

GRUPO BIMBO, S.A. DE C.V.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS AL 1ER SEMESTRE DEL AÑO 2000

Los porcentajes mostrados fueron calculados sobre la base de cifras en pesos constantes del 30 de junio del año 2000

- ✓ **Incremento del 5.5% en ventas netas**
- ✓ **Incremento del 14.5% en utilidad de operación (sólo en el 2° trimestre aumentó 26.8%)**
- ✓ **Incremento del 7.9% en utilidad neta mayoritaria**
- ✓ **Fortalecimiento de la estructura financiera al reducir el apalancamiento neto a sólo 4.2%**

Durante el primer semestre del año las ventas ascendieron a \$15,178 millones de pesos, 5.5% más altas que las obtenidas durante el mismo período en 1999. Este crecimiento se obtuvo a pesar de no contar con los ingresos de la División Agroindustrial, vendida a finales de 1999, los cuales habrían contribuido aproximadamente con 1.5 puntos porcentuales más al crecimiento de las ventas. Analizados por región, los ingresos crecieron 3.5% en México, 14.7% en Estados Unidos y 3.8% en Centro y Sudamérica.

En México, las organizaciones con mayor dinamismo fueron Bimbo, Barcel y Ricolino. Marinela se recupera rápidamente después de que inició el año con un ligero rezago con respecto a las otras divisiones; es importante mencionar que la operación de México fue la más afectada por la venta de la División Agroindustrial.

En Estados Unidos, el crecimiento se explica por dos factores: por un lado, una presencia más intensa de nuestras marcas y productos en los mercados en los que se incursionó recientemente y, por el otro, la homologación en los ciclos contables, al pasar de períodos de 28 días en 1999, a meses naturales en el año 2000; partiendo de una base comparativa con lapsos similares, el crecimiento se estima en 7.9%.

En Centro y Sudamérica, se observó un comportamiento acorde con el entorno económico de los países en los que la Compañía tiene operaciones. Los ingresos crecieron, aunque a un ritmo relativamente bajo, debido a que persiste un rezago en la recuperación del consumo de la población en estas regiones.

El costo de ventas mantuvo su tendencia a la baja, favorecida principalmente por la disminución en los precios de algunas materias primas. Expresado como porcentaje de las ventas, se redujo 2.1 puntos porcentuales al pasar de 46.3% en el 1er. semestre de 1999 a 44.2% en el mismo período del año 2000, lo que permitió que el margen bruto aumentara de 53.7% a 55.8% respectivamente, siendo éste el más alto alcanzado por la Compañía durante un primer semestre en los últimos 15 años.

Los gastos de operación presentaron un incremento de 1.3 puntos porcentuales al pasar de 45.5% en el primer semestre de 1999 a 46.8% en el mismo período del presente año. Este incremento se explica por un aumento en los gastos de publicidad y promoción, como parte de la estrategia para reforzar la imagen de nuestros productos y el valor de nuestras marcas, así como por los gastos relacionados con la implementación de los nuevos sistemas ERP (Enterprise Resource Planning) iniciada hace algunos meses.

Como resultado de lo anterior, la utilidad de operación aumentó 14.5%, al pasar de \$1,186 millones de pesos en el primer semestre de 1999 a \$1,358 millones de pesos en el mismo período del año 2000 y, en consecuencia, el margen operativo registró un incremento de 0.7 puntos porcentuales al pasar de 8.2% a 8.9%, respectivamente.

Por lo que respecta a la capacidad de generación de fondos de la Compañía, cabe mencionar que la utilidad de operación más depreciación y amortización (UAFIDA), acumulada durante el primer semestre del año, se mantuvo estable con respecto al año anterior, mostrando un aumento marginal de 0.1 puntos porcentuales al representar 12.8% de las ventas.

En lo que respecta al costo integral de financiamiento, los factores que definieron su comportamiento fueron: i) un entorno económico cambiante, particularmente en lo que se refiere a la paridad peso-dólar; ii) un nivel de apalancamiento neto sustancialmente menor, con la consecuente reducción en los intereses netos pagados y iii) la reducción en la posición monetaria pasiva originada por una mayor liquidez. Esta combinación dió como resultado una fuerte disminución en los ingresos generados durante el primer semestre del 2000, al compararlos con los obtenidos durante el mismo período del año anterior.

La combinación de todos los eventos mencionados permitió que la utilidad neta mayoritaria al primer semestre del año 2000 ascendiera a \$710 millones de pesos, 7.9% mayor a la obtenida durante el mismo período del año anterior.

Finalmente, cabe resaltar que la estructura financiera de la Compañía se fortaleció de manera muy significativa como resultado, por un lado, de su importante generación de fondos y, por el otro, por el cobro del saldo remanente de la venta de la División Agroindustrial. El nivel de apalancamiento, medido como deuda neta a capital contable se redujo de 22.7% en el primer semestre de 1999 a tan sólo 4.2% en el mismo período del año 2000.

Grupo BIMBO es una de las tres empresas de panificación más grandes del mundo por sus volúmenes de producción y ventas. Cuenta con la mayor presencia en el continente americano y es líder en varios países de Latinoamérica. Con más de 61 mil colaboradores, opera en 16 países de América y Europa con 77 plantas y comercializadoras y una gama de más de 800 productos.

Grupo Bimbo, S.A. de C.V.
Resultados acumulados al 30 de Junio de 1999 y 2000

Millones de pesos constantes al 30 de Junio del 2000

	1999		2000		Variación
Ventas					
Mexico	10,649	74%	11,021	73%	3.5%
Estados Unidos	2,567	18%	2,945	19%	14.7%
Latinoamérica	<u>1,168</u>	8%	<u>1,212</u>	8%	3.8%
Consolidado	<u><u>14,384</u></u>		<u><u>15,178</u></u>		5.5%

Resultado de Operación					
Mexico	1,164	10.9%	1,461	13.3%	25.5%
Estados Unidos	76	3.0%	(49)	-1.7%	-164.5%
Latinoamérica	<u>(54)</u>	-4.6%	<u>(54)</u>	-4.5%	0.0%
Consolidado	<u><u>1,186</u></u>	8.2%	<u><u>1,358</u></u>	8.9%	14.5%

Utilidad de Operación más Depreciación y Amortización (UAFIDA)					
Mexico	1,638	15.4%	1,858	16.9%	13.4%
Estados Unidos	160	6.2%	56	1.9%	-65.0%
Latinoamérica	<u>29</u>	2.5%	<u>30</u>	2.5%	3.4%
Consolidado	<u><u>1,827</u></u>	12.7%	<u><u>1,944</u></u>	12.8%	6.4%

Activos Totales					
Mexico	15,563	66%	16,408	69%	5.4%
Estados Unidos	5,189	22%	4,765	20%	-8.2%
Latinoamérica	<u>2,674</u>	11%	<u>2,474</u>	10%	-7.5%
Consolidado	<u><u>23,426</u></u>		<u><u>23,647</u></u>		0.9%

Relación con Inversionistas

Alberto Bercowsky

Tel. (52) 5258-7662

Fax (52) 5258-7688

e-mail: abercows@grupobimbo.com