



GRUPO BIMBO REPORTA RESULTADOS DEL PRIMER SEMESTRE DE 2016

CIUDAD DE MÉXICO A 26 DE JULIO DE 2016

Grupo Bimbo S.A.B. de C.V. (“Grupo Bimbo” o “la Compañía”) (BMV: BIMBO) anunció hoy sus resultados acumulados al 30 de junio de 2016.¹

DATOS RELEVANTES DEL SEMESTRE

Las ventas netas durante los primeros seis meses aumentaron 13.4% reflejando el beneficio del tipo de cambio en Norteamérica y Europa además del sólido crecimiento orgánico en México

El margen UAFIDA ajustada² creció 110 puntos base, como reflejo de una expansión del margen en la mayoría de las regiones

La expansión de 100 puntos base en el margen bruto se debió a una reducción en los costos de las materias primas en Norteamérica y Europa

La utilidad neta mayoritaria se elevó 22.7%, con un incremento de 20 puntos base en el margen

La utilidad de operación registró un incremento de 32.8%, con una expansión de 100 puntos base en el margen, como resultado del beneficio de las materias primas mencionado anteriormente y por menores gastos de reestructura

¹ Las cifras incluidas en este documento están preparadas de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS).

² Utilidad de operación más depreciación, amortización y otros gastos no monetarios.

³ La región Norteamérica comprende las operaciones de Estados Unidos y Canadá.

Relación con Inversionistas

www.grupobimbo.com/ri/

Tania Dib

tania.dib@grupobimbo.com

Estefanía Poucel

estefania.poucel@grupobimbo.com
(5255) 5268 6830

Diego Mondragón

diego.mondragon@grupobimbo.com
(5255) 5268 6789

VENTAS NETAS

(MILLONES DE PESOS MEXICANOS)

2T16	2T15	% Cambio	Ventas Netas	6M16	6M15	% Cambio
19,962	18,631	7.1	México	39,906	37,455	6.5
33,613	28,307	18.7	Norteamérica	63,794	53,242	19.8
6,449	5,864	10.0	Latinamérica	12,439	11,637	6.9
2,116	1,858	13.9	Europa	4,139	3,643	13.6
60,626	53,267	13.8	Consolidado	117,202	103,315	13.4

En los resultados consolidados se han eliminado las operaciones entre las regiones.

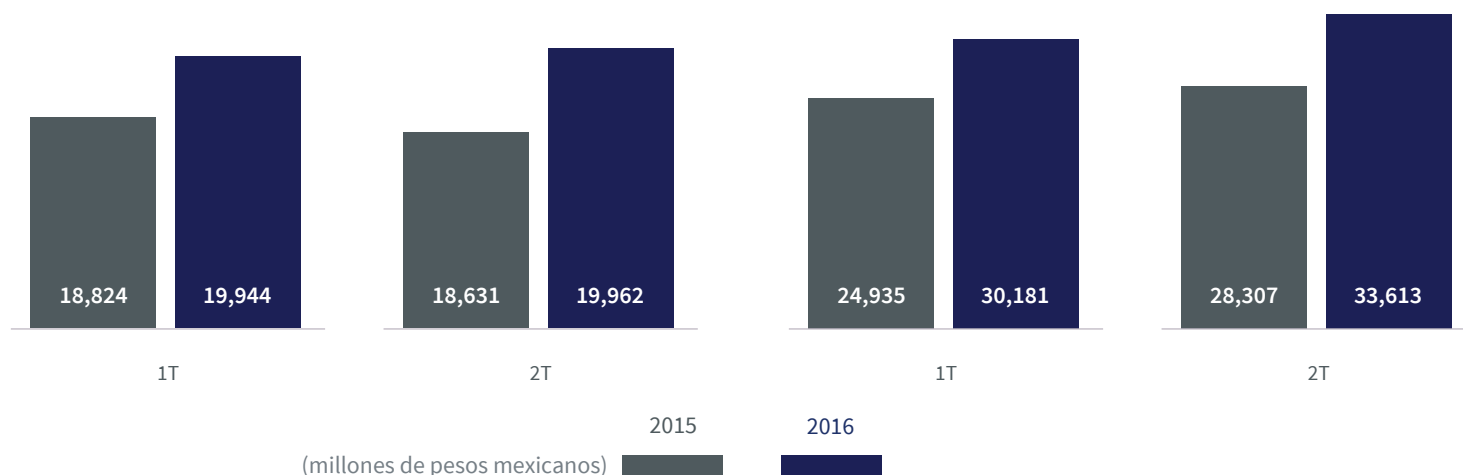
Las ventas netas acumuladas incrementaron 13.4% en comparación con el mismo periodo del año anterior, principalmente por el beneficio del tipo de cambio y el sólido crecimiento orgánico en México.

