con marcas confiables para sus consumidores



Colaboradores del Centro de Servicios Compartidos, Javier García y Fabian Ilhuicatzi



Centro de Servicios Compartidos, Azcapotzalco México



Variedades de la Línea Lara

Congruencia y Visión

Somos consistentes: hacemos lo que decimos y decimos lo que hacemos. Nos distingue, además, una gran apertura de la información interna para nuestros distintos públicos.

En este ejercicio dimos un gran paso hacia la Visión 2010, el programa institucional que señala nuestra ruta para los próximos años, cuya principal meta es convertirnos en el líder mundial en panificación.

Ser líder significa establecer el ritmo y la dirección de la industria como una empresa con marcas confiables para sus consumidores, implica entenderlo profundamente a través de la investigación de mercados y de las motivaciones de consumo, y demanda separarnos de lo que puedan ofrecer nuestros competidores, con base en la innovación.

El propósito es comercializar productos sabrosos, innovadores, saludables y disponibles en todo sitio y ocasión; mantenerlos actualizados a lo largo del tiempo; y cumplir con los perfiles y necesidades de salud. Este año, por ejemplo, renovamos nuestra línea de pan dulce con gran éxito e incursionamos en la categoría de sopas instantáneas. El objetivo es ofrecer a nuestros consumidores alternativas de consumo adecuadas para el desayuno, la comida y la cena.



Nuestros Fundadores, de izquierda a derecha: Roberto Servitje, Jaime Jorba, Lorenzo Servitje, Jaime Sendra y José T. Mata

Anuncio de los años sesenta.

Nos proponemos ser el proveedor preferido de nuestros clientes, al ofrecerles un variado portafolio de productos con atractivos márgenes, alta rentabilidad y soluciones integrales para su negocio.

Orientamos en gran medida nuestro trabajo a afianzar la solidez de la empresa de cara a los accionistas y a la sociedad, para lograr una sana posición financiera y la más alta rentabilidad, a través de un ejercicio ético y socialmente responsable de nuestras acciones, con una visión de largo plazo en nuestras decisiones.



En 2005 renovamos la imagen de Tía Rosa en México.



*Un equipo de gente plena: fuerza de ventas
Bimbo, Barcel, Marinela y Ricolino*



Por último, queremos mantener a Grupo Bimbo como un lugar extraordinario para trabajar, una empresa con alma, que proporciona a sus colaboradores las herramientas necesarias para desempeñar bien su trabajo y la toma de decisiones; que se orienta a resultados, a ser un equipo ganador, que se apasiona con sus triunfos y siente un gran orgullo por pertenecer a esta empresa.

Nos acercamos al cumplimiento de la Visión 2010, cuya principal meta es convertirnos en el líder mundial en panificación y una de las mejores empresas alimenticias a nivel internacional.



Somos la primer Compañía de Latinoamérica que recibe el reconocimiento ISO 9002 y HACCP por la alta calidad en el proceso de bollería



Tenemos la firme convicción de que Grupo Bimbo es un lugar extraordinario para trabajar

Resumen de Actividades

El cambio operativo y tecnológico, la visibilidad a futuro del negocio y la planeación han permitido la consolidación de las operaciones en México, además de revertir los resultados negativos en Estados Unidos y Latinoamérica. En 2005 lanzamos a los mercados un mensaje de consistencia entre los planes y los logros.

Con ventas consolidadas cercanas a los 5 mil millones 240 mil dólares, en 2005 superamos todas las expectativas del año.

De nuevo, la operación estuvo marcada por el lanzamiento de nuevos productos y la reformulación de otros.



Equipo de Mercadeo Bimbo participando en la Campaña Haz Sandwich

La interpretación cada vez más adecuada de las necesidades de los mercados y de las tendencias del consumo, aunada a una estrategia innovadora en todo nuestro portafolio y a los avances en materia de distribución, nos colocan en una sólida posición competitiva, con marcas preferidas que el consumidor reconoce y ama.

El 2006 presenta grandes retos y se anticipan algunos obstáculos, como la presión al alza que se viene ejerciendo en el mercado de los granos y otros insumos, incrementos en el costo de la energía, así como las elecciones y cambios de gobierno en diversos países de Latinoamérica.

No obstante, continuaremos nuestro plan de crecimiento con rentabilidad y la consolidación de nuestras estructuras productivas, de mercadotecnia y distribución; y sobre todo, insistiremos en el fortalecimiento y expansión de las operaciones internacionales.

Bimbo, S.A. de C.V.

En el 2005 profundizamos en la segmentación de canales. En el año crecimos 1,270 nuevas rutas y las estructuras hoy se mueven de una manera más ágil, precisa y eficiente.

Con el fin de reducir costos buscamos nuevas formas de distribución, para llegar a un mayor número de clientes pequeños, que hasta ahora no había sido rentable atender.

Innovamos también en las prácticas de distribución. En este sentido destaca el acuerdo con tiendas de conveniencia para surtir las en horarios nocturnos, lo cual nos permitió reducir costos.

En relación a productos continuamos el proceso de innovación con lanzamientos y relanzamientos exitosos, como las barras



Equipo ganador y con orgullo de pertenencia

Doble Fibra Ciruela Pasa y Silueta Fresa Yoghurt; la línea de Pan Dulce fue de las más exitosas, con el lanzamiento de productos como el Panqué Mármol y Mantechox, en la línea de pan de caja la marca Multigrano Linaza.

En 2005 se incorporó en el canal de autoservicio a la marca premium Oroweat líder en ventas, la cual ha tenido gran aceptación.

Uno de los grandes retos para el 2006 es lograr una disminución en el costo por unidad fabricada y distribuida, llegar con más productos y un portafolio más balanceado a los estratos de menor poder adquisitivo y convertir a nuestras unidades de reparto en centros de servicios integrados para nuestros clientes, que además de productos lleven apoyos financieros y capacitación profesional para el crecimiento de sus negocios.

Entre los grandes proyectos de mercadotecnia para el próximo año destaca la campaña Haz Sandwich, un esfuerzo sin precedentes para promover el consumo de pan de caja en todas sus presentaciones, que representará el más importante plan de comunicación en la historia de Bimbo.

En pastelería nuestro producto líder gansito presentó un crecimiento en volumen de dos dígitos contra el año anterior.

En la categoría de galletas incrementamos nuestra participación de mercado, los productos con mejor desempeño fueron Barritas, Príncipe y Sponch.

A lo largo del año manejamos una extensión de línea en la marca Triki Trakes y lanzamos Triki Trakes chocolate, Triki Trakes colores y realizamos el relanzamiento de galletas Lors con mucho éxito.



Equipo Mercadeo Barcel

Resumen de actividades



Participación de Ricolino en actividades infantiles

Barcel, S.A. de C.V.

En 2005, gracias a sus procesos de innovación, modernización de plantas y mejora en la distribución, Barcel ganó mercado en todas las categorías en las que participa.

Destaca el aumento de participación en la categoría de botanas, mientras que en el ramo de la confitería consolidó la segunda posición del mercado.

Es digno de mencionar el renacimiento de la marca de cacahuates Golden Nuts, que en 2005 se posicionó como el mejor en su segmento.

Uno de los eventos más relevantes del año fue la adquisición de La Corona, decisión que establece una productiva sinergia con la marca de confitería Ricolino.

En relación al lanzamiento de productos resaltan: Chips a la Diabla, Toreadas (marca que abre una nueva categoría) y Takis al pastor.

En Ricolino se lanzaron más de 15 productos. Los más exitosos fueron la Lunetas, Duvaleta, Cajeta Coronado Untable y las Marinas de Coronado.

Para el 2006 destaca la puesta en marcha de la alianza con la empresa ARCOR, líder confitero de Sudamérica.

Bimbo Bakeries USA, Inc. (BBU)

A partir del segundo trimestre del 2005, BBU logró resultados rentables en la operación, a una velocidad mayor a la esperada, después de una historia reciente de resultados no satisfactorios.

Uno de los factores que revirtió la situación fue un fuerte liderazgo, el cual implantó en breve lapso un proyecto enfocado al crecimiento, a mejorar el nivel de servicio y a la rentabilidad; y alineó las estructuras humana, productiva y de sistemas hacia el logro de resultados positivos.



Mantecadas para venta en USA

Los avances no son circunstanciales. Responden a cambios en la estructura operativa de BBU, en sus procesos de comunicación y en la centralización y control de las operaciones en un solo sitio (Ft. Worth, Texas).

En los resultados influyó también la activa introducción de productos mexicanos para el mercado hispano, que registró un crecimiento de doble dígito en nuestras marcas hispanas, así como la expansión de rutas. Entre los lanzamientos y relanzamientos más exitosos del año están Mantecadas de Vainilla y Nuez, Panqué Casero, Lunch Pack, Conchas, Barritas de Guayaba, Pastisetas, Pay de Piña, Galletas Príncipe y dos productos de temporada: el Pan de Muerto y el Panetone Peruano.

Otras marcas que mostraron gran actividad fueron Oroweat Country 100% Whole Wheat y Whole Grain Nut, Mrs. Baird's, Harvest Selects y Thomas' Hearty Grains entre otros.

Los avances han creado un sentimiento de gran confianza en el futuro.

El objetivo para 2006 es insistir sobre las medidas adoptadas e introducir nuevos elementos de infraestructura para modernizar el Sistema Comercial (Sicom) con nuevos equipos y programas, además de lograr un control más preciso de los productos.

Organización Latinoamérica (OLA)

Por primera vez en su historia, OLA obtuvo utilidad operativa y el crecimiento más importante en toneladas de los últimos 7 años.

Los mejores resultados se produjeron en Chile, Perú y Venezuela, donde la empresa ejerce un liderazgo claro.



*Línea Pullman en Brasil,
un mercado potencial similar al de México*

Colombia, por su parte, registró un año de cambio gerencial y está por arriba del punto de equilibrio. Brasil y Argentina, si bien aún presentan números rojos, lograron una gran mejoría en sus resultados. Sin duda alguna, Brasil presenta grandes oportunidades de crecimiento para los próximos años y muestra un potencial de mercado similar al de México.

En relación a los productos, destaca la fortaleza de los panes integrales de Colombia, los Light de Brasil, Chile y Argentina, el lanzamiento de la Bisnaguinha Light, un producto muy popular, de bajas calorías y grasas. Las innovaciones de Panetone en Perú, Maxi Fudge, Maxi Manjar y el pastelito Dulci Max en Chile.

Para el 2006, se espera un crecimiento de dos dígitos en la región, con grandes mejoras en la eficiencia de las operaciones, en la cadena de suministro y en la reducción de costos de distribución.

Sin duda, Latinoamérica representa la región con mayores oportunidades de expansión para los próximos años, debido a que sus mercados no se encuentran tan desarrollados como el de México y Estados Unidos.

Nuestra Gente, Nuestra Comunidad



En el 2005, Grupo Bimbo ocupó el primer lugar en el estudio de las Empresas Líderes de México, que realiza la revista Gestión de Negocios para identificar a las compañías más admiradas del país.



Educación para la salud

Desde 2002, publicamos Nutrinotas, un boletín informativo que promueve la sana alimentación y el ejercicio físico entre la población, a través de una edición impresa con un tiraje de 200,000 ejemplares y de una edición electrónica que se puede consultar en Internet, la cual cuenta con 59,000 suscriptores entre quienes se encuentran destacados líderes de la comunidad médica y profesionales de la nutrición. ►

www.grupobimbo.com/nutricion



Educación y empleo

Proporcionamos soporte económico a distintas instituciones educativas, entre las que destaca Crisol, escuela primaria para niños de escasos recursos, así como al Papalote Museo del Niño y al Papalote Móvil, que en 2005 recorrió diversas ciudades del norte del país. ►



Nos satisface que la comunidad ejecutiva del país, entre quienes se realizó el estudio, perciba uno de nuestros principales objetivos: que nuestros más de 81,000 colaboradores nos consideren como un lugar extraordinario para trabajar, una empresa que se preocupa por el crecimiento y realización de su gente, por su salud y bienestar personal y familiar, a través de programas internos de capacitación, apoyo para estudios y planes de educación para la salud y el bienestar.

En el ejercicio se editó y distribuyó entre el personal de Grupo Bimbo el libro Aprende a Vivir Sanamente, que promueve una mejor calidad de vida y una alimentación más saludable. Esta misma preocupación es la que manifestamos hacia la comunidad. En 2005, por quinto año consecutivo el Centro Mexicano para la Filantropía nos otorgó el reconocimiento de Empresa Socialmente Responsable. Nuestros programas sociales se orientan a promover la adopción de estilos de vida saludable, al cuidado del medio ambiente y a reducir la pobreza entre la población, con programas orientados al progreso del campo, la reforestación, la educación y el deporte.

Asimismo, nuestro sitio en Internet dedicado a la nutrición cada vez tiene mayor penetración en los hogares. En 2005 se creó una exitosa sección de consulta sobre nutrición, que ofrece orientación personalizada sobre el tema. Además, se desarrolló material didáctico impreso para niños y jóvenes de primaria y secundaria, el cual difunde información práctica orientada a lograr una alimentación balanceada.

Destaca también la organización de Futbolito Bimbo, un torneo internacional de fútbol infantil en el que participan seis países entre México y Centroamérica.

Llevamos a cabo en México la campaña "Alianza por el Corazón" con el laboratorio farmacéutico Pfizer, para la prevención y diagnóstico oportuna de enfermedades cardiovasculares, diabetes e hipertensión, a través de unidades de diagnóstico médico ubicadas en centros comerciales. A través de este servicio gratuito, se distribuyeron 250,000 planes de alimentación a personas adultas.



Este año se apoyaron 8,500 proyectos personales que promueven las fundaciones Pro Zona Mazahua y Pro Empleo Productivo, las cuales financian a emprendedores de escasos recursos para iniciar su propio negocio.

Por segundo año consecutivo, organizamos la Feria de Responsabilidad Social en las oficinas corporativas de Grupo Bimbo en la Ciudad de México, a la que acudieron diversas asociaciones civiles para comercializar sus servicios.

En el caso de la Fundación Tarahumara, que opera en una de las zonas más deprimidas del país, también se le otorgó ayuda en efectivo.

Apoyamos internacionalmente, por medio de Bimbo Bakeries USA, Inc. (BBU), a asociaciones como American Red Cross, Institute of the Americas, Muscular Dystrophy Association, United Way y Western Association Food Chains, entre otras.



Medio ambiente y reforestación

En este ámbito destaca el apoyo otorgado al proyecto Revive Chapultepec, que dio nueva vida a este tradicional parque de la Ciudad de México.

La deforestación es un problema grave, siendo México uno de los países que más rápido pierde sus bosques y selvas a nivel mundial. De ahí la trascendencia de la labor que realiza Reforestamos México, A.C., una iniciativa del Grupo que inició actividades en 2002. La estrategia de esta asociación civil consiste en establecer alianzas con organizaciones públicas, privadas y de la sociedad civil para apoyar a comunidades en la conservación y recuperación de sus recursos forestales en beneficio de las personas y el medio ambiente.

En 2005, Reforestamos México concluyó la reforestación de 2200 has en el Parque Nacional Izta-Popo; plantó 40 mil oyameles en la Reserva de la Biósfera de la Mariposa Monarca; inició el programa de adopción de hectáreas por otras empresas para reforestación en Villa del Carbón, Edo. Mex. en beneficio de la comunidad de San Jerónimo Zacapexco; llevó a cabo la implementación de un sistema silvopastoril para la integración de árboles en potreros ganaderos erosionados en Huatusco, Ver., con el fin de proteger los últimos reductos de bosque de niebla en dicho



Reforestando en Izta-Popo



estado; distribuyó 150 mil árboles a través de la campaña Adopta un Árbol en las plantas del Grupo en todo el país; inició el Primer Concurso de Germinación con la participación de más de 2000 niños que germinan encinos para restaurar el Bosque de Tlalpan, a partir de las semillas recolectadas en el Concurso de Bellotas que apoya la asociación en la zona del Ajusco Medio.

Ayuda en desastres naturales

Por medio de la Fundación León XIII otorgamos ayuda en efectivo y en especie a los damnificados de los ciclones Stan que afectó a Chiapas y Vilma en la península de Yucatán. En el caso de Chiapas se realizó una campaña interna de donación. Así también se dio ayuda a los afectados por el tsunami de Asia y por los ciclones Rita y Katrina en los Estados Unidos.

Campo

En relación al campo, desde 1963 Grupo Bimbo apoya a la Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural para disponer de recursos tecnológicos y de capacitación que promuevan mejores prácticas agrícolas.

Gobierno Corporativo

Respaldo a la confianza del inversionista

A lo largo de su desarrollo, Grupo Bimbo siempre ha puesto en práctica los principios de ética empresarial. Grupo Bimbo se adhiere al Código de Mejores Prácticas Corporativas, iniciativa de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), cuyo objetivo es establecer las bases de Gobierno Corporativo para las empresas que operan en el país, sobre todo las que cotizan en la BMV, y respaldar con ello la confianza de los inversionistas.

