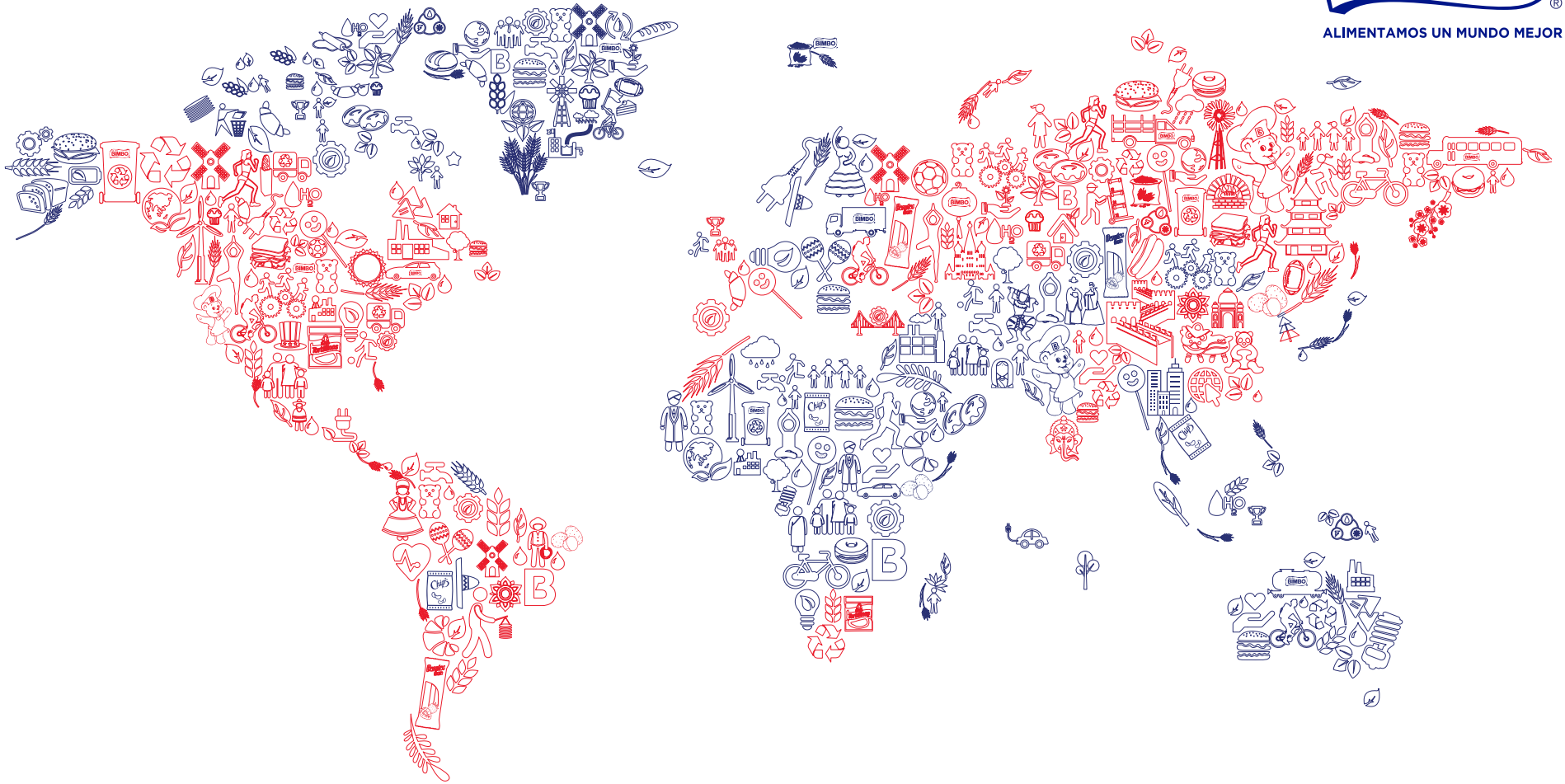




ALIMENTAMOS UN MUNDO MEJOR



Alimentamos un **MUNDO MEJOR**

Resumen del Informe Anual Integrado 2017



Acerca de Grupo Bimbo

Somos la empresa de panificación más grande del mundo¹ y un jugador relevante en snacks. Generamos \$US 14,164 millones² en ventas netas en el 2017.

Nuestras principales líneas de productos incluyen pan de caja y congelado, bollos, galletas, pastelitos, *English muffins*, *bagels*, productos empacados, tortillas, botanas saladas y confitería, entre otros en 32 países de América, Europa, Asia y África.

Nuestras acciones cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) bajo la clave de pizarra BIMBO y en el mercado extrabursátil de Estados Unidos a través de un programa ADR Nivel 1, bajo la clave de pizarra BMBOY.

¹ Fuente: IBISWorld Global.

² Convertido al tipo de cambio promedio del 2017 de Ps. 18.94

Alimentamos un Mundo Mejor

Este es nuestro lema. Durante **72 años** hemos brindado **productos de alta calidad a los consumidores** como parte de nuestra misión de brindar alimentos deliciosos y nutritivos en las manos de todos.



“Tenemos la firme
convicción de
desarrollar acciones
que promuevan
hábitos saludables.”