México

Las ventas netas aumentaron 6.5% en relación con el mismo periodo de 2015, atribuible al notable comportamiento de los volúmenes en todos los canales, sobresaliendo el canal moderno, así como al buen desempeño de las marcas Oroweat, Tía Rosa, Barcel y Marinela. La mayoría de las categorías reportaron crecimientos dentro de los que destaca la recuperación en el pan dulce, como resultado de actividad promocional y buena ejecución en el punto de venta.

Norteamérica

El aumento de 19.8% en las ventas netas de Norteamérica, es atribuible en gran medida, al beneficio del tipo de cambio, mientras que las ventas denominadas en dólares tuvieron un crecimiento cercano al 1%. La presión en los volúmenes en la marca privada en Estados Unidos y la presión por parte de la competencia en la categoría de pan en Canadá, contrarrestaron el crecimiento tanto en algunas marcas estratégicas, como en el negocio de congelados y en la categoría de botanas en Estados Unidos, y el desempeño positivo en la categoría de bollería en Canadá.

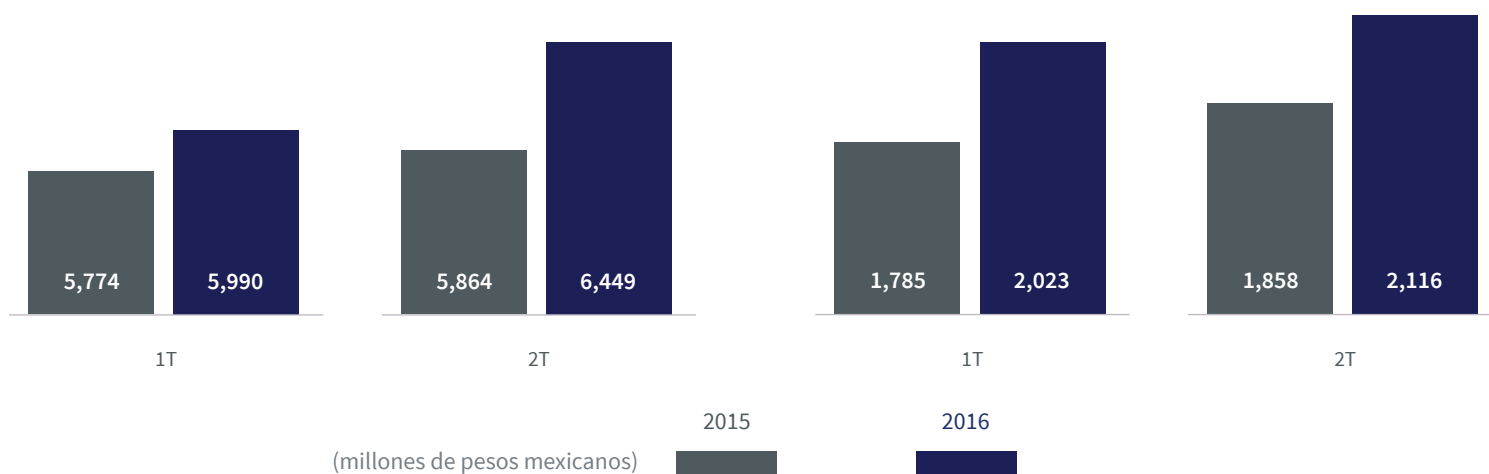


Latinoamérica

A pesar de que continúan condiciones económicas desafiantes y volatilidad en las monedas en algunos mercados de la región como Argentina y Uruguay, las ventas netas crecieron 6.9%. Lo anterior es resultado del sano desempeño de los volúmenes en algunos países, particularmente en Brasil, a pesar de una desaceleración en el crecimiento de este país, Perú y la mayoría de la región Centro América. Como puntos relevantes en el periodo, destacan una reducción en las devoluciones y los lanzamientos de nuevos productos dentro de los que se encuentra la línea “Cero” y el pan de coco en Brasil.