En Grupo Bimbo, estos principios, para el buen manejo de los negocios, se ejercen a través del Consejo de Administración, que entre otras funciones tiene la de apoyar a la administración en la definición de políticas y estrategias, así como la de recomendar esquemas que incrementen la eficiencia de su gestión en beneficio de los intereses de los accionistas. Además, participa en las decisiones relativas a la asignación eficaz de recursos del Grupo, específicamente en inversiones o des-inversiones.

Estructura del Consejo de Administración

El Consejo de Administración de Grupo Bimbo está integrado por 16 consejeros propietarios y 16 consejeros suplentes, nombrados en la Asamblea General Ordinaria de Accionistas celebrada el 8 de abril de 2005.

Para lograr un adecuado cumplimiento de sus funciones, el Consejo se apoya en tres Comités, que operan como órganos intermedios:

Comité de Auditoría

Sus principales funciones son opinar sobre operaciones con personas relacionadas a la Compañía, en términos del artículo 14 bis 3 de la Ley del Mercado de Valores; coordinar las labores del auditor o auditores internos, externos y del Comisario o Comisarios de Grupo Bimbo; así como opinar sobre las modificaciones y cambios relevantes que

se hubieren realizado a las políticas, criterios y prácticas contables conforme a las cuales se elaboren los estados financieros de Grupo Bimbo.

Comité de Evaluación y Compensación

Se encarga de analizar y aprobar cualquier forma de compensación que se haga a los funcionarios, así como las políticas generales de compensación de colaboradores de Grupo Bimbo y sus subsidiarias, sin perjuicio de las facultades del Consejo de Administración.

Comité de Finanzas y Planeación

Tiene las facultades de analizar y someter a la aprobación del Consejo de Administración, la evaluación de las estrategias de largo plazo y las principales políticas de inversión y financiamiento de Grupo Bimbo, así como la identificación de sus riesgos y la evaluación de las políticas para la administración de los mismos.

Código de Ética

Grupo Bimbo cuenta, de manera adicional, con medidas auto-regulatorias que rigen sus prácticas de negocios, como es el caso del Código de Ética, el cual incluye aspectos generales y políticas para interactuar con los distintos grupos de su entorno:

Con los colaboradores, para garantizar el respeto a su dignidad, a su individualidad y facilitar un ambiente para su bienestar y desarrollo.

Con los accionistas, para proporcionar una rentabilidad razonable de manera sostenida.

Con los proveedores, para mantener relaciones cordiales y propiciar su desarrollo.

Con los clientes, para brindar un servicio ejemplar y apoyarlos en su crecimiento y desarrollo, a través del valor de nuestras marcas.

Con los competidores, para contender de manera vigorosa y objetiva, basándonos en prácticas de comercio leales.

Con los consumidores, para garantizar alimentos sanos y variedad en nuestros productos, mediante la mejora continua de los mismos.

Con la sociedad, para promover el fortalecimiento de los valores éticos universales, y apoyar el crecimiento económico y social de las comunidades donde nos encontramos.

Comité Directivo

Daniel Servitje Montull

Director General Grupo Bimbo

Ingresó al Grupo en 1982, estudió la Licenciatura en Administración de Empresas y obtuvo el grado de MBA en la Universidad de Stanford, USA. Forma parte del Consejo de Administración de Coca Cola FEMSA, Grupo Financiero Banamex, Escuela de Negocios del ITAM y de Grocery Manufacturers of America en USA.

Tiene 47 años de edad.

Pablo Elizondo Huerta

Director General de Bimbo, S.A. de C.V.

Ingresó a Grupo Bimbo en 1977, estudió Ingeniería Química.

Es Vicepresidente del Consejo de CONMEXICO.

Tiene 52 años de edad.

Reynaldo Reyna Rodríguez

Director General de Bimbo Bakeries USA, Inc.

Ingresó a Grupo Bimbo en 2001, estudió la carrera de Ingeniería Industrial y de Sistemas y terminó su maestría en Investigación de Operaciones y Finanzas en la Universidad de Wharton, USA.

Tiene 50 años de edad.

Javier Augusto González Franco

Director General de Barcel, S.A. de C.V.

Ingresó a Grupo Bimbo en 1977, posee el título de Ingeniero Químico y cuenta con una maestría en Administración de Negocios en la Universidad Diego Portales, Chile.

Tiene 50 años de edad.

Conflictos de intereses

A nivel interno, con el fin de evitar que se presenten conflictos entre los intereses personales de los colaboradores y los de la empresa, y propiciar una solución en caso de requerirse, todos los colaboradores tienen la responsabilidad de declarar cualquier interés financiero o no financiero que pueda entrar en conflicto con su función dentro de Grupo Bimbo.

En el caso de ejecutivos y directivos se tiene establecido en la política "Conflicto de Intereses", el llenado anual de un formato especial para tal efecto. El incumplimiento de esta política puede ser causa de terminación de la relación laboral.

Alberto Díaz Rodríguez

Director General de Organización Latinoamérica

Ingresó a Grupo Bimbo en 1999. Graduado en Ingeniería Industrial y con maestría en Gerencia en la Universidad de Miami, USA.

Tiene 51 años de edad.

Rosalío Rodríguez Rosas

Director General Corporativo Grupo Bimbo

Ingresó a Grupo Bimbo en 1976, estudió la carrera en Ingeniería Bioquímica. Perteneció al Consejo del Internacional Life Science Institute, Quality Bakeries of America, American Institute of Baking y al Consejo de Beta San Miguel.

Tiene 53 años de edad.

Guillermo Quiroz Abed

Director Corporativo de Administración y Finanzas Grupo Bimbo

Ingresó a Grupo Bimbo en 1999. Estudió la carrera de Actuaría y cuenta con una maestría en Dirección de Empresas por el IPADE. Es miembro del Consejo de Administración de Grupo Altex y de Fincomun.

Tiene 52 años de edad.

Javier Millán Dehesa

Director Corporativo de Personal y Relaciones de Grupo Bimbo.

Ingresó a Grupo Bimbo en 1977. Estudió la carrera de Filosofía y Administración de Empresas. Perteneció al Consejo Directivo de Asociación Mexicana en Dirección de Recursos Humanos.

Tiene 57 años de edad.

Consejo de Administración

Consejeros Propietarios

| | |
|---------------------------------|----|
| Roberto Servitje Sendra | PR |
| Henry Davis Signoret | I |
| José Antonio Fernández Carbajal | R |
| Ricardo Guajardo Touché | I |
| Agustín Irurita Pérez | I |
| Jaime Jorba Sendra | PR |
| Mauricio Jorba Servitje | PR |
| Francisco Laresgoiti Hernández | PR |
| Fernando Lerdo de Tejada | R |
| José Ignacio Mariscal Torroella | PR |
| Víctor Milke Aüais | PR |
| Raúl Obregón del Corral | PR |
| Roberto Quiroz Montero | PR |
| Alexis E. Rovzar de la Torre | I |
| Lorenzo Sendra Mata | PR |
| Daniel Servitje Montull | PR |

Presidente Propietario

Roberto Servitje Sendra

Secretario Propietario

Luis Miguel Briola Clément

Comisario Propietario

Juan Mauricio Gras Gas

Consejeros Suplentes

| |
|-----------------------------------|
| Jaime Chico Pardo |
| Paul Davis Carstens |
| Javier Fernández Carbajal |
| Anthony McCarthy Sandland |
| José Manuel Irurita Pérez |
| Jaime Jorba Servitje |
| Luis Jorba Servitje |
| María del Pilar Mariscal Servitje |
| Francisco Laresgoiti Servitje |
| Raúl Obregón Servitje |
| Víctor Milke García |
| Nicolás Mariscal Servitje |
| Rosa María Mata Torrallardona |
| Vicente Corta Fernández |
| Víctor Gavito Marco |
| Pablo Elizondo Huerta |

Presidente Suplente

Daniel Servitje Montull

Secretario Suplente

Pedro Pablo Barragán Barragán

Comisario Suplente

Walter Frascetto Valdés

| | |
|----|-------------------------|
| PR | Patrimonial Relacionado |
| R | Relacionado |
| I | Independiente |

Órganos Intermedios

Comité de Auditoría

| | |
|------------------------------|------------|
| Henry Davis Signoret | Presidente |
| Agustín Irurita Pérez | |
| Víctor Milke Aüais | |
| Roberto Quiroz Montero | |
| Alexis E. Rovzar de la Torre | |

Comité de Evaluación y Compensación

| | |
|---------------------------------|------------|
| Raúl Obregón del Corral | Presidente |
| Henry Davis Signoret | |
| José Antonio Fernández Carbajal | |
| Daniel Servitje Montull | |
| Roberto Servitje Sendra | |

Comité de Finanzas y Planeación

| | |
|---------------------------------|------------|
| José Ignacio Mariscal Torroella | Presidente |
| Ricardo Guajardo Touché | |
| Mauricio Jorba Servitje | |
| Raúl Obregón del Corral | |
| Lorenzo Sendra Mata | |
| Daniel Servitje Montull | |

Perfil de los Consejeros

Roberto Servitje Sendra

- Presidente del Consejo de Administración de Grupo Bimbo
- Miembro del Consejo de Administración de: Fomento Económico Mexicano (FEMSA) DaimlerChrysler de México Grupo Altex Escuela Bancaria y Comercial Memorial Hermann International Advisory Board (Houston, Texas)

Henry Davis Signoret

- Presidente de Promotora DAC, S.A.
- Presidente del Consejo de: Probelco, S.A. Desarrollo Banderas S.A. de C.V.
- Consejero: Grupo Financiero IXE, S.A. de C.V.

José Antonio Fernández Carbajal

- Presidente del Consejo y Director General de Grupo FEMSA
- Presidente del Consejo de Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V.
- Co-Presidente del Consejo del Woodrow Wilson Center Mexico Institute
- Vicepresidente del Consejo del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
- Miembro del Consejo de Administración de: Grupo Financiero BBVA Bancomer Industrias Peñoles Grupo Industrial Saltillo

Ricardo Guajardo Touché

- Miembro del Consejo de Administración de: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Fomento Económico Mexicano (FEMSA) y Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. Grupo Financiero BBVA Bancomer Grupo Industrial Alfa El Puerto de Liverpool Grupo Aeroportuario del Sureste (ASUR) International Capital Markets Advisory Committee del Federal Reserve Bank de Nueva York Grupo CYDSA

Agustín Irurita Pérez

- Presidente del Consejo de Administración de Grupo ADO, S.A. de C.V.
- Miembro del Consejo de Administración de: Cámara Nacional de Autotransporte de Pasaje y Turismo (Consejero Vitalicio) Grupo Comercial Chedraui, S.A. de C.V.

Transportation Center North Western University
Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX)

Jaime Jorba Sendra

- Presidente del Consejo de: Fríalsa, S.A. de C.V. Promotora de Condominios Residenciales

Mauricio Jorba Servitje

- Director General Operación Europa
- Miembro del Consejo de Administración de VIDAX

Francisco Laresgoiti Hernández

- Director General de Grupo Laresgoiti
- Miembro del Consejo de Administración de la Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural, A.C.

Fernando Lerdo de Tejada

- Presidente del Consejo de Estrategia Total
- Miembro de la Comisión Ejecutiva del Consejo Nacional Agropecuario

José Ignacio Mariscal Torroella

- Presidente Ejecutivo de Grupo Marhnos
- Presidente del Instituto Mexicano de Doctrina Social Cristiana
- Miembro de la USEM-México
- Vicepresidente de la Uniapac Internacional
- Vicepresidente de Fincomún-Servicios Financieros Comunitarios
- Vicepresidente de la Fundación Juan Diego
- Consejero de: Sociedad de Inversión de Capital de Posadas de México Grupo Calidra Comisión Ejecutiva de la Confederación USEM Comisión Ejecutiva de Coparmex

Victor Milke Aúais

- Director General de Corporación Premium, S.C.
- Miembro del Consejo de Administración de: Nacional Financiera de la Ciudad de México Congelación y Almacenaje, S.A. Fríalsa, S.A. de C.V.

Raúl Obregón del Corral

- Socio Director de Alianzas, Estrategia y Gobierno Corporativo, S.C.
- Miembro del Consejo de Administración de: Industrias Peñoles, S.A. de C.V.

Grupo Palacio de Hierro, S.A. de C.V. Envases y Laminados, S.A. de C.V. Arrendadora Valmex, S.A. de C.V. Aseguradora Porvenir GNP, S.A. de C.V. Crédito Afianzador, S.A. GNP Pensiones, S.A. de C.V. Grupo Nacional Provincial, S.A. Medica Integral GNP, S.A. de C.V. Valores Mexicanos Casa de Bolsa

Roberto Quiroz Montero

- Presidente y Director General de Grupo Industrial Trébol
- Presidente del Consejo de Administración de Esmaltes y Colorantes Cover
- Miembro del Consejo de Directores de Tepeyac, A.C.

Alexis E. Rouzay de la Torre

- Socio Director del Grupo de Práctica Latinoamericana del Despacho Internacional White & Case, LLP
- Vicepresidente Center on Philanthropy de la Universidad de Indiana, Indianápolis, EUA.
- Consejero de: Coca-Cola FEMSA S.A. de C.V. FEMSA Grupo ACIR Grupo COMEX Ray & Berndtson de México The Bank of Nova Scotia

Lorenzo Sendra Mata

- Presidente del Consejo de Administración de Proarce, S.A. de C.V.
- Miembro del Consejo de Administración de: Fundación Ronald McDonald Fomento de Nutrición y Salud Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural, A.C. Financiera Promotora para el Desarrollo Rural (FIMEDER)

Daniel Servitje Montull

- Director General de Grupo Bimbo
- Miembro del Consejo de Administración de: Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. Grupo Financiero Banamex, S.A. de C.V. y Banco Nacional de México, S.A. Grocery Manufacturers of America (EUA) Consejo Consultivo de la Escuela de negocios del ITAM

Consejos Consultivos

BBU

Ambassador, Jeffrey Davidow
Presidente, Institute of the Americas
(Ex embajador de E.U.A. para México)
La Jolla, CA

Henry Davis Signoret
Director General, Promotora DAC, S.A. de C.V.
México D.F.

Bernard Kastory
Profesor de la Universidad de Nueva York
(antes Vicepresidente Ejecutivo de Bestfoods)
Saratoga Springs, NY.

José Ignacio Mariscal Torroella
Presidente Ejecutivo, Grupo Marhnos, S.A. de C.V.
México, D.F.

Robert C. Nakasone
Director General, NAK Enterprises, L.L.C.
(antes Vicepresidente Ejecutivo de Jewel y
Director General de Toys R Us, Inc)
Santa Barbara, CA

Betsy Sanders
Director General, The Sanders Partnership
Sutter Creek, CA

Roberto Servitje Sendra
Presidente del Consejo, Grupo Bimbo

Daniel Servitje Montull
Director General, Grupo Bimbo

Reynaldo Reyna Rodríguez
Director General, Bimbo Bakeries USA, Inc.

Rosalío Rodríguez Rosas
Director General Corporativo, Grupo Bimbo

Guillermo Quiroz Abed
Director Corporativo de Administración y Finanzas,
Grupo Bimbo

OLA

João Alves de Queiroz Filho
Presidente Monte Cristalina, S.A.
São Paulo, Brasil

Carlos Mario Giraldo Moreno
Presidente Compañía de Galletas Noel, S.A.
VP Comercial y Ejecutivo de Inversiones Nacional de Chocolates, S.A.
Medellín, Colombia

Victor Milke Aúais
Director General de Corporación Premium, S.C.
México, D.F.

Luis Pagani
Presidente de Grupo Arcor
Buenos Aires, Argentina

Leslie Pierce Diez-Canseco
Gerente General Alicorp, S.A.
Lima, Perú

Lorenzo Sendra Mata
Presidente del Consejo de Administración Proarce, S.A. de C.V.
México, D.F.

Eduardo Tarajano Aranguíz
Inversionista Privado
Key Biscayne, Florida

Roberto Servitje Sendra
Presidente del Consejo, Grupo Bimbo

Daniel Servitje Montull
Director General, Grupo Bimbo

Alberto Díaz Rodríguez
Director General de Organización Latinoamérica (OLA)

Rosalío Rodríguez Rosas
Director General Corporativo, Grupo Bimbo

Guillermo Quiroz Abed
Director Corporativo de Administración y Finanzas,
Grupo Bimbo

Carta del Presidente del Comité de Auditoría

10 de marzo del 2006

Al Consejo de Administración de Grupo Bimbo, S.A. de C.V.:

De acuerdo a lo dispuesto en el Artículo 14 de la Ley del Mercado de Valores y a nombre del Comité de Auditoría, informo a ustedes sobre las actividades que llevamos a cabo relativas al ejercicio fiscal terminado el 31 de diciembre de 2005. En el desarrollo de nuestro trabajo, nos hemos apegado al Reglamento Interno del Comité y tuvimos presentes las recomendaciones establecidas en el Código de Mejores Prácticas Corporativas. El Comisario de la Sociedad, fue convocado a todas las sesiones celebradas, en los términos de la Ley mencionada y estuvo presente en las reuniones que llevamos a cabo.