Alfred Penny, Director General
de Bimbo Bakeries USA



Contenido

4	<i>In Memoriam</i>	24	Somos Agentes Activos en el Desarrollo de las Comunidades
6	Relevantes de 2017	26	Tenemos Sentido Humano
8	Grupo Bimbo Hoy	28	Desempeño Financiero
10	Nuestras Marcas	32	Consejo de Administración y Comité Directivo
14	Mensaje del Presidente y Director General	34	Informe del Comité de Auditoría y Prácticas Societarias
16	Alimentamos un Mundo Mejor	39	Información para Grupos de Interés
18	Recorremos un Camino Sustentable		
20	Ofrecemos Opciones para Todos		
22	Cuidamos el Medio Ambiente		

In Memoriam

“Debemos ver nuestro
como una misión, una
y una **aventura.**”

Don Lorenzo Servitje, fundador de Grupo Bimbo
1918-2017

trabajo diario
pasión



Relevantes de 2017

Fuerte crecimiento en ventas respaldado por un sólido desempeño orgánico y adquisiciones

Establecimos un récord en el número de clientes atendidos, **llegando a más de 3 millones de puntos de venta**

Entramos en 10 nuevos países, fortaleciendo nuestro perfil global

Obtuvimos capital, fortaleciendo así nuestro perfil de deuda al incrementar el plazo promedio a **11.4 años**

Disminuimos 4 % el consumo de diésel para transportación primaria vs. 2016. Acumulando el 31 % en los últimos 7 años

47% de nuestro portafolio de productos forma parte de las categorías **Best & Better***

Primer lugar en el ranking de Merco, como **la empresa más responsable** en México, desde 2014

*De acuerdo con el Sistema de Elaboración de Perfiles Nutricionales de Grupo Bimbo (Calculado sobre el 80% de las ventas totales + nuevos lanzamientos)

Adquirimos East Balt Bakeries, Bays Foods, Grupo Adghal, Ready Roti y Stonemill Bakehouse, **diversificando y ampliando nuestro liderazgo en la industria de la panificación**



Snaps Sal de Mar Palomitas de maíz elaboradas con aire caliente libre de conservadores, colores artificiales y grasas trans

Cifras principales

Económicas y financieras

(millones de pesos mexicanos)

Ventas netas 267,515 incremento de 6.1%	Utilidad de operación 17,472 reducción de 3.4%	UAFIDA ajustada 27,288 baja de 6.9%	Utilidad neta mayoritaria 4,630 disminución de 21.5%	Capitalización de mercado 204,636
--	---	--	---	---

Medio ambiente

1,569,252 toneladas de emisiones directas de CO ₂ e (Scope 1,2,3) 1% reducción vs. 2016	303,050 toneladas de residuos totales 92% reciclaje	4,886,204 m³ consumo de agua 18% reducción vs. 2009
--	---	---

Social

Total de colaboradores en el mundo +138,000	Índice de accidentabilidad 1.96 <i>disminución de 15%</i> vs. 2016. 400 accidentes menos	\$123 millones de pesos mexicanos en donaciones
---	---	--



Gansito #1 en la categoría de pastelitos

Grupo Bimbo Hoy

Somos la empresa de panificación más grande a nivel global con presencia en **32 países**.

“La integridad **no debe considerarse sólo como el cumplimiento con la ley, reglas y procedimientos; va más allá y es parte de nuestra cultura.**”

Daniel Servitje, Presidente y Director General

UAFIDA Ajustada: Utilidad de operación antes de depreciación, amortización y otros cargos no monetarios



Nuestra presencia

 **196**
plantas

 **+58,000**
rutas

 **+3.0**
millones de puntos de venta

Nuestras marcas

Hemos desarrollado más de 100 marcas duraderas y significativas con reconocimiento del consumidor en los mercados donde operamos.



Fuente: Información interna con base en las ventas al menudeo estimadas por marca, considerando los últimos 12 meses al 30 de septiembre de 2017

“Nos enfocamos en mantener **un vínculo emocional con nuestros consumidores** y desarrollar la lealtad de los clientes a través de nuestras marcas”

Gabino Gómez, Director General Adjunto

Nuestros productos mantienen una posición de fuerte liderazgo en todos los mercados

Desarrollamos y ofrecemos productos de calidad superior que nutren y deleitan a nuestros consumidores; proporcionamos información clara sobre los perfiles nutrimentales de nuestros productos e impulsamos iniciativas de salud y bienestar que promuevan la adopción de estilos de vida saludables.



Pan empacado

E.U.A.	Canadá	México	Latinoamérica	EAA
#1	#2	#1	#1	#1 ⁽⁴⁾



Bollería

E.U.A.	Canadá	México	Latinoamérica	EAA
#1	#1	#1	#1	#1 ⁽⁵⁾



Bagels

E.U.A.	Canadá	México	Latinoamérica	EAA
#1	#1	•	—	#1 ⁽⁷⁾



English Muffins

E.U.A.	Canadá	México	Latinoamérica	EAA
#1	#1	•	—	—



Galletas

E.U.A.	Canadá	México	Latinoamérica	EAA
•	•	#2	•	—



Pasteles

E.U.A.	Canadá	México	Latinoamérica	EAA
#2	#1	#1	#1 ⁽¹⁾	#2



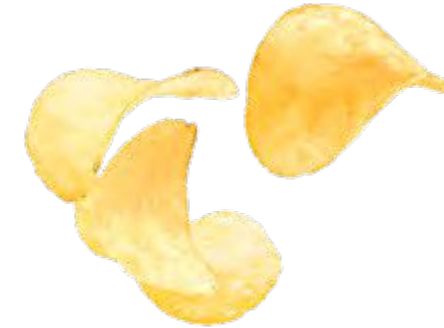
Pan dulce

E.U.A.	Canadá	México	Latinoamérica	EAA
#2	•	#1	#2 ⁽²⁾	#1 ⁽⁶⁾



Tortillas

E.U.A.	Canadá	México	Latinoamérica	EAA
•	#1	#1	#1	•



Botanas saladas

E.U.A.	Canadá	México	Latinoamérica	EAA
•	•	#2	•	•



Confitería

E.U.A.	Canadá	México	Latinoamérica	EAA
•	—	#1	•	—

— No aplicable

• La participación de GB no está entre los primeros dos del ranking

#1 o #2 de participación de mercado Grupo Bimbo

(1) No incluye Ecuador ni Perú, donde GB es #2. (2) No incluye Perú, donde GB es #1. (3) Posición de participación en el mercado para los países en los que GB participa en cada categoría. (4) No incluye China e India. (5) No incluye al Reino Unido, Portugal (GB #2) e India. (6) No incluye China, Marruecos y el Reino Unido. (7) Sólo en el Reino Unido.