Europa

Las ventas netas registraron un incremento de 13.6% derivado del beneficio del tipo de cambio. Sin embargo, los volúmenes en Iberia permanecieron bajo presión debido al entorno competitivo, lo cual más que contrarrestó el crecimiento de nuevos lanzamientos.



UTILIDAD BRUTA

(MILLONES DE PESOS MEXICANOS)

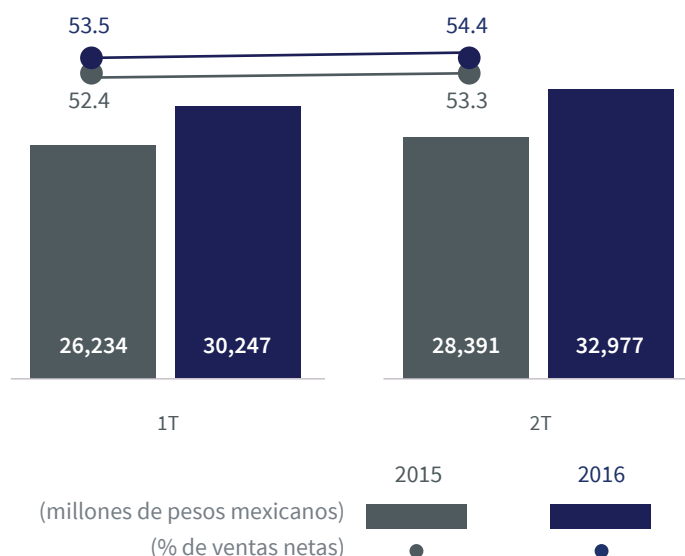
2T16	2T15	% Cambio	Utilidad Bruta	6M16	6M15	% Cambio
11,391	10,765	5.8	México	22,613	21,560	4.9
18,068	14,489	24.7	Norteamérica	33,780	26,844	25.8
2,868	2,626	9.2	Latinamérica	5,596	5,226	7.1
924	781	18.3	Europa	1,778	1,534	15.9
32,977	28,391	16.2	Consolidado	63,224	54,625	15.7

2T16	2T15	Var. pp.	Margen Bruto (%)	6M16	6M15	Var. pp.
57.1	57.8	(0.7)	México	56.7	57.6	(0.9)
53.8	51.2	2.6	Norteamérica	53.0	50.4	2.6
44.5	44.8	(0.3)	Latinamérica	45.0	44.9	0.1
43.7	42.0	1.7	Europa	43.0	42.1	0.9
54.4	53.3	1.1	Consolidado	53.9	52.9	1.0

En los resultados consolidados se han eliminado las operaciones entre las regiones.

La utilidad bruta consolidada aumentó 15.7% en el primer semestre, mientras que el margen se expandió 100 puntos base. Lo anterior se atribuye al beneficio de menores costos de las materias primas en Norteamérica y Europa.

La contracción del margen en México y Latinoamérica durante el trimestre se debe al impacto de un dólar estadounidense más fuerte, así como al alza de precios en algunas materias primas.



UTILIDAD ANTES DE OTROS INGRESOS Y GASTOS

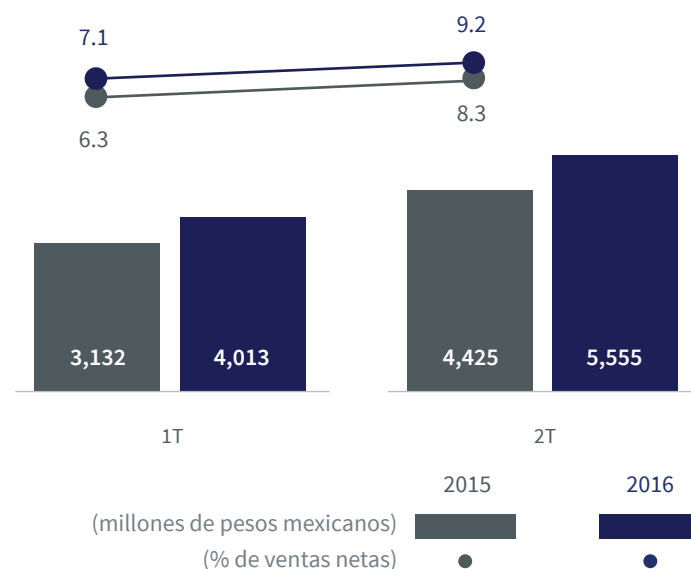
(MILLONES DE PESOS MEXICANOS)