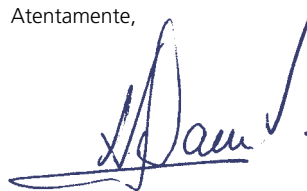
En cumplimiento a sus responsabilidades fundamentales relativas a la efectividad de los lineamientos de control interno y la corrección y confiabilidad de la información financiera que prepara la Administración para ser utilizada por el Consejo de Administración, Accionistas y terceros, llevamos a cabo las siguientes actividades significativas:

1. Con apoyo de los auditores internos, revisamos los lineamientos generales de control interno, dándole seguimiento a la implementación de las sugerencias que tuvieron.
2. Evaluamos la independencia de la función de Auditoría Interna y aprobamos su programa de trabajo y presupuesto para el ejercicio 2005.
3. Analizamos los informes periódicos de Auditoría Interna, relativos al avance del programa de trabajo aprobado y variaciones que pudiera haber tenido, así como las observaciones y sugerencias desarrolladas y su implementación oportuna. Discutimos con el Director de Auditoría y / o con los Directores responsables, los asuntos relevantes o recurrentes revelados en las auditorías internas y dimos seguimiento a las soluciones planteadas.
4. Recomendamos la contratación de los auditores externos de la Compañía y subsidiarias para que emitan su opinión sobre la razonabilidad de los Estados Financieros de la sociedad por el año 2005. Para llevar a cabo esta recomendación, nos cercioramos de su independencia y analizamos con ellos su enfoque y programa de trabajo así como su coordinación con el área de Auditoría Interna. Así mismo, aprobamos los honorarios cubiertos por la Administración por los servicios adicionales que recibieron de los auditores externos.
5. Conocimos oportunamente las conclusiones de la auditoría externa y recomendamos al Consejo de Administración la aprobación de los estados financieros anuales, para lo cual mantuvimos una comunicación constante con los auditores externos para conocer los avances de su trabajo, así como las observaciones que tuvieran para la terminación de su auditoría.

6. Evaluamos el informe de los auditores externos expedido en materia de cuotas de seguridad social.
7. Evaluamos los controles existentes establecidos por la empresa, para asegurar el cumplimiento de las diferentes disposiciones legales a que esta sujeta.
8. Conocimos el estado que guardan los juicios, litigios y contingencias legales de todo tipo, tanto a favor como en contra de la sociedad.
9. Evaluamos la estructura de los poderes otorgados en el Grupo, así como los procedimientos seguidos para su control e implementación.
10. Revisamos la implementación y aplicación del Código de Ética.
11. El Comité comprobó que la información financiera intermedia preparada por la Administración para ser presentada a accionistas y público en general, se elaborara con las mismas políticas, criterios y prácticas con las que se elaboró la información anual. En consecuencia, recomendamos al Consejo de Administración que autorizara su publicación.
12. Evaluamos las operaciones entre la sociedad, sus accionistas y personas con vínculos patrimoniales y de parentesco.
13. Analizamos el informe sobre cumplimiento de regulación ambiental.
14. Recibimos y discutimos el informe de los donativos otorgados en el ejercicio.
15. Nos cercioramos del estado que guarda el Fondo de Pensiones y Jubilaciones, los instrumentos en los que está invertido y la forma en la que se está fondeando.
16. Evaluamos el reporte de los activos fijos disponibles y su posible uso o destino.
17. Analizamos y estudiamos las tendencias del gobierno corporativo y de los comités de auditoría en diversas empresas de clase mundial.

Todos los trabajos que llevamos a cabo, quedaron debidamente documentados en Actas preparadas de cada reunión las cuales fueron revisadas y aprobadas oportunamente por los integrantes del Comité.

Atentamente,



Henry Davis
Presidente del Comité de Auditoría

Informe de la Administración y Análisis de Resultados

para el año terminado el 31 de diciembre de 2005

A menos que se especifique lo contrario, todas las cifras que aparecen en este documento están expresadas en millones de pesos mexicanos constantes de poder adquisitivo al 31 de diciembre de 2005 y fueron preparadas de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México. Todos los cambios porcentuales están expresados en términos reales. En el cálculo de las cifras consolidadas se han eliminado las operaciones entre las regiones.

Panorama General

En 2005, Grupo Bimbo reportó los mejores resultados en ventas y utilidades de toda su historia.

Durante este año, se registró un crecimiento de 6.7% en las ventas netas, el cual estuvo impulsado por una sólida ganancia de volumen en todas las regiones en donde la Compañía opera.

Por primera vez, las operaciones en Estados Unidos y Latinoamérica registraron una utilidad de operación positiva en 2005, lo cual contribuyó a un incremento de 21.7% en el resultado de operación consolidado, así como a un aumento de 120 puntos base en el margen de operación.

La utilidad neta mayoritaria de la Compañía creció 6.2% como resultado de una mayor utilidad bruta y una disminución tanto de los gastos de operación como de los costos de financiamiento y de otros gastos.

Adicionalmente, Grupo Bimbo alcanzó un retorno sobre capital invertido (ROIC, por sus siglas en inglés) de 12%, uno de los mayores porcentajes dentro de la industria.

Tendencias Clave

En 2005, el desempeño operativo y financiero de la Compañía se vio beneficiado por varias acciones:

- El lanzamiento de una cantidad importante de nuevos productos, líneas y categorías, especialmente en los segmentos de productos bajos en calorías (light) e integrales.
- Un sólido posicionamiento de las marcas como resultado de los esfuerzos de publicidad en mercados y segmentos altamente competitivos. Lo anterior derivó en la expansión de nuestra participación en algunas categorías clave del mercado, tales como pan y pan dulce en Estados Unidos, y galletas, barras de cereal y golosinas en México.
- Los menores costos de las materias primas a raíz de la reducción en los precios de los productos básicos (commodities), el fortalecimiento del peso mexicano con respecto al dólar estadounidense y la estrategia de la Compañía para la adquisición de harina. Todo lo anterior ayudó a contrarrestar los crecientes precios de la energía y empaques.
- La apertura de más de 1,900 nuevas rutas de distribución.
- La instrumentación del plan de recuperación en Estados Unidos y Latinoamérica. Dicho plan se centra, entre otros, en los siguientes objetivos: optimizar la mezcla de ventas y el portafolio de productos, expandir y segmentar la red de distribución, mejorar los procesos de manufactura para hacerlos más eficientes e implementar las aplicaciones de software ERP y otras actualizaciones tecnológicas.

- La puesta en marcha del Centro de Servicios Compartidos (SSC, por sus siglas en inglés), unidad administrativa centralizada que elimina los posibles procesos redundantes entre las diferentes unidades de negocio. Para el cierre de 2005 se habían incorporado al SSC todas las operaciones de México y algunos procesos administrativos de Estados Unidos. Conforme se integren todas las unidades y procesos contables de la Compañía, se obtendrán beneficios adicionales.
- La exitosa integración de cuatro adquisiciones: El Globo y La Corona, en México; Lalo, en Colombia; y Lagos del Sur, en Chile.

Ventas Netas

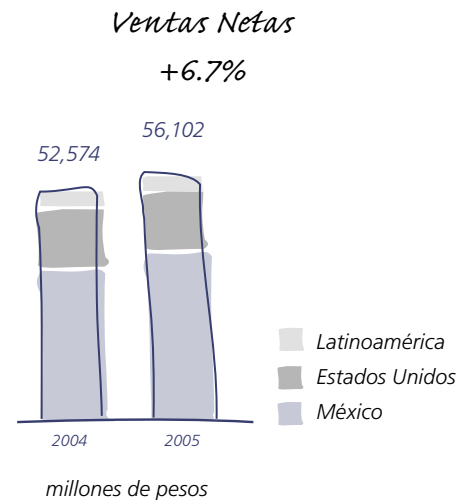
Las ventas netas consolidadas de 2005 ascendieron a \$56,102, lo que representó un incremento de 6.7% en comparación con 2004. Este crecimiento fue impulsado por los resultados favorables y la solidez que pudo observarse en todas las regiones donde opera la Compañía.

En México, las ventas netas sumaron \$39,902, es decir, un alza de 8.4% en relación con el año anterior. Este porcentaje resulta particularmente favorable si se le compara con el crecimiento de 3.0% en el PIB y con el aumento en las ventas al menudeo, el cual fue de 4.4%, de acuerdo con el reporte del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). Los incrementos en las ventas netas de la Compañía reflejaron el buen desempeño del volumen de ventas, incentivado tanto por los productos que se lanzaron recientemente como por una fuerte demanda experimentada en la mayoría de las categorías.

Asimismo, es importante mencionar la incorporación de El Globo y Chocolates La Corona, cuyos resultados empezaron a consolidarse en agosto y septiembre, respectivamente. Estas adquisiciones contribuyeron en 1.4 puntos porcentuales al crecimiento en las ventas de México en el año.

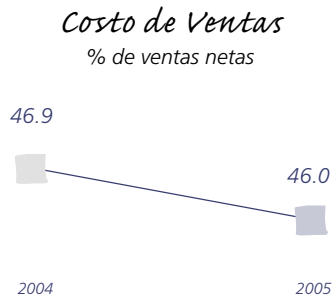
En Estados Unidos, las ventas netas alcanzaron los \$13,546, 2.8% más que en 2004. El crecimiento de 6.8% en términos de dólares fue aún más sobresaliente, debido a la racionalización del portafolio de productos y la depuración de la base de clientes. Las mayores ventas en 2005 obedecieron a un mejor volumen de ventas en los productos tanto de marcas propias como privadas, el impacto de los aumentos en los precios realizados durante el primer semestre del año, una fuerte expansión de las marcas mexicanas, y exitosas promociones.

En Latinoamérica, las ventas netas sumaron \$3,982, esto es, un incremento de 6.5% con respecto a 2004. Estos resultados obedecieron a la implementación de nuevas iniciativas de mercadeo, especialmente en apoyo a los lanzamientos de nuevos productos, así como a la apertura de nuevas rutas de distribución y, en consecuencia, la integración de nuevos clientes. Conviene destacar el comportamiento particularmente sólido de Brasil, Chile y Perú.



Costo de Ventas

El costo de ventas totalizó \$25,798 y representó 46.0% de las ventas netas, una reducción de 90 puntos base en comparación con 2004. Lo anterior es el resultado de menores precios promedio de las materias primas, en especial la harina de trigo y el azúcar; la apreciación del peso mexicano respecto del dólar estadounidense; una mayor absorción de los costos fijos como consecuencia del crecimiento en las ventas; una mejor mezcla de ventas en el extranjero; y menores costos laborales en Estados Unidos debido a una reducción en el gasto de "Workers Compensation". Estos factores más que contrarrestaron los mayores costos de energía y empaques.



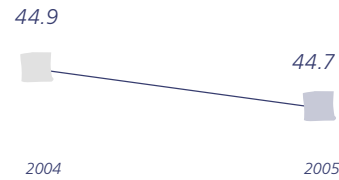
Gastos de Operación

Los gastos de operación fueron de \$25,102 y representaron 44.7% de las ventas netas del año, 20 puntos base menos que en 2004. Esta disminución fue impulsada por tres factores clave: las mejoras continuas en la eficiencia de la red de distribución en todas las regiones, la absorción de gastos fijos, y los menores costos laborales en Estados Unidos.

Los factores antes mencionados ayudaron a compensar el aumento en el costo de combustible y el significativo incremento en las rutas de distribución en todas las operaciones, así como dos cargos de US\$2.9 millones y US\$5.0 millones registrados en Estados Unidos correspondientes al deterioro en el valor de la marca Entenmann's y la baja de ciertos activos, respectivamente.

Gastos de Operación

% de ventas netas

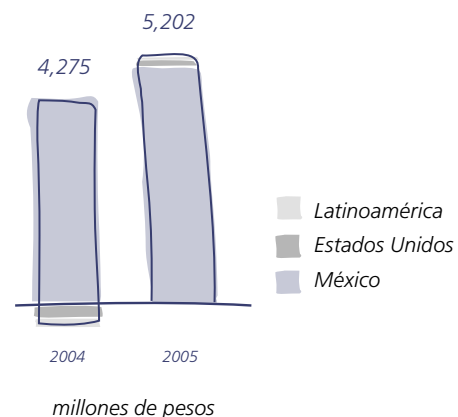


Utilidad de Operación

En términos consolidados, la utilidad de operación creció 21.7% en 2005, hasta alcanzar los \$5,202, lo que representa un margen de operación de 9.3% y un incremento de 120 puntos base en comparación con 2004. Estas ganancias fueron el reflejo del crecimiento de las ventas netas, un menor costo de ventas y una reducción en los gastos de operación. Es importante resaltar que, por primera vez en la historia de la Compañía, las operaciones en Estados Unidos y Latinoamérica registraron utilidades de operación que ascendieron a \$75 y \$52, respectivamente.

Utilidad de Operación

+21.7%



Costo Integral de Financiamiento

En 2005, el costo integral de financiamiento fue de \$367, lo que significó una reducción de 21.8% respecto del año anterior. Esto se debió, principalmente, a menores pagos de intereses netos y una mayor ganancia por posición monetaria.

Otros Ingresos y Gastos

La Compañía registró un gasto de \$138, 69.2% menor que lo reportado en 2004. Dicha diferencia se atribuye, principalmente, a la aplicación, a partir del 1o de enero de 2005, del Boletín B-7, "Adquisiciones de Negocios", de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México, en donde se especifica que el crédito mercantil ya no se amortiza y su valor está sujeto a pruebas periódicas de deterioro.

Impuestos

En 2005, la Compañía tuvo un gasto de \$1,859 por conceptos de Impuesto Sobre la Renta y Participación de los Trabajadores en las Utilidades, el cual resultó en un incremento en la tasa implícita pagada en el año. Dicho comportamiento obedece, principalmente, al efecto que tuvo la revaluación del peso mexicano contra el dólar estadounidense en la valorización de los impuestos diferidos a favor de la Compañía, generados por las pérdidas fiscales registradas en las subsidiarias en el extranjero.

Partidas Extraordinarias

La Compañía reportó un ingreso extraordinario de \$9 en 2005, integrados por el efecto inicial de la aplicación del Boletín C-10, "Instrumentos Derivados y Operaciones de Cobertura", de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México, y por el ingreso neto derivado del juicio fiscal sobre la deducibilidad de la Participación de los Trabajadores en las Utilidades correspondiente a 2003.

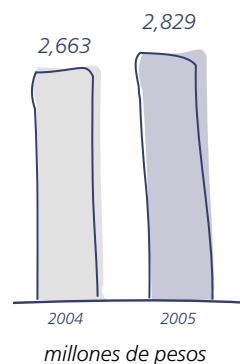
Utilidad Neta Mayoritaria

En 2005, la Compañía obtuvo una utilidad neta mayoritaria de \$2,829, lo que representó un incremento de 6.2% sobre 2004 y una ligera reducción en el margen neto, que pasó de 5.1 a 5.0%, el cual refleja ingresos extraordinarios por \$561 millones registrados en 2004, relacionados con la actualización e intereses de impuestos recuperados. Si se excluyen dichos ingresos, el margen neto de 2004 hubiera sido de 4.0%, por lo que hubiera presentado una expansión de 100 puntos base en 2005, hasta alcanzar 5.0%.

Este resultado es, principalmente, reflejo del aumento de la utilidad bruta, el buen desempeño operativo, la disminución del costo integral de financiamiento y la reducción en el renglón de otros egresos.

Utilidad Neta Mayoritaria

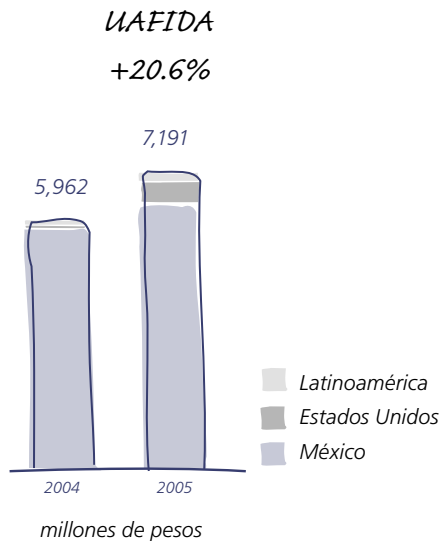
+6.2%



Utilidad de Operación más Depreciación y Amortización (UAFIDA)

La UAFIDA del año ascendió a \$7,191. Con respecto a 2004, la UAFIDA mostró un crecimiento de 20.6%, mientras que el margen registró una expansión de 150 puntos base, para ubicarse en 12.8% de las ventas.

Al igual que la utilidad de operación, el comportamiento de este rubro en el transcurso del año consolidó la tendencia positiva esperada en las operaciones en el extranjero, con lo que el margen UAFIDA del año para Estados Unidos y Latinoamérica fue de 3.7 y 5.5%, respectivamente.



Estructura Financiera

Para el cierre del año, la deuda neta de la Compañía totalizó \$4,230, 13.6% menos que en 2004. Lo anterior se debe, principalmente, a una mayor posición de efectivo, lo cual es particularmente notable en vista de los \$1,978 invertidos en adquisiciones durante el año.

La relación de deuda neta a capital contable al 31 de diciembre de 2005 fue de 0.21 veces, lo que constituye una ligera reducción con respecto a las 0.28 veces que se reportaron al cierre de 2004. Asimismo, al cierre de 2005, la relación de deuda neta a UAFIDA se ubicó en 0.6 veces, que se compara favorablemente con las 0.8 veces registradas el año anterior.