Fuente: Nielsen, IRI e información de la empresa

Mensaje del Presidente del Consejo de Administración y Director General

Estimados accionistas:

El 2017 fue un **año de transición** en términos de re-inversión y reestructura, con la finalidad de crear valor en el largo plazo e impulsar nuestra rentabilidad.

Enfrentamos grandes retos, entre los que destacan un entorno económico y político complejo a nivel global y los severos desastres naturales que ocurrieron en algunas de nuestras geografías. Internamente, hicimos frente a la reestructura de nuestro negocio de congelados, así como a problemas en nuestras operaciones del Reino Unido y China.

Los logros que alcanzamos este año hacen que me sienta muy orgulloso de Grupo Bimbo. A continuación, les comparto un resumen de lo más relevante:

- ▶ Entramos a operar en diez nuevos países a través de las adquisiciones de Ready Roti en India, un mercado con alto potencial; Grupo Adghal en Marruecos; y recientemente East Balt Bakeries -ahora Bimbo QSR- que nos coloca en una posición de liderazgo dentro del negocio de restaurantes de comida rápida que está teniendo gran crecimiento, permitiéndonos servir a nuestros clientes de una nueva manera.
- ▶ También concluimos dos adquisiciones pequeñas pero estratégicas en mercados donde ya teníamos presencia: Stonemill en Canadá y Bays English Muffins en Estados Unidos.
- ▶ Por otro lado, alcanzamos un récord en el número de clientes atendidos a través de nuestro sistema de distribución directa, llegando a más de tres millones de puntos de venta alrededor del mundo.
- ▶ Siempre hemos creído en la importancia de invertir para un mejor futuro; 2017 no fue la excepción, trabajamos en una profunda

y detallada **transformación**, integrando de manera exitosa y sistemática 32 plantas a nuestra huella de manufactura y cerrando otras diez, lo que resultó en mayor eficiencia y aprovechamiento de nuestras capacidades a lo largo de la cadena de suministro.

- ▶ En el camino hacia nuestra Visión 2020, creamos la Oficina Global de Transformación para acelerar nuestros diez Objetivos Transformacionales. Simultáneamente, lanzamos ELEVA, nuestra aceleradora de negocios, con la finalidad de ofrecer recursos, mentoría y potenciales alianzas comerciales con emprendedores. Este nuevo proyecto multiplica las posibilidades de éxito en nuestra búsqueda de innovación en productos y procesos.
- ▶ Hemos llevado a cabo lo anterior, buscando **impulsar nuestra rentabilidad** en el largo plazo. La inversión de capital superó los \$680 millones de dólares, parte de lo cual se destinó a la apertura de una planta con certificación "LEED Gold" en Bogotá y otra en Tepeji del Río, México.
- ▶ Invertimos \$70 millones de dólares en la integración de Donuts Iberia en Europa. Aunque el proceso ha sido complejo, estamos obteniendo resultados positivos en todas las áreas. Además, las inversiones en la migración a nuevos sistemas tecnológicos se tradujeron en una mayor visibilidad operativa, mejores capacidades analíticas y un avance en nuestras habilidades para planear, ejecutar y reportar.
- ▶ Durante el año, la implementación del presupuesto base cero generó ahorros por aproximadamente \$160 millones de dólares.

▶ Dada la situación actual en Venezuela, cambiamos el método de valuación de esta operación por una base de valor razonable, mientras que continuamos atendiendo este mercado de la mejor forma posible.

▶ Accedimos a mercados de capitales, fortaleciendo la estrategia de expandir nuestro liderazgo en la industria y, al mismo tiempo, mejorar el perfil financiero incrementando el plazo de nuestra deuda a 11.4 años, y manteniendo solidez y flexibilidad en el balance general.

▶ Lo anterior no hubiera sido posible sin el **cuidado que tenemos hacia nuestra gente, nuestras comunidades y el medio ambiente**. Por ejemplo, nuestro índice de accidentabilidad mejoró en 15%, con una reducción de 400 accidentes.

▶ Como parte de nuestra estrategia de **sustentabilidad** se creó un área para focalizar los esfuerzos en energías renovables. Además, aun con el crecimiento inorgánico que tuvimos, logramos mantener estable el desempeño ambiental en nuestras plantas.

▶ Continuamos firmemente comprometidos con los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, así como con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

A pesar de que las perspectivas económicas y políticas para el 2018 son inciertas, me entusiasma mucho el camino que tenemos por delante y confío en que seguiremos creciendo en el mercado e incrementando nuestra rentabilidad y solidez financiera.

Espero un gran año con miras a lograr alcanzar nuestra Visión de *transformar la industria de la panificación y expandir nuestro liderazgo global para servir mejor a más consumidores*.

DANIEL SERVITJE

Presidente del Consejo de Administración y Director General





Alimentamos un Mundo Mejor

NUESTRA CULTURA ESTÁ SUSTENTADA POR NUESTRA MISIÓN, VISIÓN, PROPÓSITO Y CREENCIAS. ESTAMOS MOTIVADOS PARA SER UNA EMPRESA ÉTICA, INNOVADORA Y PRODUCTIVA.

Thomas' Bagels
Uno de los Top 100 productos en Estados Unidos



MISIÓN

ALIMENTOS DELICIOSOS Y NUTRITIVOS EN LAS MANOS DE TODOS

“La digitalización de los procesos con metodologías ágiles, equipos altamente talentosos y comprometidos, para construir una empresa sustentable, altamente productiva y plenamente humana”

Raúl Obregón Servitje,
Director Global de Transformación





Recorremos un Camino Sustentable

Generamos desarrollo económico, bienestar para las comunidades y cuidado al medio ambiente.

Ofrecemos Opciones para Todos

Desarrollamos productos de calidad superior, que alimentan y deleitan. Promovemos estilos de vida saludables.

Tenemos Sentido Humano

Reconocemos la dignidad de la persona. Valoramos su talento, experiencia, conocimiento y virtudes.