2T16	2T15	% Cambio	Utilidad antes de Otros Ingresos y Gastos	6M16	6M15	% Cambio
2,993	2,676	11.8	México	5,493	4,960	10.8
2,538	1,783	42.3	Norteamérica	3,925	2,608	50.5
(194)	(78)	>100	Latinoamérica	(222)	(143)	55.4
1	(52)	NA	Europa	(51)	(72)	(29.3)
5,555	4,425	25.5	Consolidado	9,568	7,557	26.6

2Q16	2Q15	Var. pp.	Margen de Utilidad antes de Otros Ingresos y Gastos (%)	6M16	6M15	Var. pp.
15.0	14.4	0.6	México	13.8	13.2	0.6
7.6	6.3	1.3	Norteamérica	6.2	4.9	1.3
(3.0)	(1.3)	(1.7)	Latinoamérica	(1.8)	(1.2)	(0.6)
0.1	(2.8)	2.9	Europa	(1.2)	(2.0)	0.8
9.2	8.3	0.9	Consolidado	8.2	7.3	0.9

En los resultados consolidados se han eliminado las operaciones entre las regiones.

La utilidad antes de otros ingresos y gastos creció 26.6% en el periodo, mientras que el margen se expandió 90 puntos base ubicándose en 8.2%. Esto se debió a menores gastos de distribución como resultado de eficiencias operativas en México, así como a menores gastos en mercadotecnia tanto en México como en Europa. Estos factores fueron parcialmente contrarrestados por un aumento en los gastos de distribución y de ventas en Latinoamérica, específicamente en la región de Sudamérica y por mayores gastos de mercadotecnia en Estados Unidos.



UTILIDAD DE OPERACIÓN

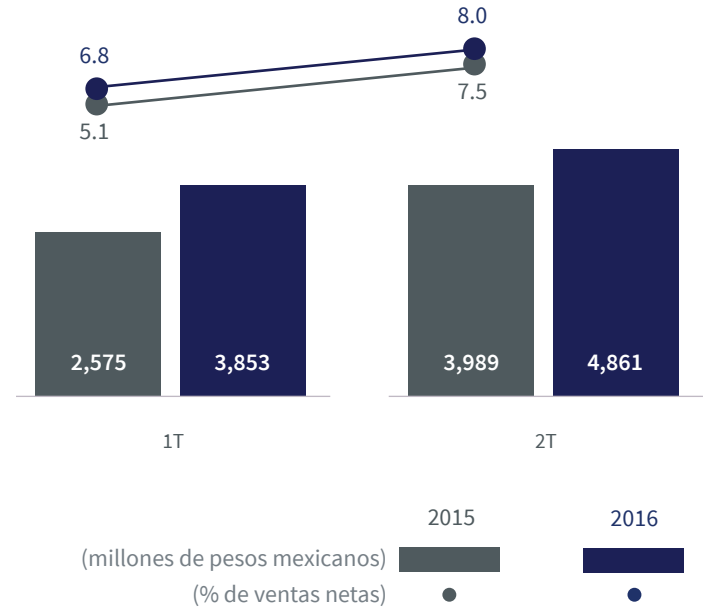
(MILLONES DE PESOS MEXICANOS)

2T16	2T15	% Cambio	Utilidad de Operación	6M16	6M15	% Cambio
3,001	2,784	7.8	México	5,644	5,042	11.9
2,063	1,520	35.7	Norteamérica	3,226	1,862	73.2
(352)	(221)	59.5	Latinoamérica	(444)	(333)	33.2
(38)	(162)	(76.3)	Europa	(136)	(200)	(32.1)
4,861	3,989	21.9	Consolidado	8,714	6,564	32.8

2T16	2T15	Var. pp.	Margen de Operación (%)	6M16	6M15	Var. pp.
15.0	14.9	0.1	México	14.1	13.5	0.6
6.1	5.4	0.7	Norteamérica	5.1	3.5	1.6
(5.5)	(3.8)	(1.7)	Latinoamérica	(3.6)	(2.9)	(0.7)
(1.8)	(8.7)	6.9	Europa	(3.3)	(5.5)	2.2
8.0	7.5	0.5	Consolidado	7.4	6.4	1.0