Eventos Relevantes del Año

Grupo Bimbo firmó un convenio de distribución con Arcor, S.A.I.C. ("Arcor"), de la República de Argentina. Con este convenio, Grupo Bimbo, a través de su subsidiaria Barcel, S.A. de C.V., se convirtió en el distribuidor exclusivo en México de la golosina "Bon o Bon". Este producto se incorpora a la plataforma de golosinas existente de la Compañía como una línea conocida como de alta calidad. Las compañías firmantes se comprometieron también a realizar una inversión conjunta para construir en México una planta productora de las golosinas de Arcor y Barcel.

30
septiembre
2005

Grupo Bimbo anunció la adquisición, mediante una transacción en efectivo que ascendió a \$1,350, de Controladora y Administradora de Pastelerías, S.A. de C.V., operadora de las pastelerías "El Globo". Controladora y Administradora de Pastelerías, por medio de El Globo, produce y comercializa productos de pastelería fina, a través de 4 unidades de producción y más de 170 establecimientos de venta. Con esta adquisición, Grupo Bimbo incursionó por primera vez en el negocio de la comercialización al menudeo de productos de pastelería fina. Después de la aprobación regulatoria correspondiente, la operación se concretó el 23 de septiembre de 2005.

20
julio
2005

Grupo Bimbo anunció la adquisición de ciertos activos y marcas de Empresas Chocolates La Corona, S.A. de C.V. y sus subsidiarias ("La Corona"), en una operación que ascendió a \$471, que fueron liquidados con recursos propios de la Compañía. La Corona tiene presencia en el mercado mexicano de golosinas, principalmente en el segmento de chocolates. Después de la aprobación regulatoria correspondiente, esta operación se concretó el 29 de julio de 2005.

9
junio
2005

Dictamen de los Auditores Independientes

Grupo Bimbo, S.A. de C.V. y Subsidiarias

Al Consejo de Administración y Accionistas de Grupo Bimbo, S. A. de C. V.

Hemos examinado los balances generales consolidados de Grupo Bimbo, S. A. de C. V. y Subsidiarias (la "Compañía") al 31 de diciembre de 2005 y 2004, y los estados consolidados de resultados, de variaciones en el capital contable y de cambios en la situación financiera, que les son relativos, por los años que terminaron en esas fechas. Dichos estados financieros son responsabilidad de la administración de la Compañía. Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre los mismos con base en nuestras auditorías. Los estados financieros de ciertas subsidiarias consolidadas, que representan el 40% y 46% de los activos totales en 2005 y 2004, respectivamente y el 31% de las ventas netas consolidadas en 2005 y 2004, fueron examinados por otros auditores independientes, en cuyos informes nos hemos basado para expresar nuestra opinión con respecto a las cifras relativas a tales subsidiarias.

Nuestros exámenes fueron realizados de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas en México, las cuales requieren que la auditoría sea planeada y realizada de tal manera que permita obtener una seguridad razonable de que los estados financieros no contienen errores importantes, y de que están preparados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados en México. La auditoría consiste en el examen, con base en pruebas selectivas, de la evidencia que soporta las cifras y revelaciones de los estados financieros; asimismo, incluye la evaluación de los principios de contabilidad utilizados, de las estimaciones significativas efectuadas por la administración y de la presentación de los estados financieros tomados en su conjunto. Consideramos que nuestros exámenes y los informes de los otros auditores proporcionan una base razonable para sustentar nuestra opinión.

Con efecto al 1º de enero de 2005, la Compañía aplicó las disposiciones de los nuevos Boletines B-7 "Adquisición de negocios", C-10 "Instrumentos financieros derivados y operaciones de cobertura" y D-3 "Obligaciones laborales". Los efectos por la adopción de estos nuevos principios contables se indican en la Nota 3.a. de los estados financieros.

En nuestra opinión, basada en nuestros exámenes y en los informes de los otros auditores a que se hace referencia anteriormente, los estados financieros consolidados antes mencionados presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación financiera de Grupo Bimbo, S. A. de C. V. y Subsidiarias al 31 de diciembre de 2005 y 2004, y los resultados de sus operaciones, las variaciones en el capital contable y los cambios en la situación financiera, por los años que terminaron en esas fechas, de conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados en México.

Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S. C.
Miembro de Deloitte Touche Tohmatsu



C. P. C. Javier Montero Donatto

7 de marzo de 2006

Dictamen del Comisario

Grupo Bimbo, S.A. de C.V. y Subsidiarias

A los Señores Accionistas de Grupo Bimbo, S. A. de C. V.

En mi carácter de Comisario y en cumplimiento de lo dispuesto en el Artículo 166 de la Ley General de Sociedades Mercantiles y los estatutos de Grupo Bimbo, S. A. de C. V., rindo a ustedes mi dictamen sobre la veracidad, suficiencia y razonabilidad de la información financiera consolidada que ha presentado a ustedes el H. Consejo de Administración, en relación con la marcha de la Sociedad por el año terminado el 31 de diciembre de 2005.

He asistido a las asambleas de accionistas y juntas de Consejo de Administración a las que he sido convocado y he obtenido de los directores y administradores toda la información sobre las operaciones, documentación y registros que juzgué necesario investigar. Mi revisión ha sido efectuada de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas en México.

Con efecto al 1º de enero de 2005, la Compañía aplicó las disposiciones de los nuevos Boletines B-7 "Adquisición de negocios", C-10 "Instrumentos financieros derivados y operaciones de cobertura" y D-3 "Obligaciones laborales". Los efectos por la adopción de estos nuevos principios contables se indican en la Nota 3.a. de los estados financieros.

En mi opinión, los criterios y políticas contables y de información seguidos por la Sociedad y considerados por los administradores para preparar la información financiera consolidada, presentada por los mismos a esta asamblea, son adecuados y suficientes y excepto por los cambios indicados en el párrafo anterior, con los cuales concuerdo, se aplicaron en forma consistente con el ejercicio anterior; por lo tanto, la información consolidada presentada por los administradores refleja en forma veraz, suficiente y razonable la situación financiera de Grupo Bimbo, S. A. de C. V. al 31 de diciembre de 2005 y los resultados de sus operaciones, las variaciones en el capital contable y los cambios en su situación financiera por el año terminado en esa fecha, de conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados en México.



C. P. C. Juan Mauricio Gras Gas
Comisario

7 de marzo de 2006

Balances Generales Consolidados

Grupo Bimbo, S.A. de C.V. y Subsidiarias

Al 31 de diciembre de 2005 y 2004

(En millones de pesos de poder adquisitivo del 31 de diciembre de 2005)

| | 2005 | 2004 |
|---|-----------|-----------|
| Activo | | |
| <i>Activo circulante:</i> | | |
| Efectivo y equivalentes | \$ 4,110 | \$ 3,885 |
| Cuentas y documentos por cobrar, neto | 3,467 | 3,735 |
| Inventarios, neto | 1,401 | 1,249 |
| Pagos anticipados | 237 | 154 |
| Total del activo circulante | 9,215 | 9,023 |
| Inmuebles, maquinaria y equipo, neto | 18,469 | 17,237 |
| Inversión en acciones de asociadas | 685 | 691 |
| Instrumentos financieros | 12 | - |
| Impuesto sobre la renta diferido | 1,443 | 1,759 |
| Marcas y derechos de uso | 3,000 | 2,618 |
| Crédito mercantil | 3,717 | 3,069 |
| Activo intangible por obligaciones laborales al retiro | 407 | - |
| Otros activos, neto | 82 | 273 |
| Total | \$ 37,030 | \$ 34,670 |
| Pasivo y capital contable | | |
| <i>Pasivo circulante:</i> | | |
| Préstamos de instituciones financieras y porción circulante de la deuda a largo plazo | \$ 247 | \$ 199 |
| Cuentas por pagar a proveedores | 3,019 | 2,882 |
| Otras cuentas por pagar y pasivos acumulados | 2,335 | 2,224 |
| Cuentas por pagar a partes relacionadas | 367 | 386 |
| Participación de los trabajadores en las utilidades | 413 | 268 |
| Total del pasivo circulante | 6,381 | 5,959 |
| Deuda a largo plazo | 8,092 | 8,580 |
| Instrumentos financieros | 107 | - |
| Obligaciones laborales al retiro y previsión social | 1,214 | 747 |
| Participación de los trabajadores en las utilidades diferida | 58 | 76 |
| Impuesto sobre la renta diferido | 1,324 | 1,637 |
| Total del pasivo | 17,176 | 16,999 |
| <i>Capital contable:</i> | | |
| Capital social | 7,415 | 7,415 |
| Reserva para recompra de acciones | 703 | 703 |
| Utilidades retenidas | 19,208 | 16,715 |
| Otros conceptos del resultado integral acumulado | (5,665) | (5,388) |
| Efecto acumulado de impuesto sobre la renta diferido | (2,203) | (2,203) |
| Instrumentos financieros | (68) | - |
| Capital contable mayoritario | 19,390 | 17,242 |
| Interés minoritario en subsidiarias consolidadas | 464 | 429 |
| Total del capital contable | 19,854 | 17,671 |
| Total | \$ 37,030 | \$ 34,670 |

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

Estados Consolidados de Resultados

Grupo Bimbo, S.A. de C.V. y Subsidiarias

Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2005 y 2004

(En millones de pesos de poder adquisitivo del 31 de diciembre de 2005, excepto utilidad por acción que se expresa en pesos)

| | 2005 | 2004 |
|---|-----------|-----------|
| Ventas netas | \$ 56,102 | \$ 52,573 |
| Costo de ventas | 25,798 | 24,672 |
| Utilidad bruta | 30,304 | 27,901 |
| <i>Gastos de operación:</i> | | |
| Distribución y venta | 21,169 | 19,879 |
| Administración | 3,933 | 3,747 |
| Utilidad de operación | 25,102 | 23,626 |
| <i>Costo integral de financiamiento:</i> | | |
| Intereses pagados, neto | 644 | 728 |
| (Ganancia) pérdida cambiaria, neta | (22) | 79 |
| Ganancia por posición monetaria | (255) | (338) |
| Otros gastos, neto | 367 | 469 |
| Utilidad antes de impuesto sobre la renta, participación de los trabajadores en las utilidades y participación en los resultados de compañías asociadas | 138 | 446 |
| Impuesto sobre la renta | 4,697 | 3,360 |
| Participación de los trabajadores en las utilidades | 1,468 | 900 |
| Participación en los resultados de compañías asociadas | 391 | 352 |
| Utilidad antes de partida extraordinaria y del efecto acumulado al inicio del ejercicio por cambio en principio de contabilidad | (57) | (58) |
| Partida extraordinaria | 2,895 | 2,166 |
| Efecto acumulado al inicio del ejercicio por cambio en principio de contabilidad, neto | 76 | 561 |
| Utilidad neta consolidada del año | (67) | - |
| Utilidad neta mayoritaria | \$ 2,904 | \$ 2,727 |
| Utilidad neta minoritaria | \$ 2,829 | \$ 2,663 |
| | \$ 75 | \$ 64 |
| <i>Utilidad por acción:</i> | | |
| Utilidad antes de partida extraordinaria y del efecto acumulado al inicio del ejercicio por cambio en principio de contabilidad | \$ 2.46 | \$ 1.84 |
| Partida extraordinaria | \$ 0.06 | \$ 0.48 |
| Efecto al inicio del ejercicio por cambio en principio de contabilidad, neto | \$ (0.06) | \$ - |
| Utilidad básica mayoritaria por acción | \$ 2.41 | \$ 2.27 |
| Promedio ponderado de acciones en circulación, expresado en miles de acciones | 1,175,800 | 1,175,800 |

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

Estados Consolidados de Variaciones en el Capital Contable

Grupo Bimbo, S.A. de C.V. y Subsidiarias

Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2005 y 2004
(En millones de pesos de poder adquisitivo del 31 de diciembre de 2005)

| | Capital social | Reserva para recompra de acciones | Utilidades retenidas |
|---|-----------------|-----------------------------------|----------------------|
| Saldos al 1° de enero de 2004 | \$ 7,415 | \$ 703 | \$ 15,084 |
| Dividendos decretados | - | - | (1,032) |
| Adquisición de interés minoritario | - | - | - |
| Saldos antes de utilidad integral | 7,415 | 703 | 14,052 |
| Utilidad neta consolidada del año | - | - | 2,663 |
| Efectos de actualización del año | - | - | - |
| Ajuste al pasivo adicional de obligaciones laborales al retiro | - | - | - |
| Efectos de conversión de entidades extranjeras | - | - | - |
| Utilidad integral | - | - | 2,663 |
| Saldos al 31 de diciembre de 2004 | 7,415 | 703 | 16,715 |
| Dividendos decretados | - | - | (336) |
| Saldos antes de utilidad integral | 7,415 | 703 | 16,379 |
| Efecto inicial acumulado de la valuación de instrumentos derivados | - | - | - |
| Utilidad neta consolidada del año | - | - | 2,829 |
| Efecto de valuación de derivados del año | - | - | - |
| Efecto de valuación de instrumentos financieros vendidos durante el año | - | - | - |
| Efectos de actualización del año | - | - | - |
| Ajuste al pasivo adicional de obligaciones laborales al retiro | - | - | - |
| Efectos de conversión de entidades extranjeras | - | - | - |
| Utilidad integral | - | - | 2,829 |
| Saldos al 31 de diciembre de 2005 | \$ 7,415 | \$ 703 | \$ 19,208 |

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

| Otros conceptos del resultado integral acumulado | Efecto acumulado de impuesto sobre la renta diferido | Instrumentos financieros | Capital contable mayoritario | Interés minoritario en subsidiarias consolidadas | Total del capital contable |
|--|--|--------------------------|------------------------------|--|----------------------------|
| \$ (4,556) | \$ (2,203) | \$ - | \$ 16,443 | \$ 418 | \$ 16,861 |
| - | - | - | (1,032) | - | (1,032) |
| - | - | - | - | (29) | (29) |
| (4,556) | (2,203) | - | 15,411 | 389 | 15,800 |
| - | - | - | 2,663 | 63 | 2,726 |
| (357) | - | - | (357) | - | (357) |
| (120) | - | - | (120) | - | (120) |
| (355) | - | - | (355) | (23) | (378) |
| (832) | - | - | 1,831 | 40 | 1,871 |
| (5,388) | (2,203) | - | 17,242 | 429 | 17,671 |
| - | - | - | (336) | - | (336) |
| (5,388) | (2,203) | - | 16,906 | 429 | 17,335 |
| - | - | (102) | (102) | - | (102) |
| - | - | - | 2,829 | 75 | 2,904 |
| - | - | 1 | 1 | - | 1 |
| - | - | 33 | 33 | - | 33 |
| 142 | - | - | 142 | 26 | 168 |
| (156) | - | - | (156) | - | (156) |
| (263) | - | - | (263) | (66) | (329) |
| (277) | - | (68) | 2,484 | 35 | 2,519 |
| \$ (5,665) | \$ (2,203) | \$ (68) | \$ 19,390 | \$ 464 | \$ 19,854 |

Estados Consolidados de Cambios en la Situación Financiera

Grupo Bimbo, S.A. de C.V. y Subsidiarias

Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2005 y 2004
(En millones de pesos de poder adquisitivo del 31 de diciembre de 2005)

| | 2005 | 2004 |
|---|-----------------|-----------------|
| Operación: | | |
| Utilidad antes de partida extraordinaria y del efecto acumulado al inicio del ejercicio por cambio en principio de contabilidad | \$ 2,895 | \$ 2,166 |
| Más (menos) partidas que no requieren (generan) la utilización de recursos- | | |
| Depreciación y amortización | 1,865 | 1,677 |
| Amortización de crédito mercantil | - | 418 |
| Participación en los resultados de compañías asociadas | (57) | (58) |
| Obligaciones laborales al retiro y previsión social | 60 | 98 |
| Impuesto sobre la renta y participación de los trabajadores en las utilidades diferidos | (75) | (449) |
| Deterioro en activos de larga duración | 124 | 10 |
| | 4,812 | 3,862 |
| Cambios en activos y pasivos de operación: | | |
| (Aumento) disminución en: | | |
| Cuentas y documentos por cobrar | 268 | 1,501 |
| Inventarios | 152 | (101) |
| Pagos anticipados | (83) | (124) |
| Aumento (disminución) en: | | |
| Cuentas por pagar a proveedores | 137 | 1,044 |
| Otras cuentas por pagar, pasivos acumulados y participación de los trabajadores en las utilidades | 256 | (188) |
| Cuentas por pagar a partes relacionadas | (19) | (182) |
| | 711 | 1,951 |
| Recursos netos generados por la operación | 5,523 | 5,813 |
| Financiamiento: | | |
| Préstamos de instituciones financieras | 48 | (540) |
| Deuda a largo plazo | (488) | (399) |
| Dividendos decretados | (336) | (1,032) |
| Instrumentos financieros derivados | (40) | - |
| Ajuste al pasivo adicional de obligaciones laborales al retiro | (156) | (120) |
| Efectos de conversión de entidades extranjeras | (329) | (378) |
| Recursos netos utilizados en actividades de financiamiento | (1,301) | (2,090) |
| Inversión: | | |
| Disminución en la inversión en acciones de asociadas | 63 | 37 |
| Adquisiciones de inmuebles, maquinaria y equipo, neto de bajas | (3,006) | (1,735) |
| Crédito mercantil | (648) | - |
| Marcas y derechos de uso | (509) | - |
| Otros activos | 103 | (24) |
| Recursos netos utilizados en actividades de inversión | (3,997) | (1,722) |
| Efectivo e inversiones temporales: | | |
| Aumento | 225 | 2,000 |
| Saldo al inicio del año | 3,885 | 1,885 |
| Saldo al final del año | \$ 4,110 | \$ 3,885 |

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

Notas a los Estados Financieros Consolidados

Grupo Bimbo, S.A. de C.V. y Subsidiarias

Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2005 y 2004
(En millones de pesos de poder adquisitivo del 31 de diciembre de 2005)

1. LA COMPAÑÍA

Grupo Bimbo, S. A. de C. V. y Subsidiarias ("Bimbo" o la "Compañía") se dedica principalmente a la fabricación, distribución y venta de pan, galletas, pasteles, dulces, chocolates, botanas, tortillas y alimentos procesados.