Cuidamos de nuestro medio ambiente y actuamos en consecuencia



Trabajamos en innovaciones que demuestran una mentalidad sustentable



Valoramos a la persona y el respeto a los derechos humanos



Trabajamos para crear y promover comunidades sustentables

Hemos adoptado los Objetivos de Desarrollo Sostenible como parte de nuestra estrategia, para ayudar a erradicar la pobreza, proteger al planeta y asegurar la prosperidad para todos.

Ofrecemos Opciones para Todos

Nuestro compromiso es ofrecer productos que satisfagan las necesidades de nuestros consumidores, brindando información clara de sus perfiles nutrimentales e impulsamos iniciativas de salud y bienestar que promuevan la adopción de estilos de vida saludables.



► Productos y Servicios

- Inocuidad alimentaria

135 plantas cumplen con los estándares de la GFSI**

• Reducción en grasas saturadas

BBR: **8.4%***
 ELG: **30.8%***
 BMEX: **34.5%***
 LAC: **18.9%***
 BCAN: **23.5%***

• Reducciones en azúcar

BBR: **5.9%***
 BI: **7.8%***

• Reducción en sodio

OBL: **9.4%***

BBR: Bimbo Brasil, ELG: El Globo, BMEX: Bimbo México, LAC: Centroamérica, BCAN: Bimbo Canadá, BI: Bimbo Iberia, OBL: Barcel México

Artesano
 Pan estilo artesanal con sólo 89 calorías por rebanada



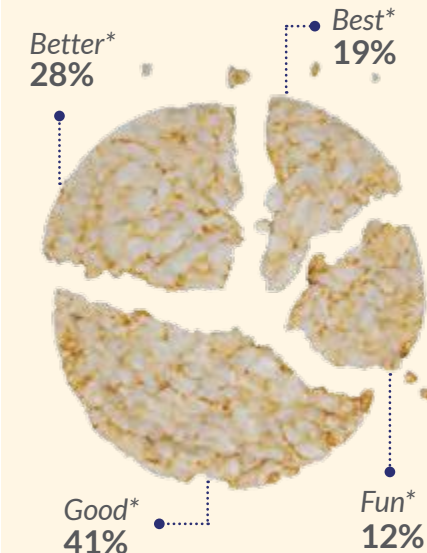
*vs. las ventas del área comercial de la organización

**Global Food Safety Initiative (GFSI)



► Innovación y Reformulación

Distribución perfil nutrimental portafolio de productos Grupo Bimbo 2017



1,681 SKUs
 (80% ventas totales + nuevos lanzamientos)

4.4 MM de USD
 (Ingresos de Salud y Bienestar)

Best + Better = **47%**

► Promoción de estilos de vida saludables



• Torneos Futbolito Bimbo: **134,976** horas de actividad física en México / 48,183 niños y niñas



• Global Energy Race: **103,645** corredores / 37 ciudades / 21 países / 26,853 colaboradores, familiares y amigos



► Etiquetado

• **99%** de nuestro portafolio con información nutrimental

• **100%** de cumplimiento con la regulación

► ELEVA



• Se concluyó el 1er ciclo de *ELEVA Food Technology Accelerator* (Aceleradora de startups)

Galleta de Arroz con Quinoa Sanissimo
 Es el producto #1 en ventas en nuestro portafolio de galletas de arroz



“La innovación en Grupo Bimbo es y será una prioridad, **una fuente ilimitada de ventaja competitiva**”

Rafael Pamias, Director General Adjunto

*BEST: Representan el estándar de calidad nutrimental más alto dentro de la categorización de productos, debido a su balance y contenido. / BETTER: Productos con buena calidad nutrimental y que forman parte del portafolio saludable de productos de Grupo Bimbo. / GOOD: Productos que pueden ser consumidos en alternancia, debido a sus características nutrimentales. / FUN: Productos con la calificación más baja dentro del portafolio y que están enfocados a momentos de consumo específicos en nuestra dieta.

Cuidamos el Medio Ambiente



Desarrollamos acciones sustentables para reducir nuestro impacto ambiental, cuidar nuestros recursos y al planeta para generaciones futuras.

► Cambio climático



Eficiencia energética

- **23,351,759 GJ** de consumo de energía / -1% vs. 2016
- **4,222,306 GJ** de consumo de diésel para transportación primaria / -4% vs. 2016 / -31% en los últimos 7 años



Energía renovable

- **350 vehículos eléctricos** en circulación + 80 nuevos para 2018
- **185 vehículos** con gas natural



Reducción de CO₂e

- **9% de reducción de emisiones de CO₂e** en el uso de gas LP en nuestros procesos de producción

► Huella hídrica



Consumo

- **18%** de reducción en el consumo de **agua** en los procesos de producción vs. 2009



Reutilización

- **19% de incremento** en el tratamiento de aguas residuales vs. 2016

Incremento acumulado de 25% en los últimos 3 años



= 43 albercas Olímpicas

► Manejo de residuos



Reducción

- **2.2 millones de kg** de reducción global en el uso de plástico desde 2010 derivado de las nuevas tecnologías para disminuir el calibre de nuestros empaques

- **30 plantas con 0 residuos** a rellenos sanitarios



Reciclado

- **92% de residuos totales** de procesos de producción es reutilizado/reciclado

► Capital Natural (cadena de valor)



Suministro responsable

- Lanzamiento de nuestra "Política de Agricultura Sustentable" para proveedores



Cadena de suministro

- **95% de trazabilidad** de los proveedores top de aceite de palma

- **466 de los 948 proveedores PyME** forman parte del Programa DESEO / avance del 49%



Biodiversidad

- **196 ha** restauradas / 947 ha conservadas

- **13,807 voluntarios**



“Construir para perdurar,
construir para transformar”
Reynaldo Reyna, Director Global de Servicios

Somos Agentes Activos en el Desarrollo de la Comunidad

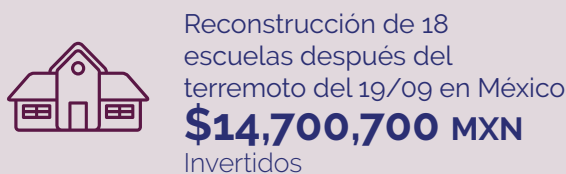


Trabajamos en alianza con Asociaciones Civiles, para enfrentar los retos que existen en las comunidades en las que estamos presentes para devolverles algo de lo que ellas nos dan.