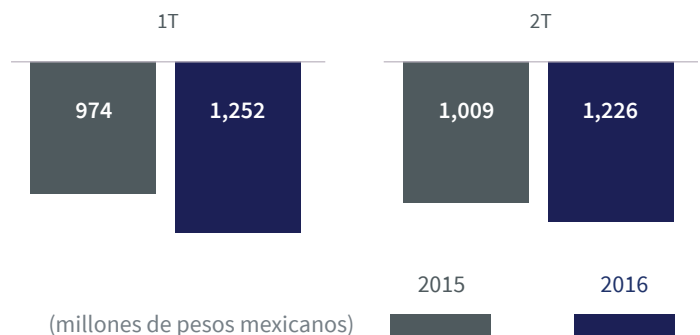
Los resultados regionales no reflejan el impacto de las regalías y en los resultados consolidados se han eliminado las operaciones entre las regiones.

La utilidad de operación aumentó 32.8% en comparación con el mismo periodo del año anterior, en tanto que el margen se expandió 100 puntos base, resultado del beneficio antes mencionado de las materias primas y menores gastos de reestructura en Estados Unidos y Europa. Estos factores fueron parcialmente contrarrestados por: (i) mayores gastos de integración y reestructura en Canadá, específicamente por la migración de los sistemas e inversiones en eficiencias de producción; y (ii) el incremento de otros ingresos y gastos en Latinoamérica por baja de activos fijos en Brasil y por gastos de integración en Argentina derivado de la adquisición de pan congelado.



RESULTADO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO

En el periodo, la Compañía registró un costo de \$2,478 millones, comparado con un costo de \$1,983 millones en el primer semestre de 2015. Esta variación se debe al fortalecimiento del dólar estadounidense frente al peso mexicano, lo cual derivó en un incremento en el valor en pesos mexicanos de los intereses pagados.



UTILIDAD NETA MAYORITARIA

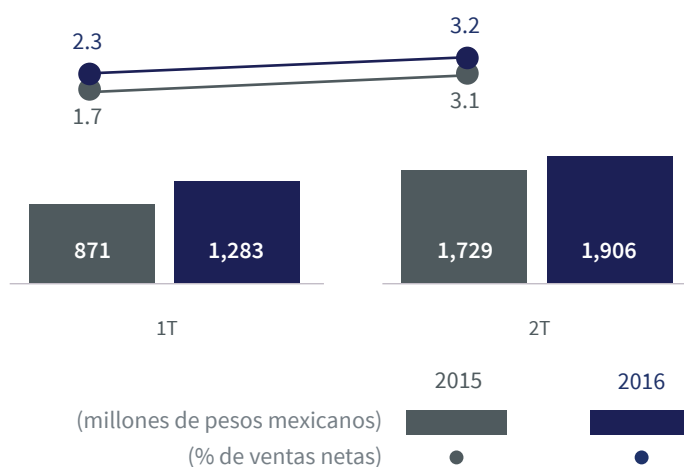
(MILLONES DE PESOS MEXICANOS)

2T16	2T15	% Cambio	Utilidad Neta Mayoritaria	6M16	6M15	% Cambio
1,906	1,729	10.2	Consolidado	3,189	2,600	22.7

2T16	2T15	Var. pp.	Margen Neto Mayoritario(%)	6M16	6M15	Var. pp.
3.1	3.2	(0.1)	Consolidado	2.7	2.5	0.2

La utilidad neta mayoritaria creció 22.7%, con una expansión de 20 puntos base en el margen, ubicándose en 2.7%. Este resultado se atribuye al sólido desempeño a nivel operativo, lo cual fue parcialmente contrarrestado por una mayor tasa efectiva de impuestos de 41.5%. Este incremento en la tasa es consecuencia de mayores utilidades en Estados Unidos, el cual tiene una tasa efectiva mayor, así como de la cancelación de impuestos diferidos por las pérdidas fiscales en Brasil. Se estima que estos dos efectos permanecerán durante todo el año.

La utilidad por acción durante los primeros seis meses totalizó \$0.68, comparado con \$0.55 en 2015.