La Compañía opera en distintas áreas geográficas que son: México, Estados Unidos de América ("EUA"), Centro y Sudamérica ("OLA").

2. BASES DE PRESENTACIÓN

a. **Consolidación de estados financieros** - Los estados financieros consolidados incluyen los de Grupo Bimbo, S. A. de C. V. y los de sus subsidiarias, de las cuales, las más importantes se muestran a continuación:

| Subsidiaria | Participación | Actividad |
|---|---------------|--------------------------------|
| Bimbo, S. A. de C. V. | 97% | Panificación |
| Barcel, S. A. de C. V. | 97% | Dulces y botanas |
| Controladora y Administradora de Pastelerías, S. A. de C. V. (El Globo) | 100% | Panificación y pastelería fina |
| Bimbo Bakeries USA, Inc. ("BBU" o "EUA") | 100% | Panificación |
| Bimbo Argentina, S. A. | 100% | Panificación |
| Ideal, S. A. (Chile) | 100% | Panificación |
| Bimbo do Brasil, Ltda. | 100% | Panificación |

Los saldos y operaciones intercompañías importantes, han sido eliminados en estos estados financieros consolidados.

La inversión en asociadas no consolidadas se valúa conforme al método de participación o a su costo histórico, dependiendo del porcentaje de tenencia de acciones y no se consolidan en estos estados financieros porque no se tiene el control sobre ellas.

Durante 2005 y 2004, las ventas netas de Bimbo, S. A. de C. V. y Barcel, S. A. de C. V., que se encuentran en México, representaron aproximadamente el 66% y 65% respectivamente, de las ventas netas consolidadas.

b. **Adquisiciones** - El 23 de septiembre de 2005, la Compañía concluyó la adquisición del 99.99% de las acciones comunes con derecho a voto de Controladora y Administradora de Pastelerías, S. A. de C. V. y Subsidiarias ("El Globo"), empresa dedicadas a la producción y venta de pasteles. Los resultados de las operaciones de El Globo a partir de esa fecha, han sido incluidos en los estados financieros consolidados de la Compañía. Esta transacción ascendió a \$1,350, los cuales fueron liquidados con recursos propios de la Compañía y originó el registro de un crédito mercantil por \$363.

El 29 de julio de 2005, la Compañía efectuó la adquisición de ciertos activos y marcas de Empresas Chocolates La Corona, S. A. de C. V. ("La Corona"), empresa dedicada a la producción y venta de productos de confitería. Esta transacción ascendió a \$471, los cuales fueron liquidados con recursos propios de la Compañía y originó un crédito mercantil de \$113.

Durante el mes de diciembre de 2005 la Compañía efectuó la adquisición del 100% de las acciones de Corporación PVC de Guatemala, S. A. por un monto de 14.5 millones de dólares. Derivado de esta adquisición se registraron marcas por \$52 y se generó un crédito mercantil por \$86.

El 13 de mayo de 2004, la Compañía adquirió el 99.99% de las acciones de Joyco de México, S. A. de C. V., Alimentos Duval, S. A. de C. V. y Lolimen, S. A. de C. V., (denominadas en forma colectiva como "Joyco"), empresas dedicadas a la producción y venta de dulces en México, teniendo como marcas principales Lunetas, Duvalín y Bocadoín. Esta transacción ascendió a \$300 y originó el registro de un crédito mercantil acreedor por \$169, que representa el exceso del valor contable sobre el costo de las acciones. Debido a que al 31 de diciembre de 2004 estas compañías se encuentran completamente integradas a Barcel, S. A. de C. V., el crédito mercantil inicialmente reconocido se amortizó anticipadamente, como se menciona en la Nota 3.h.

- c. **Conversión de estados financieros de subsidiarias** - Para consolidar los estados financieros de las subsidiarias extranjeras que operan en forma independiente de la Compañía (ubicadas en EUA y varios países de Latinoamérica y Europa, que representan el 32% de las ventas netas consolidadas en 2005 y 2004, y el 41% y 47% de los activos totales en 2005 y 2004, respectivamente), se aplican las mismas políticas contables de la Compañía, por lo cual se actualizan por la inflación del país en que operan y se expresan en moneda de poder adquisitivo al cierre del ejercicio y posteriormente, todos los activos y pasivos se convierten al tipo de cambio en vigor al cierre del ejercicio. El capital social se convierte al tipo de cambio de la fecha en que se efectuaron las aportaciones, las utilidades retenidas al tipo de cambio de cierre del ejercicio en que se obtuvieron y los ingresos, costos y gastos al tipo de cambio de cierre del período que se informa. Los efectos de conversión se presentan en el capital contable.

Los estados financieros de las subsidiarias extranjeras incluidos en los estados financieros consolidados de 2004, se actualizan en moneda constante del país en que opera la subsidiaria y se convierten a moneda nacional, utilizando el tipo de cambio del último ejercicio presentado.

- d. **Utilidad integral y otros conceptos del resultado integral acumulado** - La utilidad integral que se presenta en los estados de variaciones en el capital contable adjuntos, es la modificación del capital contable durante el ejercicio por conceptos que no son distribuciones y movimientos del capital contribuido; se integra por la utilidad neta consolidada del año, más otras partidas que representan una ganancia o pérdida del mismo período, que de conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados en México, se presentan directamente en el capital contable, sin afectar el estado de resultados. En 2005 y 2004, las otras partidas de utilidad integral están representadas por la insuficiencia en la actualización del capital contable, el ajuste al pasivo adicional de obligaciones laborales al retiro, los efectos devengados no realizados de los instrumentos derivados, los efectos de conversión de entidades extranjeras y el resultado de la inversión de los accionistas minoritarios. Los otros conceptos del resultado integral acumulado se forman del saldo de la utilidad o pérdida integral de las partidas correspondientes al capital contable mayoritario.
- e. **Reclasificaciones** - Los estados financieros por el año que terminó el 31 de diciembre de 2004 han sido reclasificados en ciertos rubros para conformar su presentación con la utilizada en 2005.

3. RESUMEN DE LAS PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES

Las políticas contables que sigue la Compañía están de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados en México, los cuales requieren que la administración de la Compañía efectúe ciertas estimaciones y utilice determinados supuestos para valorar algunas de las partidas de los estados financieros y para efectuar las revelaciones que se requieren en los mismos. Sin embargo, los resultados reales pueden diferir de dichas estimaciones. La administración de la Compañía considera que las estimaciones y supuestos utilizados fueron los adecuados en las circunstancias. Las principales políticas contables seguidas por la Compañía son las siguientes:

a. Cambios en políticas contables

Con efecto al 1° de enero de 2005, la Compañía adoptó las disposiciones de los siguientes Boletines contables:

- i. Boletín B-7 "Adquisición de negocios" ("B-7"), el cual proporciona reglas para el tratamiento contable de adquisiciones de negocios e inversiones en entidades asociadas y establece, entre otros aspectos: a) la adopción del método de compra como única regla de valuación de estas operaciones; b) el crédito mercantil que surge de una entidad adquirida, no debe amortizarse, y debe sujetarse al menos anualmente, a pruebas de deterioro de acuerdo con Boletín C-15 "Deterioro en el valor de los activos de larga duración y su disposición" y c) se dan reglas para el tratamiento contable de transferencias de activos o intercambio de acciones entre entidades bajo control común, así como de adquisición de interés minoritario, cuyos efectos se registran en el capital contable. El principal efecto por la aplicación de este nuevo principio es la suspensión de la amortización del crédito mercantil y de las marcas, que muestran saldos de \$3,717 y \$3,000 al 31 de diciembre de 2005, dejando de afectar los resultados por su amortización a partir del ejercicio de 2005, cuyo importe hubiera ascendido aproximadamente a \$167 y \$137, respectivamente.
- ii. Boletín D-3, "Obligaciones laborales" ("D-3"), relativa al reconocimiento del pasivo por indemnizaciones por terminación de la relación laboral por causas distintas de reestructuración, las cuales se registran conforme al método de crédito unitario proyectado, con base en cálculos efectuados por actuarios independientes. El D-3 permite la opción de reconocer en forma inmediata en los resultados del ejercicio el activo o pasivo de transición que resulte, o su amortización de acuerdo a la vida laboral remanente promedio de los trabajadores. Hasta 2004, las indemnizaciones por este concepto se cargaban a los resultados cuando se tomaba la decisión de pagarlas. El pasivo acumulado al 1° de enero de 2005, determinado por actuarios independientes, asciende a \$388, el cual la Compañía optó por registrarlo como un pasivo de transición y amortizarlo de acuerdo a la vida laboral remanente promedio de los trabajadores. El pasivo neto proyectado por este concepto al 31 de diciembre de 2005 asciende a \$10.
- iii. Boletín C-10 "Instrumentos financieros derivados y operaciones de cobertura" ("C-10"). El C-10 requiere el reconocimiento de todos los derivados a valor razonable, establece reglas para el reconocimiento de operaciones de cobertura, así como para identificar y separar, en su caso, a los derivados implícitos. El C-10 establece para las coberturas de flujo de efectivo, que la porción efectiva se reconoce en forma transitoria en la utilidad integral dentro del capital contable, y posteriormente se reclasifica a resultados al momento en que la partida cubierta los afecta; la porción inefectiva se reconoce de inmediato en los resultados del período. Bajo la normatividad contable anterior (Boletín C-2, Instrumentos financieros), hasta el 2004 la Compañía reconocía el efecto de los derivados de cobertura hasta que se efectuaban los intercambios de flujos estipulados del swap, dentro del gasto financiero de los pasivos asociados. El efecto al inicio de 2005 fue reconocer un pasivo de instrumentos financieros derivados de \$125, con cargo al pasivo por impuesto sobre la renta diferido por \$35, un cargo a la utilidad integral dentro del capital contable por derivados de cobertura por \$89 y un cargo por efecto acumulado por cambio en principios de contabilidad por derivados de negociación de \$67.

b. Reconocimiento de los efectos de la inflación - La Compañía actualiza los estados financieros de las entidades nacionales y extranjeras en términos de pesos de poder adquisitivo de la fecha del último balance general que se presenta, reconociendo así los efectos de la inflación en la información financiera. En consecuencia, los estados financieros del año anterior que se presentan para efectos comparativos, también han sido actualizados en términos del mismo poder adquisitivo y sus cifras difieren de las originalmente presentadas que estaban en pesos de poder adquisitivo del cierre de ese año. Consecuentemente, las cifras de los estados financieros adjuntos son comparables, al estar todas expresadas en pesos constantes.

El reconocimiento de los efectos de la inflación resulta principalmente en el registro de los efectos inflacionarios en las partidas no monetarias y sobre las partidas monetarias y de sus consecuentes ganancias o pérdidas por inflación en los dos rubros siguientes, respectivamente:

- **Insuficiencia en la actualización del capital contable** - Se integra del resultado por posición monetaria acumulado hasta la primera actualización y la ganancia (o pérdida) por tenencia de activos no monetarios, que representa el cambio en el nivel específico de precios por encima o por debajo de la inflación.
- **Resultado por posición monetaria** - El resultado por posición monetaria, que representa la erosión del poder adquisitivo de las partidas monetarias originada por la inflación, se calcula aplicando factores derivados del Índice Nacional de Precios al Consumidor ("INPC") a la posición monetaria neta mensual. La ganancia se origina de mantener una posición monetaria pasiva neta.

c. Efectivo y equivalentes - Se valúan al costo de adquisición más rendimientos devengados, el que se aproxima a su valor razonable. Se integra de depósitos bancarios y de inversiones de inmediata realización.

d. Inventarios y costo de ventas - Los inventarios se valúan a costos promedio que son similares a su valor de reposición al cierre del ejercicio, sin exceder su valor de realización. El costo de ventas se presenta al último costo de producción real, que es similar al costo de reposición al momento de su venta.

e. Inmuebles, maquinaria y equipo - Se registran al costo de adquisición o construcción y se actualizan mediante factores derivados del INPC. La depreciación se calcula con base en los siguientes porcentajes:

| | |
|-----------------------|------------|
| Edificios | 5 |
| Equipo de fabricación | 8, 10 y 35 |
| Vehículos | 10 y 25 |
| Equipo de oficina | 10 |
| Equipo de cómputo | 30 |

f. Instrumentos financieros derivados - La Compañía valúa todos los derivados en el balance general a valor razonable, sin importar la intención de su tenencia; hasta 2004 se valuaban con el mismo criterio de la partida cubierta. La determinación de valor razonable se basa en cotizaciones de mercado, cuando el derivado cotiza en algún mercado reconocido y, en caso contrario, con determinaciones técnicas basadas en modelos reconocidos de valuación.

Los derivados designados de cobertura reconocen los cambios en valor razonable como sigue: (1) si son de valor razonable, las fluctuaciones tanto del derivado como de la partida cubierta se valúan contra resultados, o (2) si son de flujo de efectivo se reconocen temporalmente en la utilidad integral y se reclasifican a resultados cuando la partida cubierta los afecta. La porción inefectiva del cambio en el valor razonable se reconoce de inmediato en resultados, en el costo integral de financiamiento (CIF), independientemente de si el derivado está designado como cobertura de valor razonable o de flujo de efectivo.

La Compañía principalmente utiliza swaps de tasa de interés para administrar su exposición a las fluctuaciones de tasas de interés y de moneda extranjera de sus financiamientos; así como futuros para fijar el precio de compra de materias primas. La Compañía documenta formalmente todas las relaciones de cobertura, en donde describe los objetivos y estrategias de la administración de riesgos para llevar a cabo transacciones con derivados. La negociación con instrumentos derivados se realiza sólo con instituciones de reconocida solvencia y se han establecido límites para cada institución. La política de la Compañía es no realizar operaciones especulativas con instrumentos financieros derivados.

Ciertos instrumentos financieros derivados, aunque son contratados con fines de cobertura desde una perspectiva económica, no se han designado como cobertura para efectos contables. La fluctuación en el valor razonable de esos derivados se reconoce en el estado de resultados como parte del CIF.

A partir del 1° de enero de 2005, los instrumentos derivados de cobertura se registran como un activo o pasivo sin compensarlos con la partida cubierta; la norma aplicable hasta 2004 establecía su compensación.

- g. Crédito mercantil** - El exceso del costo sobre el valor razonable de las acciones de subsidiarias en la fecha de adquisición, se actualiza aplicando el INPC y se sujeta cuando menos anualmente, a pruebas de deterioro. Hasta el 31 de diciembre de 2004, el saldo se amortizaba en línea recta en 20 años. La amortización en 2004 ascendió a \$418, que incluye \$187 de amortización anticipada que se explica en el siguiente párrafo.

En 2004, la Compañía amortizó anticipadamente los créditos mercantiles de adquisiciones de empresas que al 31 de diciembre de 2004 estaban completamente integradas al resto de la operación. El efecto de esta amortización anticipada ascendió a un monto neto de \$187 que incluye principalmente los créditos mercantiles originados por el exceso del costo de las acciones adquiridas sobre el valor en libros de las subsidiarias Productos de Leche Coronado, S. A. de C. V. y Bimbo do Brasil, Ltda., así como el exceso del valor en libros sobre el costo de las acciones adquiridas de Joyco.

Al 31 de diciembre de 2004, el crédito mercantil está formado básicamente por el efecto de la adquisición de su subsidiaria en EUA, Mrs. Baird's Bakeries, Inc., así como los activos adquiridos en 2002, en el oeste de EUA, a George Weston, Ltd. Al 31 de diciembre de 2005, se integra también por el crédito mercantil generado por las adquisiciones de El Globo y de los activos de La Corona efectuadas en 2005 como se menciona en la Nota 2.b.