► Apoyo brindado en los sismos en México



► Desastres naturales



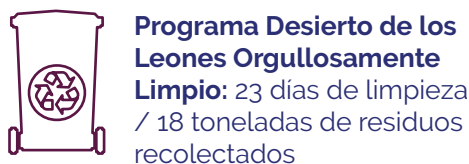
► Línea Comenta



► Líderes del mañana

En colaboración con el TEC de Monterrey apoyamos a través de becas el liderazgo y talento académico de jóvenes familiares de nuestros colaboradores

► Voluntariado



“Buscamos trascender y perdurar mediante acciones sustentables que contribuyan al desarrollo de nuestros colaboradores y las comunidades donde vivimos y trabajamos, comprometidos con la creación de valor a largo plazo”

Raúl Argüelles Díaz González, Director Global de Personal y Asuntos Corporativos. CSO



Tenemos Sentido Humano

Reconocemos la dignidad de la persona. Valoramos el talento, la experiencia, el conocimiento y la opinión de nuestros colaboradores.

Respeto, Justicia, Confianza y Afecto es nuestra Regla de Oro



“La empresa debe ser un **factor positivo** en la vida de las personas”



Pablo Elizondo, Director General Adjunto



Proveedor líder del sector de comida rápida



+138,000

Colaboradores a nivel global



12

horas de capacitación por mujer / 10 hombre



+47,000

horas de capacitación en el “Seminario de Inclusión y Diversidad”



69%

de las mujeres y 72% de los hombres realizaron su revisión de desempeño



82%

de directivos locales a nivel global



1.96

índice de accidentabilidad; reducción del 15% vs. 2016. 400 accidentes menos



Lanzamiento de la “Política de Maternidad y Paternidad” (México)



Lanzamiento de las Políticas Globales de Asignaciones Internacionales Temporales y de Largo Plazo



Desempeño Financiero

VENTAS NETAS

Las ventas netas del 2017 registraron un incremento de 6.1%, reflejando principalmente el crecimiento orgánico en México y las adquisiciones realizadas, incluyendo Bimbo QSR, Ready Roti, Grupo Adghal y Donuts Iberia.

México: Durante el año, las ventas netas en México crecieron 10.9% impulsado por un continuo incremento de los volúmenes en todos los canales, especialmente en el de conveniencia y el tradicional, así como por las alzas de precios por debajo de la inflación y por una mezcla de precios favorable. Las categorías de pan dulce, botanas y confitería tuvieron un desempeño sobresaliente, respaldado por una mayor penetración de mercado y el buen desempeño de las marcas Vital y Panditas, así como por los lanzamientos de nuevos productos, como el chocolate Kracao, bajo la marca Ricolino.

Norteamérica¹: Las ventas netas incrementaron 1.8%, como resultado del buen desempeño de la categoría de botanas, de las marcas estratégicas en Estados Unidos y la categoría de pan en Canadá, así como del beneficio del tipo de cambio y una contribución de 0.4% por la integración de Bimbo QSR. Lo anterior se vio contrarrestado por la presión continua en la marca privada y en la categoría premium y de congelados.

Latinoamérica²: Las ventas netas disminuyeron 1.7%. Los resultados se vieron afectados negativamente por el cambio en el método de contabilidad de la operación venezolana, el cual se implementó el 1 de junio del 2017. Excluyendo a Venezuela, las ventas aumentaron, registrando un buen desempeño de los volúmenes en las divisiones Latin Sur y Latin Centro, particularmente en Argentina y Colombia; este último se benefició de la nueva planta que impulsó las ventas para la categoría de bollería. Los buenos resultados del canal tradicional, como resultado de una mayor penetración de mercado contribuyeron a dicho crecimiento.

EAA (Europa, Asia y África): Las ventas incrementaron 48% en el 2017, impulsado por las adquisiciones concluidas durante los últimos doce meses, incluyendo Bimbo QSR, Ready Roti, Grupo Adghal y Donuts Iberia, que contribuyeron con 45% del crecimiento. Sin embargo, el crecimiento orgánico se vio afectado por los retrasos relacionados con la integración en Iberia, junto con las dificultades de producción en una línea en el Reino Unido y en la planta de China.

UTILIDAD BRUTA

La utilidad bruta consolidada creció 4.9% en el año, mientras que el margen se contrajo 60 puntos base. Lo anterior se debió al incremento en los costos de las materias primas en México a raíz de un dólar estadounidense más fuerte, debido a las coberturas im-

“2017 fue un año importante en nuestro trayecto de transformación, en iniciativas de innovación continua, en nuestra búsqueda de las bases para impulsar nuestra rentabilidad hacia el futuro y mantener flexibilidad financiera”

Diego Gaxiola Cuevas, Director Global de Administración y Finanzas

¹ La región de Norteamérica incluye operaciones en Estados Unidos y Canadá
² La región de Latinoamérica incluye operaciones en Centroamérica y Sudamérica



plementadas, cuyo efecto se espera que disminuya gradualmente en el 2018, así como al impacto en las ventas en Iberia, aunado a una mezcla de negocio distinta por la incorporación de los resultados a Bimbo QSR. Estos efectos fueron contrarrestados en cierta medida por menores costos de las materias primas en Norteamérica y Latinoamérica.