UAFIDA AJUSTADA

(UTILIDAD DE OPERACIÓN ANTES DE DEPRECIACIÓN, AMORTIZACIÓN Y OTROS CARGOS NO MONETARIOS)

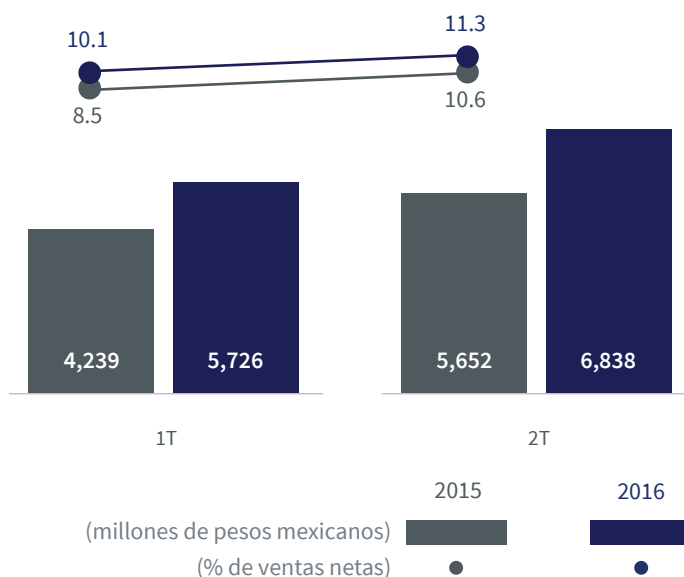
(MILLONES DE PESOS MEXICANOS)

2T16	2T15	% Cambio	UAFIDA Ajustada	6M16	6M15	% Cambio
3,495	3,255	7.4	México	6,605	5,986	10.3
3,254	2,446	33.0	Norteamérica	5,527	3,717	48.7
(131)	(4)	>100	Latinoamérica	0	100	(99.6)
33	(112)	NA	Europa	8	(105)	NA
6,838	5,652	21.0	Consolidado	12,564	9,891	27.0

2T16	2T15	Var. pp.	Margen UAFIDA Ajustada (%)	6M16	6M15	Var. pp.
17.5	17.5	0.0	México	16.6	16.0	0.6
9.7	8.6	1.1	Norteamérica	8.7	7.0	1.7
(2.0)	(0.1)	(1.9)	Latinoamérica	0.0	0.9	(0.9)
1.6	(6.0)	7.6	Europa	0.2	(2.9)	3.1
11.3	10.6	0.7	Consolidado	10.7	9.6	1.1

Los resultados regionales no reflejan el impacto de las regalías y en los resultados consolidados se han eliminado las operaciones entre las regiones.

La UAFIDA ajustada aumentó 27.0%, mientras que el margen registro una expansión de 110 puntos base. Este crecimiento fue reflejo de las mejoras antes mencionadas en el desempeño operativo en la mayoría de las regiones.



ESTRUCTURA FINANCIERA

La deuda total al 30 de junio de 2016 ascendió a \$73,964 millones, en comparación con \$67,761 millones al 31 de diciembre de 2015.

Este incremento se debió fundamentalmente a una revaloración de 10% del dólar estadounidense, lo cual aumentó la deuda denominada en dicha moneda.

El vencimiento promedio de la deuda es de 8.1 años, con un costo promedio de 3.9%.

La deuda a largo plazo representa 96% del total.

Asimismo, 75% de la deuda está denominada en dólares estadounidenses, 24% en dólares canadienses y 1% en euros.

La razón de deuda total a UAFIDA ajustada fue de 2.8 veces, contra 2.9 veces al 31 de diciembre de 2015. La razón de deuda neta a UAFIDA ajustada fue de 2.7 veces.

INFORMACIÓN SOBRE LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

LLAMADA

La conferencia telefónica se llevará a cabo el miércoles 27 de julio de 2016 a las 11:00 a.m. tiempo del este (10:00 a.m. tiempo del centro). Para participar en la conferencia, favor de llamar a los siguientes números telefónicos: desde Estados Unidos, al +1 (844) 839 2191; desde otros países, al +1 (412) 317 2519; código de identificación: GRUPO BIMBO.

TRANSMISIÓN

También se puede acceder a la transmisión de esta conferencia en el sitio web de Grupo Bimbo: www.grupobimbo.com/ir/.

REPETICIÓN

La repetición de la conferencia estará disponible durante siete días después de celebrada la misma. Se puede acceder a la repetición ingresando al sitio web de Grupo Bimbo (www.grupobimbo.com/ir/) o llamando a los siguientes números telefónicos: desde Estados Unidos, al +1 (877) 344 7529; desde otros países, al +1 (412) 317 0088; código de identificación: 10088799.