- h. Marcas y derechos de uso** - Derivado de la adquisición del negocio de George Weston, Ltd., la Compañía adquirió la marca de pan Oroweat, así como un sistema de distribución directo con aproximadamente 1,300 rutas. Asimismo, adquirió los derechos de uso de las marcas Entenmann's, Thomas y Boboli. Estos derechos y otros que ha adquirido no se amortizan, pero su valor se sujeta a pruebas de deterioro.
- i. Deterioro de activos de larga duración en uso** - La Compañía revisa el valor en libros de los activos de larga duración en uso, ante la presencia de algún indicio de deterioro que pudiera indicar que el valor en libros de los mismos pudiera no ser recuperable, considerando el mayor del valor presente de los flujos netos de efectivo futuros, o el precio neto de venta en el caso de su eventual disposición. El deterioro se registra considerando el importe del valor en libros que excede el valor mayor de los valores antes mencionados. Los indicios de deterioro que se consideran para estos efectos, son entre otros, las pérdidas de operación o flujos de efectivo negativos en el período, si es que están combinados con un historial o proyección de pérdidas, depreciaciones y amortizaciones cargadas a resultados, que en términos porcentuales en relación con los ingresos, sean substancialmente superiores a las de ejercicios anteriores, efectos de obsolescencia, reducción en la demanda de los productos que se fabrican, competencia y otros factores económicos y legales. Durante 2005 y 2004, la Compañía registró deterioro por marcas por \$124 y \$10, respectivamente, principalmente por cambio en estrategias de mercado, por lo que decidió no utilizar ciertas marcas en el futuro.
- j. Obligaciones laborales al retiro y previsión social** - El pasivo por primas de antigüedad, pensiones e indemnizaciones por terminación de la relación laboral a partir de 2005, se registra conforme se devenga, el cual es calculado por actuarios independientes con base en el método de crédito unitario proyectado, utilizando tasas de interés reales. Por lo tanto, se está reconociendo el pasivo, que a valor presente, se estima cubrirá la obligación por estos beneficios a la fecha estimada de retiro del conjunto de empleados que labora en la Compañía. Hasta el 31 de diciembre de 2004 las indemnizaciones se cargaban a los resultados cuando se tomaba la decisión de pagarlas.

El pasivo de previsión social corresponde a los riesgos por seguros correspondientes al auto-aseguro creado en EUA, por los seguros generales, seguros de automóviles y compensaciones a los trabajadores conforme una cobertura sujeta a límites específicos definidos en un programa. El pasivo de este programa se registra con base en la información histórica de la Compañía conforme a cálculos actuariales.

- k. Impuesto sobre la renta, impuesto al activo y participación de los trabajadores en las utilidades** - El impuesto sobre la renta (ISR) y la participación de los trabajadores en las utilidades (PTU), se registran en los resultados del año en que se causan, y se reconoce el ISR diferido proveniente de las diferencias temporales que resultan de la comparación de los valores contables y fiscales de los activos y pasivos, incluyendo, en su caso, el beneficio de las pérdidas fiscales por amortizar. El ISR diferido activo, se registra sólo cuando existe alta probabilidad de que pueda recuperarse. Se reconoce la PTU diferida proveniente de las diferencias temporales entre el resultado contable y la renta gravable, sólo cuando se pueda presumir razonablemente que va a generar un pasivo o beneficio, y no exista algún indicio de que dicha situación vaya a cambiar, de tal manera que los pasivos o beneficios no se materialicen.

El impuesto al activo pagado que se espera recuperar, se registra como un anticipo de ISR y se presenta en el balance general disminuyendo el pasivo por ISR diferido.

- l. Operaciones en moneda extranjera** - Las operaciones en moneda extranjera se registran al tipo de cambio vigente a la fecha de su celebración. Los activos y pasivos monetarios en moneda extranjera se valúan en moneda nacional al tipo de cambio vigente a la fecha de los estados financieros. Las fluctuaciones cambiarias se registran en los resultados del periodo correspondiente.
- m. Reconocimiento de ingresos** - Los ingresos por ventas se reconocen en el momento en el que se transfieren los riesgos y beneficios de los productos a los clientes que los adquieren, lo cual generalmente ocurre cuando se entregan al cliente y éste asume responsabilidad sobre los mismos. La Compañía descuenta de las ventas los gastos de mercantilización tales como promociones.
- n. Utilidad por acción** - La utilidad básica por acción ordinaria se calcula dividiendo la utilidad neta mayoritaria entre el promedio ponderado de acciones en circulación durante el ejercicio.

4. CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR

| | 2005 | 2004 |
|--|-----------------|-----------------|
| Cientes y agencias | \$ 2,890 | \$ 2,471 |
| Reserva para cuentas de cobro dudoso | (102) | (103) |
| | 2,788 | 2,368 |
| Documentos por cobrar | 90 | 116 |
| Impuesto sobre la renta por recuperar por pérdida en venta de acciones | - | 318 |
| Impuesto al valor agregado y otros impuestos por recuperar | 277 | 225 |
| Deudores diversos | 273 | 659 |
| Funcionarios y empleados | 39 | 49 |
| | \$ 3,467 | \$ 3,735 |

5. INVENTARIOS

| | 2005 | 2004 |
|---------------------------------------|-----------------|-----------------|
| Productos terminados | \$ 459 | \$ 347 |
| Ordenes en proceso | 34 | 18 |
| Materias primas, envases y envolturas | 722 | 735 |
| Otros almacenes | 56 | 46 |
| Reserva de inventarios | (4) | (5) |
| | 1,267 | 1,141 |
| Anticipos a proveedores | 74 | 73 |
| Materias primas en tránsito | 60 | 35 |
| | \$ 1,401 | \$ 1,249 |

6. INMUEBLES, MAQUINARIA Y EQUIPO

| | 2005 | 2004 |
|--|------------------|------------------|
| Edificios | \$ 6,842 | \$ 6,233 |
| Equipo de fabricación | 16,330 | 15,030 |
| Vehículos | 6,569 | 6,260 |
| Equipo de oficina | 336 | 151 |
| Equipo de cómputo | 1,007 | 966 |
| | 31,084 | 28,640 |
| Menos- Depreciación acumulada | (15,295) | (13,722) |
| | 15,789 | 14,918 |
| Terrenos | 1,992 | 1,886 |
| Construcciones en proceso y maquinaria en tránsito | 688 | 433 |
| | \$ 18,469 | \$ 17,237 |

7. INVERSIÓN EN ACCIONES DE ASOCIADAS

Al 31 de diciembre de 2005 y 2004, la inversión en acciones de asociadas se integra como sigue:

| Asociadas | % | 2005 | 2004 |
|---|--------|---------------|---------------|
| Artes Gráficas Unidas, S. A. de C. V. | 15 | \$ 73 | \$ 78 |
| Beta San Miguel, S. A. de C. V. | 8 | 227 | 237 |
| Bismark Acquisition, L.L.C. | 30 | 34 | 45 |
| Congelación y Almacenaje del Centro, S. A. de C. V. | 10 | 39 | 43 |
| Grupo Altex, S. A. de C. V. | 11 | 62 | 65 |
| Grupo La Moderna, S. A. de C. V. | 3 | 120 | 85 |
| Ovoplus, S. A. de C. V. | 25 | 29 | 30 |
| Pierre, L.L.C. | 30 | 16 | 20 |
| Productos Rich, S. A. de C. V. | 18 | 44 | 47 |
| Otras | Varios | 41 | 41 |
| | | \$ 685 | \$ 691 |

8. DEUDA A LARGO PLAZO

| | 2005 | 2004 |
|--|-----------------|-----------------|
| <p>Línea Comprometida Revolvente (Multimoneda) - El 20 de julio de 2005, la Compañía reestructuró algunos de los términos del contrato de línea revolvente y comprometida que originalmente se había pactado el 21 de mayo de 2004 con cuatro instituciones financieras. Dentro de estos cambios se encuentra que la línea fue extendida de 250 a 600 millones de dólares con un nuevo vencimiento en mayo de 2010. Por las eventuales disposiciones en moneda nacional al amparo de esta línea, la Compañía debe pagar la tasa TIE más 0.35 puntos porcentuales por los tres primeros años y TIE más 0.40 puntos porcentuales a partir del cuarto año y hasta su vencimiento, mientras que por las disposiciones en dólares americanos la tasa LIBOR más 0.40 puntos porcentuales por los tres primeros años y LIBOR más 0.45 puntos porcentuales a partir del cuarto año y hasta su vencimiento. Las tasas TIE y LIBOR al 31 de diciembre de 2005 fueron de 8.5650% y de 4.5362%, respectivamente. Durante 2004, Grupo Bimbo realizó la primera disposición en dólares americanos por 125 millones, los cuales sumados a recursos propios de la Compañía, fueron utilizados para liquidar de manera anticipada 137 millones de dólares americanos restantes del crédito sindicado contratado en octubre de 2001. Esta disposición de dólares se mantuvo durante 2005.</p> | \$ 1,339 | \$ 1,455 |
| <p>Certificados bursátiles - La Compañía llevó a cabo cuatro emisiones de certificados bursátiles (pagaderas a su vencimiento) para refinanciar deuda a corto plazo contratada para la adquisición de ciertos activos en el oeste de los EUA, dichas emisiones se estructuran como sigue:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bimbo 02- Emitidos el 17 de mayo de 2002 por \$2,750, con vencimiento en mayo de 2007, con una tasa de interés variable de Cetes de 182 días, más 0.92 puntos porcentuales, que al 31 de diciembre de 2005 equivalía al 9.68% anual; - Bimbo 02-2- Emitidos el 17 de mayo de 2002 por \$750, con vencimiento en mayo de 2012, con una tasa de interés fija de 10.15%; - Bimbo 02-3- Emitidos el 2 de agosto de 2002 por \$1,150, con vencimiento en agosto de 2009, con una tasa de interés fija de 11%; - Bimbo 02-4- Emitidos el 2 de agosto de 2002 por \$1,850, con vencimiento en agosto de 2008, con una tasa de interés de Cetes de 182 días, más 0.97 puntos porcentuales, que al 31 de diciembre de 2005 equivalía al 10.68% anual. | 6,500 | 6,711 |
| <p>Préstamos directos - El 2 de febrero de 1996, la Compañía contrató un financiamiento con el International Finance Corporation (IFC) por 140 millones de dólares americanos, integrado por 3 pagarés. Los pagarés "A" y "B" devengan intereses a una tasa fija anual del 8.74% y el pagaré "C" una tasa variable de LIBOR a 6 meses, pagaderos semestralmente. El plazo de financiamiento es de 12 años mediante 11 amortizaciones anuales de capital a partir de febrero de 1998 para los pagarés "A" y "B" y 10 años para el pagaré "C". Este último pagaré fue liquidado anticipadamente el pasado 12 abril de 2002. Durante el mes de febrero de 2005, la Compañía amortizó 11.8 millones de dólares, por lo que el saldo de este préstamo al 31 de diciembre de 2005 es de 35.4 millones de dólares americanos</p> | 379 | 549 |
| <p>Otros - Algunas subsidiarias tienen contratados otros préstamos directos, con vencimientos que fluctúan entre el 2007 y el 2009 y generan intereses a diversas tasas</p> | 121 | 64 |
| | 8,339 | 8,779 |
| Menos – Porción circulante de la deuda a largo plazo | (247) | (199) |
| Deuda a largo plazo | \$ 8,092 | \$ 8,580 |

Los vencimientos de la deuda a largo plazo al 31 de diciembre de 2005, son como sigue:

| | |
|------|-----------------|
| 2007 | \$ 2,877 |
| 2008 | 1,976 |
| 2009 | 1,150 |
| 2010 | 1,339 |
| 2012 | 750 |
| | \$ 8,092 |

En los contratos de préstamo se establecen ciertas obligaciones de hacer y de no hacer para los acreditados; adicionalmente requieren que, con base en los estados financieros consolidados, se mantengan determinadas razones y proporciones financieras. Al 31 de diciembre de 2005 y 2004, la Compañía ha cumplido con todas las obligaciones establecidas en los contratos de crédito.

9. INSTRUMENTOS FINANCIEROS DERIVADOS

México -

Coberturas de tasas de interés – La Compañía emitió Certificados Bursátiles por \$6,500 en 2002 (descritos en la Nota 8) y en forma simultánea contrató swaps que cambian el perfil de la deuda de tasa variable a tasa fija; su monto nominal asciende a \$3,750 y representa un 58% de los Certificados Bursátiles en circulación. Estos derivados fueron designados como cobertura de flujo de efectivo y desde su designación formal se asumió que no arrojarían inefectividades.

Al 31 de diciembre y 1° de enero de 2005, las características de operación de los instrumentos de cobertura son:

| Fecha de Inicio | Fecha de Vencimiento | Monto Nominal | Tasa de interés | | Valor razonable |
|--|----------------------|---------------|--------------------|---------------|-----------------|
| | | | Flotante (cobrada) | Fija (pagada) | |
| Cifras al 31 de diciembre de 2005 | | | | | |
| 17 de mayo 2002 | 10 de mayo 2007 | \$ 2,750 | 9.68% | 10.38% | \$ (56) |
| 17 de mayo 2002 | 10 de mayo 2007 | \$ 1,000 | 10.68% | 10.94% | (51) |
| | | | | | \$ (107) |
| Efectos al 1° de enero de 2005 | | | | | |
| 17 de mayo 2002 | 10 de mayo 2007 | \$ 2,750 | 9.73% | 10.38% | \$ (49) |
| 17 de mayo 2002 | 10 de mayo 2007 | \$ 1,000 | 9.13% | 10.94% | (42) |
| | | | | | \$ (91) |

El valor razonable de los swaps al 31 de diciembre de 2005 se reconoció como un pasivo por \$107 con cargo al impuesto sobre la renta diferido pasivo por \$30 y un cargo de \$77 a la utilidad integral. Se estima que en 2006 serán reclasificados \$32 (neto de impuesto sobre la renta) de la utilidad integral a resultados, los que serán reconocidos en el mismo rubro que la partida cubierta, como parte del CIF.

Cobertura de tasas y divisas – En el ejercicio 2005 llegaron a término y fueron vendidos antes de su vencimiento, instrumentos derivados con subyacentes en tasas y divisas por un monto nominal de USD \$270 millones, de los cuales, USD \$170 millones se clasificaron como de negociación por no reunir los requisitos para su reconocimiento contable de cobertura. El efecto acumulado al 1° de enero de 2005 de la pérdida en la venta de instrumentos con fines de negociación ascendió a \$67, neto de impuesto sobre la renta, el cual se reconoció en los resultados de 2005 en el rubro de Efecto inicial acumulado por cambio en principio de contabilidad.

Coberturas de Divisas "Forwards" – En enero de 2005 llegaron a su fecha de vencimiento 6 contratos forward con un monto nominal de USD \$96 millones que fijaban el tipo de cambio para la adquisición de divisas en un promedio ponderado de \$11.28 pesos por dólar. La pérdida cambiaría en la liquidación de estos instrumentos por \$5, se registró en el CIF. Al cierre de 2005 no existían derivados contratados con este subyacente.

Cobertura de precio de trigo – La Compañía celebra contratos de futuros de trigo con la finalidad de minimizar los riesgos de variación en los precios internacionales del trigo, principal componente de la harina que es el principal insumo que la Compañía utiliza para la fabricación de sus productos. Las operaciones son celebradas en mercados de commodities reconocidos y a través de su documentación formal son designadas como cobertura de transacciones pronosticadas (la compra del trigo).

Al 31 de diciembre y 1° de enero de 2005, las características de estos instrumentos de cobertura son:

| Fecha de inicio | Posición | Contratos | | Valor razonable |
|--|----------|-----------|-------------|-----------------|
| | | Número | Vencimiento | |
| Cifras al 31 de diciembre de 2005 | | | | |
| Agosto a noviembre 2005 | Larga | 628 | Marzo 2006 | \$ 7 |
| Noviembre 2005 | Larga | 111 | Mayo 2006 | 2 |
| | | | | \$ 9 |
| Cifras al 1° de enero de 2005 | | | | |
| Noviembre y diciembre 2004 | Larga | 403 | Mayo 2005 | \$ 2 |
| Diciembre 2004 | Larga | 735 | Julio 2005 | - |
| | | | | \$ 2 |

La posición larga al cierre de 2005 de 739 contratos (5,000 bushels cada contrato) arrojó un valor razonable de \$9, reconocido como un activo con crédito a un pasivo de impuestos diferidos por \$2 y un crédito a la utilidad integral de \$7. El saldo en la utilidad integral al 31 de diciembre, por contratos de futuros, asciende a \$9, ya que incluye \$2 de contratos cerrados que aún no se reclasifican al costo de ventas debido a que no han sido consumidos.

Se estima que el monto total de utilidad integral por contratos de futuros, al cierre de 2005, se reclasificará a los resultados en el transcurso de 2006.

Instrumentos derivados implícitos - La Compañía cuenta con contratos que cumplen con características de derivados implícitos, sin embargo, debido a que éstos no cumplen con las condiciones establecidas de acuerdo a los lineamientos del Boletín C-10, para su separación, no se valoraron ni registraron.

EUA -

Cobertura de precio de trigo - Para protegerse de los riesgos derivados de las fluctuaciones en los precios de commodities de trigo, la Compañía utiliza contrato de futuros selectivamente. Las fluctuaciones del valor de los instrumentos financieros derivados, valuados a su valor razonable, se reconocen en los resultados de operación del ejercicio, netas de los costos y gastos que provienen de los activos cuyos riesgos se están cubriendo. Las primas pagadas o recibidas por los instrumentos financieros derivados, adquiridos con fines de cobertura, se difieren y amortizan con cargo a los resultados del ejercicio, durante la vida de estos instrumentos.