“Takis ahora está presente en 15 países y se convirtió en la botana salada categoría maíz #4”

UTILIDAD ANTES DE OTROS INGRESOS Y GASTOS

La utilidad antes de otros ingresos y gastos disminuyó 3.9% en el año, mientras que el margen se contrajo 80 puntos base. Esto se debe a los siguientes factores:

- I. El impacto de mayores costos en México antes mencionada, que fue parcialmente contrarrestada por el sólido desempeño de los volúmenes y las eficiencias derivadas de las iniciativas para reducir costos, tales como el presupuesto base cero;
- II. Costos de distribución más altos en Canadá, relacionado con el débil desempeño en la categoría de congelados

y con dos interrupciones laborales en Canadá, las cuales ya fueron solucionadas; y

- III. El aumento de los gastos generales en Latinoamérica, debido al cambio del método de contabilidad en Venezuela, una operación que anteriormente había contribuido a la rentabilidad.

UTILIDAD DE OPERACIÓN

La utilidad de operación disminuyó 3.4% a comparación del año anterior, con una contracción de 60 puntos base en el margen. Lo anterior derivó de las presiones a nivel operativo antes mencionadas, junto con mayores gastos de integración como resultado de la adquisición de Donuts Iberia, tal como se esperaba, con un gasto de aproximadamente \$70 millones de dólares estadounidenses. Estos factores fueron parcialmente contrarrestados por:

- I. Un beneficio no monetario en Norteamérica, como resultado de la valuación de las obligaciones por concepto de planes de pensiones multipatronales (“MEPPs, por sus siglas en inglés”)

**Bollo de pan de matcha relleno de frijol rojo**

El único producto elaborado con matcha de pan comercial en Beijing

- II. Menores gastos de reestructura en Norteamérica; y
- III. Una reducción en los cargos no monetarios en comparación con el año anterior.

En el 2017 se registró un cargo no monetario por \$1,054 millones de pesos proveniente de deterioros.

RESULTADO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO

En el 2017, la Compañía registró un costo de \$5,755 millones, comparado con \$4,591 millones en el año anterior. Este incremento de \$1,164 millones refleja el impacto de la depreciación del bolívar y una mayor pérdida por el resultado de la posición monetaria en Venezuela lo que se compara con una ganancia en este rubro durante el mismo periodo del año anterior. Asimismo, se registró un aumento en el nivel de deuda por las adquisiciones concluidas durante el periodo.

UTILIDAD NETA MAYORITARIA

La utilidad neta mayoritaria disminuyó 21.5%, con una contracción de 60 puntos base en el margen, atribuible a la presión en la utilidad de operación, mayores costos de financiamiento y una tasa efectiva más alta de 52.6%. La tasa efectiva de impuestos incluyó los siguientes efectos:

- I. Un cargo no monetario de \$706 millones de pesos derivado de la reforma fiscal en Estados Unidos (conocida como “Tax Cuts and Jobs Act”);
- II. Los efectos inflacionarios de cuentas monetarias de balance y de resultados, así como gastos no deducibles en México;
- III. El impacto de no reconocer beneficios en impuestos diferidos en algunos países; y

- IV. Mayores tasas en algunos países, principalmente por mejores resultados en Estados Unidos. La utilidad por acción totalizó a \$1.0, contra \$1.3 en el 2016.

UAFIDA AJUSTADA

La UAFIDA ajustada se redujo 6.9%, con una contracción de 140 puntos base. La contracción del margen en Norteamérica se debió a ajustes de inventario durante el cuarto trimestre del 2016.

ESTRUCTURA FINANCIERA

Al 31 de diciembre del 2017, la deuda total fue de \$94,313 millones, comparado con \$82,500 millones al 31 de diciembre del 2016. El incremento de 14.3% se debió fundamentalmente a la adquisición de Bimbo QSR.

El vencimiento promedio de la deuda es de 11.4 años, con un costo promedio de 5.2%. La deuda a largo plazo representa 97% del total. Por otra parte, 60% de la deuda está denominada en dólares estadounidenses, 20% en pesos mexicanos, 17% en dólares canadienses y 3% en euros.

La razón de deuda total a UAFIDA ajustada fue de 3.5 veces, contra 2.8 veces al 31 de diciembre del 2016. El múltiplo proforma incluyendo la UAFIDA de Bimbo QSR, fue de 3.3 veces. La razón de deuda neta a UAFIDA ajustada fue de 3.2 veces, en comparación con 2.6 veces al 31 de diciembre del 2016.

“Trabajamos para llevar alimentos deliciosos y nutritivos a las manos de todos, con el IMPACTO MÁS BAJO, a lo largo de todas las etapas de nuestra cadena de valor”

Javier González Franco, Director General Adjunto

Consejo de Administración y Comité Directivo

► CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Daniel Javier Servitje Montull, Presidente

José Ignacio Mariscal Torroella
Raúl Carlos Obregón del Corral
Mauricio Jorba Servitje
María Luisa Jorda Castro*
Ricardo Guajardo Touché*
Arturo Manuel Fernández Pérez*
Luis Jorba Servitje
María Isabel Mata Torrallardona
Nicolás Mariscal Servitje
Javier de Pedro Espínola
Ignacio Pérez Lizaur*
Edmundo Miguel Vallejo Venegas*
Jorge Pedro Jaime Sendra Mata
Jaime Chico Pardo
Francisco Laresgoiti Servitje
Jaime A. El Koury*

► COMITÉ DE AUDITORÍA Y PRÁCTICAS SOCIETARIAS

Edmundo Miguel Vallejo Venegas, Presidente

Jaime Antonio El Koury
Arturo Manuel Fernández Pérez
María Luisa Jorda Castro
Ignacio Pérez Lizaur

► COMITÉ DE EVALUACIÓN Y RESULTADOS

Raúl Carlos Obregón del Corral, Presidente

Nicolás Mariscal Servitje
Luis Jorba Servitje
Edmundo Miguel Vallejo Venegas
Daniel Javier Servitje Montull

► COMITÉ DE FINANZAS Y PLANEACIÓN

José Ignacio Mariscal Torroella, Presidente

Ricardo Guajardo Touché
Luis Jorba Servitje
Raúl Carlos Obregón del Corral
Daniel Javier Servitje Montull
Javier de Pedro Espínola

Para mayor información sobre nuestras prácticas de gobierno corporativo, trayectoria profesional de los miembros del Consejo de Administración y los directivos, así como una descripción completa de las funciones de cada Comité del Consejo de Administración, visitar nuestro sitio web.