ACERCA DE GRUPO BIMBO

Por sus volúmenes de producción y ventas, Grupo Bimbo es la empresa de panificación más grande del mundo. Cuenta con 163 plantas y aproximadamente 1,600 centros de venta estratégicamente localizados en 22 países de América, Europa y Asia. Sus principales líneas de productos incluyen pan de caja fresco y congelado, bollos, galletas, pastelitos, muffins, bagels, productos empacados, tortillas, botanas saladas y confitería,

entre otros. Grupo Bimbo fabrica más de 10,000 productos y tiene una de las redes de distribución más extensas del mundo, con más de 2.6 millones de puntos de venta y más de 53,000 rutas, así como una plantilla laboral superior a los 128,000 colaboradores. Desde 1980, las acciones de Grupo Bimbo se cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) bajo la clave de pizarra BIMBO.

Declaración sobre el futuro desempeño de las operaciones

La información contenida en este comunicado contiene determinadas declaraciones con respecto al desempeño financiero y operativo esperado de Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V., las cuales se basan en información financiera, niveles de operación y condiciones de mercado vigentes a la fecha, así como en estimaciones del Consejo de Administración de la Compañía en relación con posibles acontecimientos futuros. Los resultados de la Compañía pueden variar con respecto a los expuestos en dichas declaraciones por diversos factores fuera del alcance de la Compañía, tales como: ajustes en los niveles de precios, variaciones en los costos de las materias primas y cambios en las leyes y regulaciones, o bien por condiciones económicas y políticas no previstas en los países en los que opera. Consecuentemente, la Compañía no se hace responsable de las diferencias en la información y sugiere a los lectores tomar las declaraciones con reserva. Asimismo, la Compañía no se obliga a publicar modificación alguna derivada de las variaciones que pudieran tener dichos factores después de la fecha de publicación de este reporte.

ESTADO DE RESULTADOS (MILLONES DE PESOS)	2015				2016			
	2 TRIM	%	ACUM	%	2 TRIM	%	ACUM	%
VENTAS NETAS	53,267	100.0	103,315	100.0	60,626	100.0	117,202	100.0
MÉXICO	18,631	35.0	37,455	36.3	19,962	32.9	39,906	34.0
NORTEAMÉRICA	28,307	53.1	53,242	51.5	33,613	55.4	63,794	54.4
EUROPA	1,858	3.5	3,643	3.5	2,116	3.5	4,139	3.5
LATINOAMÉRICA	5,864	11.0	11,637	11.3	6,449	10.6	12,439	10.6
COSTO DE VENTAS	24,877	46.7	48,690	47.1	27,649	45.6	53,978	46.1
UTILIDAD BRUTA	28,391	53.3	54,625	52.9	32,977	54.4	63,224	53.9
MÉXICO	10,765	57.8	21,560	57.6	11,391	57.1	22,613	56.7
NORTEAMÉRICA	14,489	51.2	26,844	50.4	18,068	53.8	33,780	53.0
EUROPA	781	42.0	1,534	42.1	924	43.7	1,778	43.0
LATINOAMÉRICA	2,626	44.8	5,226	44.9	2,868	44.5	5,596	45.0
GASTOS GENERALES	23,965	45.0	47,068	45.6	27,421	45.2	53,656	45.8
UTILIDAD ANTES DE OTROS INGRESOS Y GASTOS NETOS	4,425	8.3	7,557	7.3	5,555	9.2	9,568	8.2
MÉXICO	2,676	14.4	4,960	13.2	2,993	15.0	5,493	13.8
NORTEAMÉRICA	1,783	6.3	2,608	4.9	2,538	7.6	3,925	6.2
EUROPA	(52)	(2.8)	(72)	(2.0)	1	0.1	(51)	(1.2)
LATINOAMÉRICA	(78)	(1.3)	(143)	(1.2)	(194)	(3.0)	(222)	(1.8)
OTROS INGRESOS Y (GASTOS) NETOS	(437)	(0.8)	(994)	(1.0)	(694)	(1.1)	(854)	(0.7)
UTILIDAD (PERDIDA) DE OPERACIÓN	3,989	7.5	6,564	6.4	4,861	8.0	8,714	7.4
MÉXICO	2,784	14.9	5,042	13.5	3,001	15.0	5,644	14.1
NORTEAMÉRICA	1,520	5.4	1,862	3.5	2,063	6.1	3,226	5.1
EUROPA	(162)	(8.7)	(200)	(5.5)	(38)	(1.8)	(136)	(3.3)
LATINOAMÉRICA	(221)	(3.8)	(333)	(2.9)	(352)	(5.5)	(444)	(3.6)
RESULTADO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO	(1,009)	(1.9)	(1,983)	(1.9)	(1,226)	(2.0)	(2,478)	(2.1)
INTERESES PAGADOS (NETO)	(1,038)	(1.9)	(2,048)	(2.0)	(1,264)	(2.1)	(2,509)	(2.1)
(PÉRDIDA) GANANCIA EN CAMBIOS	(1)	(0.0)	3	0.0	15	0.0	(27)	(0.0)
RESULTADO POR POSICION MONETARIA	30	0.1	62	0.1	22	0.0	58	0.0
PARTICIPACIÓN EN ASOCIADAS	(6)	(0.0)	(14)	(0.0)	39	0.1	45	0.0
PARTIDAS NO ORDINARIAS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	2,973	5.6	4,566	4.4	3,674	6.1	6,281	5.4
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	1,033	1.9	1,621	1.6	1,553	2.6	2,609	2.2
UTILIDAD ANTES DE OPERACIONES DISCONTINUADAS	1,940	3.6	2,946	2.9	2,121	3.5	3,673	3.1
UTILIDAD NETA MINORITARIA	211	0.4	346	0.3	215	0.4	483	0.4
UTILIDAD NETA MAYORITARIA	1,729	3.2	2,600	2.5	1,906	3.1	3,189	2.7
UAFIDA AJUSTADA	5,652	10.6	9,891	9.6	6,838	11.3	12,564	10.7
MÉXICO	3,255	17.5	5,986	16.0	3,495	17.5	6,605	16.6
NORTEAMÉRICA	2,446	8.6	3,717	7.0	3,254	9.7	5,527	8.7
EUROPA	(112)	(6.0)	(105)	(2.9)	33	1.6	8	0.2
LATINOAMÉRICA	(4)	(0.1)	100	0.9	(131)	(2.0)	0	0.0