Durante el ejercicio 2005 y 2004, BBU llevó a cabo operaciones financieras derivadas, tendientes a cubrir las alzas en el precio del trigo panificable, las cuales generaron ganancias (pérdidas) de aproximadamente \$1 y \$(3), respectivamente, que se reconocieron en los resultados de cada ejercicio, dentro del costo de ventas.

Al 31 de diciembre de 2005 y 2004, los contratos de futuros fueron de aproximadamente 625,000 y 3,595,000 bushels a precios que fluctúan de 3.79 a 3.89, y de 3.25 a 3.85 dólares por bushel, respectivamente.

10. OBLIGACIONES LABORALES AL RETIRO Y PREVISIÓN SOCIAL

a. **México** - La Compañía tiene planes de beneficios definidos para pagos por jubilación y por muerte o invalidez total para su personal no sindicalizado y para pagos por prima de antigüedad que consisten en un pago único de 12 días por cada año trabajado con base al último sueldo, limitado al doble del salario mínimo establecido por ley para todo su personal, de acuerdo con lo estipulado en los contratos de trabajo. El pasivo relativo y el costo anual de beneficios, se calculan por actuario independiente, conforme a las bases definidas en los planes, utilizando el método de crédito unitario proyectado.

Los valores presentes de estas obligaciones y las tasas utilizadas para su cálculo son:

| | 2005 | 2004 |
|---|------------|------------|
| Obligación por beneficios actuales | \$ (3,183) | \$ (2,644) |
| Obligación por beneficios proyectados | \$ (3,862) | \$ (3,271) |
| Activos del plan (fondo en fideicomiso) | 3,595 | 3,405 |
| Situación del fondo | (267) | 134 |
| Partidas pendientes de amortizar: | | |
| Servicios anteriores y modificaciones al plan | (10) | (21) |
| Variaciones en supuestos y ajustes por experiencia | 319 | 594 |
| Activo de transición | (47) | (511) |
| (Pasivo) activo neto proyectado (incluido en otros activos) | (5) | 196 |
| (Pasivo adicional) / activo intangible | (407) | - |
| | \$ (412) | \$ 196 |

El costo neto del período se integra por:

| | 2005 | 2004 |
|---|--------|--------|
| Costo de servicios del año | \$ 207 | \$ 193 |
| Amortización del activo de transición | (26) | (28) |
| Amortización de servicios anteriores y modificaciones al plan, y variaciones en supuestos y ajustes por experiencia | 11 | 14 |
| Costo financiero del año | 150 | 136 |
| Menos- Rendimiento de los activos del fondo | (170) | (164) |
| Costo neto del período | \$ 172 | \$ 152 |

Las tasas reales utilizadas en los cálculos actuariales son:

| | 2005 | 2004 |
|--|--------------|-------------|
| Descuento de las obligaciones por beneficios proyectados a su valor presente | 4.50% | 4.50% |
| Incremento de sueldos | 1.50% | 1.50% |
| Rendimiento de los activos del plan | 5.00% | 5.00% |

Las partidas pendientes de amortizar se aplican a resultados con base en la vida laboral promedio remanente de los trabajadores que es de 30 años.

- b. EUA** - La Compañía tiene establecido un plan de pensiones (el "Plan de Pensiones") de beneficios definidos que cubre a los empleados elegibles. La política de fondeo de la Compañía es la de hacer contribuciones discrecionales. Durante 2005 y 2004, la Compañía efectuó contribuciones al Plan de Pensiones por \$89 y \$180, respectivamente. A partir del 1° de enero de 2005, ciertos planes de beneficios se congelaron para ciertos empleados no sindicalizados. La fecha de inicio para dicho cálculo es el 31 de diciembre de 2005.

En la siguiente tabla se muestran los montos reconocidos para el plan de pensiones y la situación del fondo mostrada en el balance general, así como el pasivo de previsión social al 31 de diciembre de 2005 y 2004:

| | 2005 | 2004 |
|--|-------------------|-------------|
| Obligación por beneficios actuales | \$ (1,409) | \$ (1,286) |
| Obligación por beneficios proyectados | \$ (1,589) | \$ (1,405) |
| Activos del plan | 892 | 910 |
| Situación del fondo | (697) | (495) |
| Pérdida actuarial y costo de servicios pasados netos por amortizar | 583 | 365 |
| Pasivo neto proyectado | (114) | (130) |
| Pasivo adicional | (403) | (246) |
| | (517) | (376) |
| Previsión social | (290) | (371) |
| Obligaciones laborales y previsión social | \$ (807) | \$ (747) |

El costo neto del período se integra por:

| | 2005 | 2004 |
|---------------------------------------|--------------|-------------|
| Costo de servicios del año | \$ 51 | \$ 80 |
| Costo financiero del año | 79 | 83 |
| Rendimiento de los activos del plan | (79) | (78) |
| Pérdida neta reconocida en el período | 18 | 12 |
| Costo neto del período | \$ 69 | \$ 97 |

A continuación se muestra un resumen de los supuestos utilizados:

| | 2005 | 2004 |
|--|--------------|-------------|
| Promedio ponderado de las tasas de descuento | 5.75% | 6.25% |
| Tasa de incremento de sueldos | 3.75% | 3.75% |
| Rendimiento de los activos del plan | 8.25% | 8.25% |

- c. Otros países** - Al 31 de diciembre de 2005, el pasivo neto por obligaciones laborales en otros países no es importante.

11. CAPITAL CONTABLE

a. El capital contable al 31 de diciembre de 2005 se integra como sigue:

| | Número de acciones | Valor nominal | Efecto de actualización / conversión | Total |
|--|--------------------|---------------|--------------------------------------|-----------|
| Capital fijo | | | | |
| Serie A | 1,175,800,000 | \$ 1,902 | \$ 5,513 | \$ 7,415 |
| Serie B | - | - | - | - |
| Total de acciones | 1,175,800,000 | \$ 1,902 | \$ 5,513 | \$ 7,415 |
| Reserva para recompra de acciones | | 600 | 103 | 703 |
| Utilidades retenidas | | 7,838 | 11,370 | 19,208 |
| Otros conceptos del resultado integral acumulado | | (276) | (5,389) | (5,665) |
| Efecto acumulado de impuesto sobre la renta diferido | | (1,747) | (456) | (2,203) |
| Instrumentos financieros | | (66) | (2) | (68) |
| Interés minoritario | | 481 | (17) | 464 |
| Total | | \$ 8,732 | \$ 11,122 | \$ 19,854 |

El capital social está íntegramente suscrito y pagado y corresponde a la parte fija del capital social. La parte variable del capital nunca podrá exceder de diez veces el importe del capital mínimo fijo sin derecho a retiro y estará representada por acciones de la Serie "B", ordinarias, nominativas, sin expresión de valor nominal y/o por acciones de voto limitado, nominativas, sin expresión de valor nominal, las cuales serán denominadas con el nombre de la Serie que determine su emisión. En ningún momento las acciones de voto limitado podrán representar más del 25% del capital social.

b. Los dividendos pagados durante 2005 y 2004 ascendieron a:

| | Pesos por Acción | Valor nominal total | Valor al 31 de diciembre de 2005 |
|-----------------------------|------------------|---------------------|----------------------------------|
| Aprobados en Asambleas del: | | | |
| 8 de abril de 2005 | \$ 0.28 | \$ 329 | \$ 336 |
| 8 de noviembre de 2004 | \$ 0.60 | \$ 705 | \$ 730 |
| 29 de abril de 2004 | \$ 0.24 | \$ 282 | \$ 302 |

c. Las utilidades retenidas incluyen la reserva legal. De acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles, de las utilidades netas del ejercicio debe separarse un 5% como mínimo para formar la reserva legal, hasta que su importe ascienda al 20% del capital social a valor nominal. La reserva legal puede capitalizarse, pero no debe repartirse a menos que se disuelva la sociedad, y debe ser reconstituida cuando disminuya por cualquier motivo. Al 31 de diciembre de 2005 y 2004, su importe a valor nominal asciende a \$500.

d. La distribución del capital contable, excepto por los importes actualizados del capital social aportado y de las utilidades retenidas fiscales, causará el impuesto sobre la renta sobre dividendos a cargo de la Compañía a la tasa vigente. En el año de 2004 la tasa fue el 33%, la cual se reduce al 30% para el año del 2005 y se reducirá en un punto porcentual en cada año, hasta llegar al 28% a partir del 2007. El impuesto que se pague por dicha distribución, se podrá acreditar contra el impuesto sobre la renta del ejercicio en el que se pague el impuesto sobre dividendos y en los dos ejercicios inmediatos siguientes, contra el impuesto del ejercicio y los pagos provisionales de los mismos.

e. Los saldos de las cuentas fiscales del capital contable al 31 de diciembre son:

| | 2005 | 2004 |
|---------------------------------|-----------|-----------|
| Cuenta de capital de aportación | \$ 6,600 | \$ 6,600 |
| Cuenta de utilidad fiscal neta | 15,051 | 12,525 |
| Total | \$ 21,651 | \$ 19,125 |

12. SALDOS Y OPERACIONES EN MONEDA EXTRANJERA

a. La posición monetaria en millones de dólares americanos, sólo de las empresas mexicanas, al 31 de diciembre de 2005 y 2004 es:

| | 2005 | 2004 |
|--------------------------------------|--------|----------|
| Activo circulante | \$ 164 | \$ 30 |
| Pasivos- | | |
| Corto plazo | 17 | 19 |
| Largo plazo | 149 | 160 |
| Total pasivos | 166 | 179 |
| Posición pasiva en moneda extranjera | 2 | 149 |
| Equivalente en millones de pesos | \$ 21 | \$ 1,734 |

b. Como se indica en la Nota 18, la Compañía tiene operaciones importantes en EUA y OLA.

c. Las operaciones en millones de dólares americanos, sólo de las empresas mexicanas, fueron como sigue:

| | 2005 | 2004 |
|------------------------|------|------|
| Ventas de exportación | 12 | 9 |
| Compras de importación | 77 | 98 |

d. Los tipos de cambio vigentes a la fecha de los estados financieros y a la fecha de su emisión fueron como sigue:

| | 2005 | 2004 | 7 de marzo de 2006 |
|----------------|---------|---------|--------------------|
| Dólar bancario | 10.7109 | 11.2648 | 10.6118 |

13. TRANSACCIONES Y SALDOS CON PARTES RELACIONADAS

a. Las transacciones con partes relacionadas efectuadas en el curso normal de sus operaciones, fueron como sigue:

| | 2005 | 2004 |
|--|----------|----------|
| Egresos por- | | |
| Compra de materias primas y productos terminados | \$ 3,815 | \$ 3,749 |

b. Los saldos netos por pagar a partes relacionadas son:

| | 2005 | 2004 |
|---|--------|--------|
| Artes Gráficas Unidas, S. A. de C. V. | \$ 36 | \$ 35 |
| Beta San Miguel, S. A. de C. V. | 87 | 89 |
| Efform, S. A. de C. V. | 9 | 8 |
| Frexport, S. A. de C. V. | 26 | 30 |
| Grupo Altex, S. A. de C. V. | 107 | 115 |
| Industrial Molinera Montserrat, S. A. de C. V. | 14 | 16 |
| Industrial Molinera San Vicente de Paul, S. A. de C. V. | 11 | 11 |
| Makymat, S. A. de C. V. | 6 | 8 |
| Ovoplus del Centro, S. A. de C. V. | 22 | 24 |
| Pan-Glo de México, S. de R. L. de C. V. | 8 | 2 |
| Paniplus, S. A. de C. V. | 14 | 18 |
| Proarce, S. A. de C. V. | 15 | 20 |
| Grupo La Moderna, S. A. de C. V. | 3 | 1 |
| Uniformes y Equipo Industrial, S. A. de C. V. | 9 | 9 |
| | \$ 367 | \$ 386 |

14. OTROS GASTOS, NETO

| | 2005 | 2004 |
|---|---------|---------|
| Actualización de impuestos | \$ (20) | \$ (55) |
| Pérdida en venta de maquinaria y equipo | 85 | 60 |
| Amortización del crédito mercantil | - | 418 |
| Pérdida (utilidad) en venta de acciones | 25 | (5) |
| Gastos diversos | 48 | 28 |
| | \$ 138 | \$ 446 |

15. ENTORNO FISCAL

Impuesto sobre la renta, impuesto al activo y participación de los trabajadores en las utilidades en México

La Compañía está sujeta al impuesto sobre la renta (ISR) y al impuesto al activo (IMPAC). El ISR se calcula considerando como gravables o deducibles ciertos efectos de la inflación, tales como la depreciación calculada sobre valores en pesos constantes, se acumula o deduce el efecto de la inflación sobre ciertos pasivos y activos monetarios a través del ajuste anual por inflación, el cual es similar en concepto al resultado por posición monetaria, y a partir de 2005, conforme a las modificaciones a las leyes del ISR e IMPAC publicadas el 1° de diciembre de 2004 aplicables a partir de 2005, a) Se reduce la tasa del ISR a 30% para el año 2005, a 29% en 2006 y a 28% de 2007 en adelante. La tasa en 2004 fue del 33%); b) Para efectos de ISR se deduce el costo de ventas en lugar de las adquisiciones de los inventarios; c) En 2005 se puede optar por acumular en un período de 4 a 12 años los inventarios al 31 de diciembre de 2004, determinados con base en las reglas fiscales; al optar por acumular los inventarios el saldo de éstos se deberá disminuir con el saldo no deducido de los inventarios de la Regla 106 y las pérdidas fiscales por amortizar, y se deduce el costo de ventas de los inventarios conforme se enajenen; d) A partir de 2006 será disminuíble en su totalidad la participación a los trabajadores en las utilidades que se pague y e) Se incluyen los pasivos bancarios y con extranjeros para determinar la base gravable del IMPAC.

Por otra parte, el IMPAC se causa a razón del 1.8% del promedio neto de la mayoría de los activos (a valores actualizados) y de ciertos pasivos, y se paga únicamente por el monto en que exceda al ISR del año; cualquier pago que se efectúe es recuperable contra el monto en que el ISR exceda al IMPAC en los diez ejercicios subsecuentes.

Grupo Bimbo, S. A. de C. V. causa el impuesto sobre la renta e impuesto al activo en forma consolidada con sus subsidiarias mexicanas, en la proporción en que es propietaria de las acciones con derecho a voto de las subsidiarias al cierre del ejercicio.

Impuesto sobre la renta, impuesto al activo y participación de los trabajadores en las utilidades en otros países

Las compañías subsidiarias establecidas en el extranjero, calculan el impuesto sobre la renta sobre los resultados individuales de cada subsidiaria y de acuerdo con los regímenes específicos de cada país. EUA cuenta con autorización para la presentación de una declaración de impuesto sobre la renta consolidada.

Las tasas fiscales aplicables en los otros países en donde opera la Compañía y el período en el cual pueden aplicarse las pérdidas fiscales son como sigue:

| | Tasa legal (%) | | Años de Vencimiento |
|-----------------|----------------|--------------|---------------------|
| | 2005 | 2004 | |
| Austria | 25.0 | 34.0 | (a) |
| Argentina | 35.0 | 35.0 | 5 |
| Brasil | (b) 34.0 | (b) 34.0 | (c) |
| Colombia | (d) 35.0 | (d) 35.0 | (e) |
| Costa Rica | 30.0 | 30.0 | 3 |
| Chile | 17.0 | 17.0 | (f) |
| El Salvador | 25.0 | 25.0 | (g) |
| España | 35.0 | 35.0 | 15 |
| EUA | (h) 35.0 | (h) 35.0 | 20 |
| Guatemala | 31.0 | 31.0 | (i) |
| Honduras | 25.0 al 30.0 | 25.0 al 30.0 | (g) |
| Hungría | 16.0 | 18.0 | (f) |
| Nicaragua | 30.0 | 30.0 | 3 a 4 |
| Perú | 30.0 | 30.0 | (j) |
| República Checa | 26.0 | 28.0 | 5 a 7 |
| Uruguay | 30.0 | 30.0 | 3 |
| Venezuela | 34.0 | 34.0 | 3 |

(a) Las pérdidas generadas después de 1990 pueden amortizarse indefinidamente pero sólo puede ser compensado en cada año hasta por el 75% de la utilidad fiscal neta del año.

(b) La tasa de ISR en Brasil es del 15% y excediendo ciertos montos debe agregársele el 10% adicional más cargas sociales por el 9% cuya base de cálculo es similar a la tasa estatutaria de ISR.

(c) Las pérdidas fiscales pueden amortizarse indefinidamente pero sólo puede ser compensado en cada año hasta por el 30% de la utilidad fiscal neta del año.

(d) Incluye una sobretasa del 10% a la tasa estatutaria del 35%.

- (e) En Colombia las pérdidas fiscales generadas antes del 31 de diciembre de 2002 pueden aplicarse en un período de cinco años y las pérdidas fiscales generadas después del 1° de enero de 2003 pueden aplicarse en un período de ocho años pero limitadas a un 25% de la utilidad gravable de cada año.
- (f) Sin fecha de vencimiento.
- (g) Sin posibilidad de amortizarse.
- (h) A este porcentaje debe sumarse un porcentaje de impuesto estatal, el cual varía en cada estado de la Unión Americana. La tasa legal ponderada para la Compañía en 2005 y 2004 fue de 38.2% y 37.6%, respectivamente.
- (i) En Guatemala las pérdidas fiscales sólo pueden aplicarse por compañías de reciente creación por lo cual no es aplicable para la operación de la Compañía.
- (j) En Perú a partir del año en que se genere utilidad fiscal se tienen 4 años para poder amortizarlas al 100% o con plazo ilimitado al 50%.