* Independientes

Comité Directivo

Daniel Javier Servitje Montull

Presidente del Consejo y Director General

Pablo Elizondo Huerta

Director General Adjunto

Javier Augusto González Franco

Director General Adjunto

Gabino Gómez Carbajal

Director General Adjunto

Diego Gaxiola Cuevas

Director Global de Administración y Finanzas¹

Raúl Argüelles Díaz González

Director Global de Personal y Asuntos Corporativos

Raúl Obregón Servitje

Director Global de Transformación²

Reynaldo Reyna Rodríguez

Director Global de Servicios

Alfred Penny

Director General Bimbo Bakeries USA

Miguel Ángel Espinoza Ramírez

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

Ricardo Padilla Anguiano

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

Rafael Pamias Romero

Subdirector General Adjunto³



Little Bites

#1 en ventas de mini muffins:
- Contiene jarabe de maíz con bajo contenido de fructosa
- Cero gramos de grasas trans por porción

¹Guillermo Jorge Quiroz Abed / Director Global de Administración y Finanzas (Ene/17 - Ago/17)
²Diego Gaxiola Cuevas / Director Global de Administración y Finanzas (Ago/17 - Dic/17)
³Raúl Obregón Servitje / Director Global de Transformación (Mar/17 - Dic/17)

³Rafael Pamias Romero / Subdirector General Adjunto (Nov/17 - Dic/17)

Informe del Comité de Auditoría y Prácticas Societarias

Ciudad de México, a 22 de marzo de 2018

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

Muy señores míos.

Para dar cumplimiento a lo dispuesto en la Ley del Mercado de Valores, los estatutos de la Sociedad y el Reglamento del Comité de Auditoría y de Prácticas Societarias de Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V. ("el Grupo", "la compañía", "la sociedad"), rindo a ustedes el informe de las actividades que llevó a cabo el Comité de Auditoría y Prácticas Societarias ("el Comité") en el transcurso del año terminado el 31 de diciembre de 2017. Durante el desarrollo de nuestro trabajo tuvimos presentes las recomendaciones establecidas en el Código de Mejores Prácticas Corporativas.

Con base en el programa de trabajo previamente aprobado, el Comité se reunió en ocho ocasiones en el año, y desahogamos los temas que por disposición legal estamos obligados y llevamos a cabo las actividades que describo enseguida:

CONTROL INTERNO

Nos cercioramos que la Administración haya establecido los lineamientos generales en materia de control interno así como los procesos necesarios para su aplicación y cumplimiento, con la ayuda tanto de los Auditores Internos como Externos. Adicionalmente, dimos seguimiento a las observaciones que al respecto desarrollaron ambos cuerpos de auditoría en el cumplimiento de su trabajo.

Los responsables por parte de la Administración nos presentaron los planes de acción correspondientes a las observaciones derivadas de las auditorías internas, de tal manera que el contacto con ellos fue frecuente y sus respuestas satisfactorias.

CÓDIGO DE ÉTICA

Con el apoyo tanto de Auditoría Interna como de otras instancias de la compañía, nos cercioramos del grado de cumplimiento, por parte de su personal, del Código de Ética vigente en el Grupo.

Conocimos los resultados y temas sobresalientes en la línea de contacto para los colaboradores del Grupo. La Administración nos hizo saber de las acciones que tomaron en tales casos.

AUDITORÍA EXTERNA

La firma de auditores externos que presta los servicios relativos, es la misma que en años anteriores y de igual forma, es una sola en todos los países en los que la compañía opera, excepto por las recientes adquisiciones durante 2017 en India y el negocio denominado Bimbo QSR, en donde se apoyaron del trabajo de otras firmas, quienes reportaron resultados de sus auditorías a la firma Deloitte para la consolidación de sus cifras en los estados financieros de Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias.

Aprobamos los honorarios correspondientes a estos servicios, incluyendo los relativos a los adicionales por el crecimiento del Grupo y otros servicios permitidos. Nos aseguramos que dichos pagos no interfirieran con su independencia.

Los auditores externos nos expusieron, y el Comité aprobó, su enfoque y programa de trabajo y las áreas de interacción con la Dirección de Auditoría Interna del Grupo.

Mantuvimos comunicación directa y estrecha con los auditores externos y trimestralmente nos dieron a conocer los avances de su trabajo, las observaciones que tuvieron y tomamos nota de sus comentarios sobre los estados financieros trimestrales y anuales. Conocimos oportunamente sus conclusiones e informes sobre los estados financieros anuales.

Adicionalmente, evaluamos los servicios que prestó la firma de auditores externos, correspondientes al año 2017 y conocimos oportunamente los estados financieros preliminares.

Por último, durante el año 2017 se llevó a cabo el concurso para elegir al auditor externo por el quinquenio 2018-2022, así como la elección del asesor en materia de Precios de Transferencia, en el cual participaron las firmas Big 4: Deloitte, KPMG, EY y PwC, siendo EY el elegido para ser el auditor externo, y PwC el asesor en materia de Precios de Transferencia.

AUDITORÍA INTERNA

Revisamos y aprobamos el programa anual de trabajo para el año 2017, así como el presupuesto para llevar a cabo las actividades del área.

En cada una de las sesiones de este Comité, recibimos y aprobamos los informes periódicos relativos al avance del programa de trabajo aprobado.

Dimos seguimiento a las observaciones y sugerencias que hizo Auditoría Interna y nos cercioramos que la Administración solucionara las desviaciones de control interno señaladas, por lo que consideramos que el estado que guarda dicho sistema es razonablemente correcto.

Autorizamos el plan anual de capacitación para el personal del área y nos cercioramos de su efectividad. En dicho plan participan activamente diversas firmas de profesionales especializados, de tal manera que los temas cubiertos mantienen actualizados a los integrantes de esta función.

Revisamos y dimos seguimiento al programa de transformación de la función de Auditoría Interna, que fue puesto en marcha para lograr su fortalecimiento.