Los resultados regionales no reflejan el impacto de regalías, mientras que en los resultados consolidados se han eliminado las operaciones entre las regiones.

BALANCE GENERAL (MILLONES DE PESOS)	2015	2016	
	DIC	JUN	%
ACTIVO TOTAL	199,633	219,827	10.1
ACTIVO CIRCULANTE	32,131	35,961	11.9
Efectivo e Inversiones Temporales	3,825	4,631	21.1
Cuentas y Documentos por Cobrar a Clientes (neto)	19,036	22,420	17.8
Inventarios	5,509	6,487	17.7
Otros Activos Circulantes	3,761	2,422	(35.6)
Inmuebles, Planta y Equipo neto	58,073	64,337	10.8
Activos Intangibles y Cargos Diferidos (neto) e Inv acciones en subsidiarias	94,427	103,784	9.9
Otros Activos	15,001	15,745	5.0
PASIVO TOTAL	137,774	149,901	8.8
PASIVO CIRCULANTE	43,038	39,790	(7.5)
Proveedores	13,547	13,648	0.7
Deuda a Corto Plazo	8,282	2,717	(67.2)
Otros Pasivos Circulantes	21,209	23,425	10.4
Deuda a Largo Plazo	59,479	71,247	19.8
Otros Pasivos Largo Plazo Sin Costo	35,257	38,865	10.2
CAPITAL CONTABLE	61,858	69,925	13.0
Capital Contable Minoritario	2,904	3,127	7.7
Capital Contable Mayoritario	58,955	66,798	13.3

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO (METODO INDIRECTO)	2015	2016
	JUN	JUN
UTILIDAD (PERDIDA) NETA	2,946	3,673
Flujos netos de efectivo de actividades de operación	7,647	9,560
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(4,670)	(4,583)
Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento	(2,244)	(4,470)
INCREMENTO (DISMINUCIÓN) NETO DE EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO, ANTES DEL EFECTO DE LOS CAMBIOS EN LA TASA DE CAMBIO	733	508
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	208	298
INCREMENTO (DISMINUCIÓN) NETO DE EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO	941	806
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del periodo	2,571	3,825
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO AL FINAL DEL PERIODO	3,512	4,631