Las operaciones en Argentina, Colombia, Guatemala, Nicaragua y Venezuela están sujetas a pagos mínimos de impuesto sobre la renta o al IMPAC.

Las operaciones en Brasil y Venezuela se encuentran sujetas al pago de PTU conforme a ciertos mecanismos aplicados a sus resultados. No ha habido pago por este concepto durante 2005 ni 2004.

Integración de provisión, tasa efectiva y efectos diferidos

- a. El ISR y PTU consolidados de la Compañía se integran como sigue:

| | 2005 | 2004 |
|----------|-----------------|---------------|
| ISR: | | |
| Causado | \$ 1,526 | \$ 1,426 |
| Diferido | (58) | (526) |
| | \$ 1,468 | \$ 900 |
| PTU: | | |
| Causada | \$ 408 | \$ 275 |
| Diferida | (17) | 77 |
| | \$ 391 | \$ 352 |

- b. La conciliación de la tasa legal del ISR en México y la tasa efectiva expresadas como un porcentaje de la utilidad antes de ISR y PTU por el año terminado el 31 de diciembre de 2005 y 2004 es como sigue:

| | % | |
|---|--------------|-------------|
| | 2005 | 2004 |
| Tasa legal de impuestos en México | 30.0 | 33.0 |
| Efectos inflacionarios | 0.8 | 0.6 |
| Gastos no deducibles y otros | 0.5 | 2.7 |
| Diferencia en tasas y moneda de subsidiarias en distintas jurisdicciones fiscales | 0.3 | (4.3) |
| Efecto en ISR diferido por reducción de tasas | - | (4.9) |
| Variación en la reserva de valuación de pérdidas fiscales por amortizar | (0.3) | (0.4) |
| Tasa efectiva | 31.3 | 26.7 |

- c. Los principales conceptos que originan el activo de impuesto sobre la renta diferido al 31 de diciembre de 2005 y 2004 son los siguientes:

| | 2005 | 2004 |
|--|-----------------|-----------------|
| Anticipo de clientes | \$ (115) | \$ (124) |
| Reserva para cuentas incobrables | (31) | (33) |
| Inventarios | 195 | 269 |
| Inmuebles, maquinaria y equipo e intangibles | 1,850 | 1,381 |
| Otras inversiones | (58) | (60) |
| Otras reservas | (648) | (470) |
| Pérdidas fiscales por amortizar | (1,688) | (1,506) |
| Reserva de valuación | 572 | 612 |
| Impuesto al activo por recuperar | (196) | (191) |
| Total activo, neto | \$ (119) | \$ (122) |

Los activos y pasivos de impuesto sobre la renta derivados de diferentes entidades gravadas y autoridades tributarias que no se han compensado en el balance general son como sigue:

| | 2005 | 2004 |
|--------------------------|---------------|---------------|
| ISR diferido activo | \$ 1,443 | \$ 1,759 |
| ISR diferido pasivo | 1,324 | 1,637 |
| Total activo neto | \$ 119 | \$ 122 |

- d. Debido a que las pérdidas fiscales que tiene la Compañía corresponden principalmente a sus operaciones de EUA y algunos países de OLA, considera que algunas de las mismas no se utilizarán antes de su fecha de vencimiento, por lo cual, se ha reconocido una reserva de valuación sobre parte de dichas pérdidas fiscales.
- e. Los beneficios de las pérdidas fiscales actualizadas pendientes de amortizar y el IMPAC por recuperar por los que ya se ha reconocido parcialmente el activo por ISR diferido y un pago anticipado por ISR, respectivamente, pueden recuperarse cumpliendo con ciertos requisitos. Las pérdidas fiscales generadas en países en donde existe una fecha de vencimiento, expiran a partir de 2006 hasta 2024, venciendo la mayor parte de ellas a partir de 2020.
- f. Con motivo de las reformas fiscales en México publicadas el 1° de diciembre de 2004 la Compañía registró un pasivo neto por PTU diferida de \$76 de inventarios al 31 de diciembre de 2004, debido al tratamiento fiscal de la deducción del costo de ventas en lugar de las adquisiciones de inventarios que se menciona anteriormente en esta misma nota.

16. PARTIDA EXTRAORDINARIA

Durante 2004 se obtuvo una sentencia favorable por un juicio promovido por la Compañía, en relación con el tratamiento de las pérdidas en enajenación de acciones señalado en el segundo párrafo de la fracción XVIII del artículo 25 de la Ley del ISR vigente hasta el 31 de diciembre de 2001 y obtuvo también la actualización de dicha sentencia favorable y otras de 2003. Dicho efecto ascendió a \$561, neto de \$84 de efecto de impuesto sobre la renta. Durante 2005, la partida extraordinaria se forma de \$76 resultado de un juicio fiscal sobre la deducibilidad de la PTU correspondiente a 2003.

17. COMPROMISOS

Garantías y/o avales

- a. Al 31 de diciembre de 2005, Grupo Bimbo, S. A. de C. V., junto con algunas de sus compañías subsidiarias, ha garantizado a través de cartas de crédito ciertas obligaciones comerciales ordinarias, así como algunos riesgos contingentes asociados a obligaciones laborales de algunas de sus compañías subsidiarias. El valor de dichas cartas de crédito sumado a aquellas emitidas para garantizar ciertas obligaciones de terceros, derivadas de contratos de suministro de largo plazo suscritos por la Compañía, asciende a \$95.7 millones de dólares americanos, de las cuales ya se tiene un pasivo registrado por previsión social en EUA que asciende a \$32 millones de dólares americanos.
- b. La Compañía ha garantizado algunas obligaciones contingentes de asociadas por un monto de \$29.3 millones de dólares al 31 de diciembre de 2005. De la misma manera, existen a la fecha garantías o avales otorgados por la Compañía para garantizar obligaciones de terceros derivadas de la venta de activos en años anteriores por un monto de \$14 millones de dólares.

Compromisos por arrendamiento

- c. La Compañía tiene compromisos a largo plazo por arrendamiento operativo, principalmente por las instalaciones que utiliza para la producción, distribución y venta de sus productos, los cuales van de los 3 a los 15 años, con opción a renovación de 1 a 5 años. Algunos arrendamientos requieren que la Compañía pague todos los gastos asociados, tales como impuestos, mantenimiento y seguros durante el término de los contratos. El total de los compromisos por arrendamientos es como sigue:

| Años | Importe |
|--------------------|-----------------|
| 2006 | \$ 425 |
| 2007 | 348 |
| 2008 | 274 |
| 2009 | 228 |
| 2010 y posteriores | 671 |
| Total | \$ 1,946 |

Gravámenes

- d. Al 31 de diciembre de 2005, la Compañía ha establecido una caución en efectivo por \$7.6 para garantizar ciertos pasivos de una de sus compañías asociadas.

18. INFORMACIÓN POR ÁREA GEOGRÁFICA

A continuación se presentan los principales datos por área geográfica en las que opera la Compañía por los años terminados el 31 de diciembre de 2005 y 2004:

2005

| | México | EUA | OLA | Eliminaciones de consolidación | Total |
|--|-----------|-----------|----------|--------------------------------|-----------|
| Ventas netas | \$ 39,902 | \$ 13,546 | \$ 3,982 | \$ (1,328) | \$ 56,102 |
| Utilidad de operación | \$ 5,030 | \$ 75 | \$ 52 | \$ 45 | \$ 5,202 |
| Utilidad (pérdida) neta mayoritaria | \$ 2,618 | \$ 213 | \$ (21) | \$ 19 | \$ 2,829 |
| Depreciación y amortización (sin amortización de crédito mercantil) | \$ 1,390 | \$ 432 | \$ 167 | \$ - | \$ 1,989 |
| Utilidad de operación, más depreciación y amortización ("UAFIDA") | \$ 6,420 | \$ 507 | \$ 219 | \$ 45 | \$ 7,191 |
| Activos totales | \$ 26,962 | \$ 10,023 | \$ 3,125 | \$ (3,080) | \$ 37,030 |
| Pasivos totales | \$ 17,385 | \$ 2,273 | \$ 937 | \$ (3,419) | \$ 17,176 |

2004

| | México | EUA | OLA | Eliminaciones de consolidación | Total |
|--|-----------|-----------|----------|--------------------------------|-----------|
| Ventas netas | \$ 36,800 | \$ 13,173 | \$ 3,741 | \$ (1,141) | \$ 52,573 |
| Utilidad (pérdida) de operación | \$ 4,632 | \$ (288) | \$ (100) | \$ 31 | \$ 4,275 |
| Utilidad (pérdida) neta mayoritaria | \$ 3,611 | \$ (652) | \$ (501) | \$ 205 | \$ 2,663 |
| Depreciación y amortización (sin amortización de crédito mercantil) | \$ 1,124 | \$ 345 | \$ 218 | \$ - | \$ 1,687 |
| Utilidad de operación, más depreciación y amortización ("UAFIDA") | \$ 5,756 | \$ 57 | \$ 118 | \$ 31 | \$ 5,962 |
| Activos totales | \$ 23,841 | \$ 9,680 | \$ 2,916 | \$ (1,767) | \$ 34,670 |
| Pasivos totales | \$ 15,289 | \$ 2,171 | \$ 907 | \$ (1,368) | \$ 16,999 |

19. NUEVOS PRONUNCIAMIENTOS CONTABLES

El 31 de mayo de 2004, el Instituto Mexicano de Contadores Públicos de México, A. C. ("IMCP") efectuó la entrega formal de la función de la emisión de normas de información financiera al Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera, A. C. ("CINIF"), en congruencia con la tendencia mundial de que dicha función la desarrolla un organismo independiente. Asimismo, los boletines de principios de contabilidad generalmente aceptados ("PCGA") y circulares emitidos por el IMCP, fueron transferidos al CINIF. El CINIF decidió renombrar los PCGA como Normas de Información Financiera (NIF), y definió que las NIF se conforman de las propias NIF y las Interpretaciones a las NIF que emita, de los boletines de PCGA que no hayan sido modificados, sustituidos o derogados por las nuevas NIF, así como por las Normas Internacionales de Información Financiera aplicables de manera supletoria.

El CINIF estableció como uno de sus objetivos fundamentales, avanzar hacia una mayor convergencia con las normas de información financiera a nivel internacional, por lo que inició sus trabajos con la revisión de los conceptos teóricos contenidos en los PCGA, y estableció el Marco Conceptual ("MC") destinado a servir como sustento para el desarrollo de normas de información financiera y como referencia en la solución de aspectos que surgen en la práctica contable. El MC está constituido por ocho normas de información financiera que integran la serie NIF-A; dicha serie, junto con la NIF B-1, fueron promulgadas el 31 de octubre 2005 y sus disposiciones entran en vigor para los ejercicios que inicien a partir del 1° de enero de 2006, y dejan sin efecto los boletines de la serie A de los PCGA. Las NIF que han sido promulgadas, son:

NIF A-1 Estructura de las Normas de Información Financiera.

NIF A-2 Postulados básicos.

NIF A-3 Necesidades de los usuarios y objetivos de los estados financieros.

NIF A-4 Características cualitativas de los estados financieros.

NIF A-5 Elementos básicos de los estados financieros.

NIF A-6 Reconocimiento y valuación.

NIF A-7 Presentación y revelación.

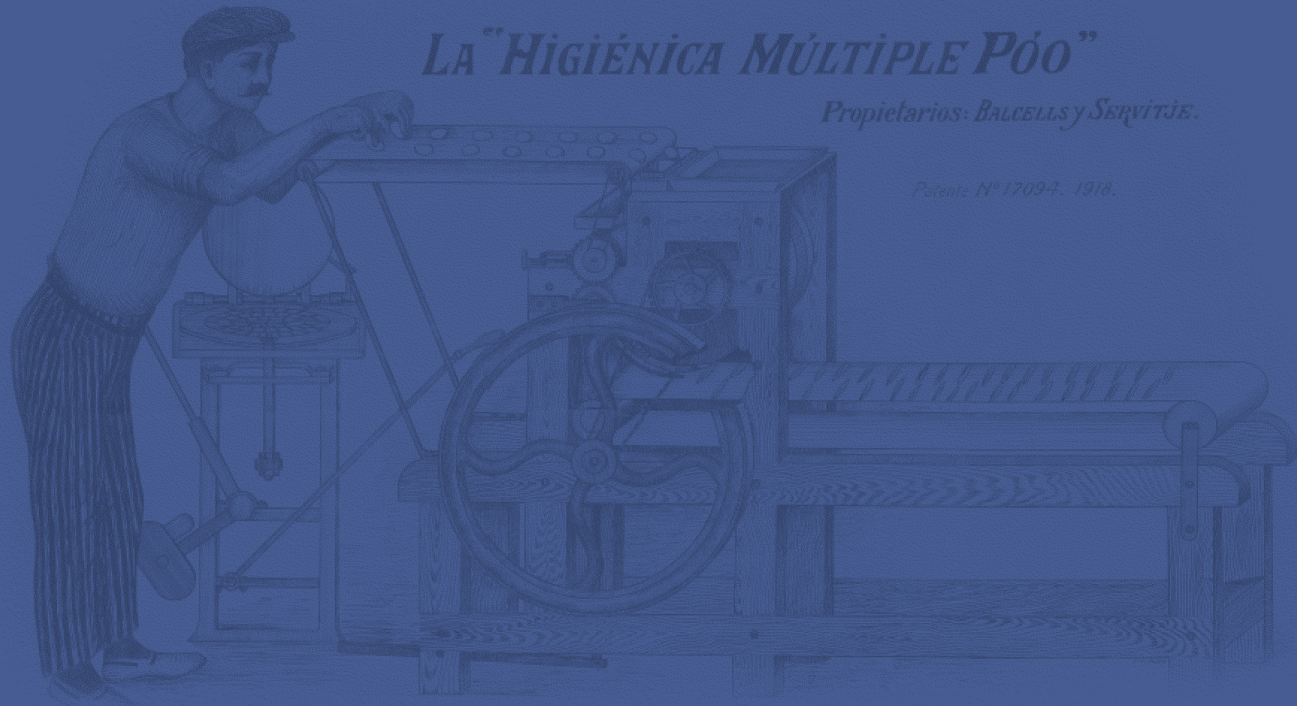
NIF A-8 Supletoriedad.

NIF B-1 Cambios contables.

Algunos de los principales cambios que establecen estas normas, son:

La NIF A-3, incluye, en adición al estado de cambios en la situación financiera, el estado de flujo de efectivo el cual deberá emitirse cuando lo establezcan las normas particulares. La NIF A-5, incluye una nueva clasificación de ingresos y gastos, en ordinarios y no ordinarios. Los ordinarios se derivan de operaciones y eventos usuales, o sea, los que son propios del giro de la entidad, sean frecuentes o no; los no ordinarios corresponden a operaciones y eventos inusuales, sean frecuentes o no. La NIF B-1, establece que los cambios en normas particulares, reclasificaciones y correcciones de errores, deben reconocerse en forma retrospectiva, por lo que los estados financieros básicos que se presenten en forma comparativa con el período actual que sean afectados, deben ajustarse desde el inicio del período más antiguo que se presente.

La Compañía no espera un efecto importante en los estados financieros derivado de la adopción de estas nuevas normas en su información financiera.



MISIÓN DE LA EMPRESA

Elaborar y comercializar productos alimenticios, desarrollando el valor de nuestras marcas.

Comprometiéndonos a ser una empresa:

- Altamente productiva y plenamente humana.*
- Innovadora, competitiva y fuertemente orientada a la satisfacción de nuestros clientes y consumidores.*
- Líder internacional en la industria de la panificación, con visión a largo plazo.*

• Clave de Pizarra



BIMBO

• Relación con Inversionistas

Armando Giner
Tel: (52 55) 5268-6924
Fax: (52 55) 5268-6697
aginer@grupobimbo.com

• Relaciones Institucionales

Martha Eugenia Hernández
Tel: (52 55) 5268-6780
Fax: (52 55) 5268-6833
mhernmor@grupobimbo.com

Andrea Amozurrutia
Tel: (52 55) 5268-6962
Fax: (52 55) 5268-6697
aamozurrutia@grupobimbo.com

Mónica Bretón
Tel: (52 55) 5268-6585
Fax: (52 55) 5268-6833
mbretsal@grupobimbo.com
relaciones_institucionales@grupobimbo.com

Sitio en Internet
<http://ir.grupobimbo.com>





www.grupobimbo.com

Grupo Bimbo, S.A. de C.V.
Prolongación Paseo de la Reforma No. 1000
Col. Peña Blanca Santa Fe / Delegación Álvaro Obregón
México, D.F. 01210
Tel: (52 55) 5268-6600

BIMBO

1945

BIMBO

1970

BIMBO
Grupo de panadería de México

1990

BIMBO

2000

BIMBO

2003