INFORMACIÓN FINANCIERA Y POLÍTICAS CONTABLES

En conjunto con las personas responsables de la preparación de los estados financieros trimestrales y anuales de la sociedad, los conocimos, revisamos y recomendamos al Consejo de Administración su aprobación y otorgamos la autorización para ser publicados. Para llevar a cabo este proceso tomamos en cuenta la opinión y observaciones que emitieron los auditores externos.

Con apoyo de los auditores internos y externos y para opinar sobre los estados financieros nos cercioramos que los criterios, políticas contables y la información utilizados por la Administración para preparar la información financiera fueran adecuados y suficientes y se hayan aplicado en forma consistente con el ejercicio anterior, considerando los cambios aplicables tanto en el año como para el año anterior, relacionados con las Normas Internacionales de Información Financiera. En consecuencia, la información presentada por la Administración refleja en forma razonable la situación financiera, los resultados de la operación, las variaciones en el capital contable y los flujos de efectivo de la Sociedad.

CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVIDAD Y LEYES APLICABLES. CONTINGENCIAS

Nos aseguramos de la existencia y confiabilidad de los controles internos establecidos por la empresa para dar cabal cumplimiento de las diferentes disposiciones legales a que está sujeta, cerciorándonos que estuviesen adecuadamente reveladas en la información financiera. Todo lo anterior con el apoyo de los auditores internos y externos.

Al cierre de cada trimestre revisamos las diversas contingencias fiscales, legales y laborales existentes en la empresa y nos cercioramos que el procedimiento establecido para identificarlas fuera integral y se siguiera consistentemente, para que la Administración tuviera los elementos para su oportuno y adecuado seguimiento. El Comité de Riesgos de la Administración nos informó de la metodología que sigue para determinar y evaluar los riesgos relevantes que enfrenta el Grupo

y nos cercioramos que estuvieran siendo monitoreados y gestionados en su caso, así como que estuvieran considerados en los planes de trabajo de los auditores internos.

La Administración nos expuso los lineamientos principales que rigen la política de anticorrupción, así como los planes de difusión y validación de su cumplimiento, los cuales encontramos adecuados.

CUMPLIMIENTO DE OTRAS OBLIGACIONES

Llevamos a cabo las reuniones con los directivos y funcionarios de la Administración que consideramos necesarias para mantenernos informados de la marcha de la Sociedad y las actividades y eventos relevantes y poco usuales.

Tuvimos conocimiento de los asuntos significativos que pudieron implicar posibles incumplimientos a las políticas de operación, sistema de control interno y políticas de registro contable, así mismo, fuimos informados sobre las medidas correctivas tomadas en cada uno de ellos, encontrándolas satisfactorias.

No juzgamos necesario solicitar el apoyo y opinión de expertos independientes pues los asuntos tratados en cada sesión fueron debidamente sustentados por la información relativa y por tanto las conclusiones a las que llegamos fueron satisfactorias para los consejeros miembros del Comité.

OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS

Revisamos y recomendamos al Consejo para su aprobación, todas y cada una de las operaciones con partes relacionadas que requieren de aprobación por el Consejo de Administración por el ejercicio de 2017, así como las operaciones recurrentes que se proyectan celebrar durante el ejercicio de 2018 y que requieren de aprobación por el Consejo de Administración.

EVALUACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN

Revisamos y recomendamos al Consejo para su aprobación la designación, evaluación y retribución del Director General, así como de los directivos que conforman el Comité Ejecutivo para el ejercicio de 2017.

En mi calidad de Presidente del Comité de Auditoría y Prácticas Societarias, reporté al Consejo de Administración las actividades que desarrollamos colegiadamente al interior de dicho órgano.

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,



Edmundo Vallejo Venegas


Presidente del Comité de Auditoría y Prácticas Societarias de Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V.

Ciudad de México, a 22 de marzo de 2018

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

En mi carácter de presidente del Comité de Auditoría y Prácticas Societarias, (el "Comité") de "Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V.", (la "Sociedad"), y en cumplimiento a lo dispuesto en el inciso e), fracción II del Artículo 42 de la Ley del Mercado de Valores, rindo a ustedes la opinión del Comité respecto al contenido del informe del Director General en relación con la situación financiera y los resultados de la Sociedad por el año terminado el 31 de diciembre de 2017.

En la opinión del Comité, las políticas y criterios contables y de información, seguidos por la Sociedad y considerada en la preparación de la información financiera consolidada, son adecuados y suficientes y acordes a las normas internacionales de información financiera. Por lo tanto, la información financiera consolidada presentada por el Director General refleja en forma razonable la situación financiera y los resultados de la Sociedad al 31 de diciembre de 2017 y por el año terminado en esa fecha.

Atentamente,


Edmundo Vallejo Venegas
Presidente del Comité de Auditoría y Prácticas Societarias
de Grupo Bimbo, S. A. B. de C. V.





Información para Grupos de Interés



Acciones:

Bolsa Mexicana de Valores (BMV)

Clave de pizarra en la BMV:

BIMBO

ADR Nivel 1 clave de pizarra:

BMBOY

Oficinas Corporativas:

Corporativo Bimbo, S.A. de C.V.
Prolongación Paseo de la Reforma No. 1000
Colonia Peña Blanca Santa Fe
Delegación Álvaro Obregón, CP 01210
Ciudad de México
+52 55 5268 6600



Contacto Relación con Inversionistas:

ir@grupobimbo.com

Contacto Relaciones Institucionales:

sustentabilidad@grupobimbo.com

Contacto en línea:

www.grupobimbo.com
twitter.com/Grupo_Bimbo
facebook.com/GrupoBimbo





Resumen del Informe Anual Integrado 2017

Diseño y producción: **milenio3genera**

Este Informe Integrado 2017, tiene la intención de ser un documento resumido. Se puede encontrar el informe anual completo de la empresa, que cumple con los lineamientos G4 de la Global Reporting Initiative (GRI, por sus siglas en inglés), en: **www.grupobimbo.com**