



GRUPO BIMBO REPORTA SUS RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2003

Datos Relevantes del Trimestre

- Las Ventas experimentaron un crecimiento de 12.4% como resultado del buen comportamiento de las operaciones en México, así como por los ingresos adicionales obtenidos de las nuevas operaciones en Estados Unidos.
- El Margen de Operación se situó en 5.2%, reflejando el impacto de los incrementos en los precios de las principales materias primas, el comportamiento del tipo de cambio y, de manera muy relevante, los costos derivados de la profunda transformación estructural de la Compañía.
- El Margen Neto fue de 0.9% como consecuencia de una menor Utilidad de Operación y un mayor Costo Integral de Financiamiento.

Contactos en México:

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

Andrea Amozurrutia
Relación con Inversionistas
Tel: (525-55) 268-6962
aamozurrutia@grupobimbo.com

Contactos en Nueva York:

Maria Barona / Melanie Carpenter
i-advise Corporate Communications
Tel: (212) 406-3690
grupobimbo@i-advise.com

México, D.F., a 24 de abril de 2003 - Grupo Bimbo, S.A. de C.V., (“Grupo Bimbo” o “La Compañía”) (BMV: BIMBOA) reportó hoy sus resultados correspondientes al primer trimestre de 2003.*

En el primer trimestre de 2003, Grupo Bimbo continuó presentando la tendencia marcada en trimestres anteriores, es decir, un sólido comportamiento de las Ventas, y el impacto de los gastos relacionados con la profunda transformación en la que se encuentra inmersa la Compañía.

Las Ventas siguieron mostrando un desempeño consistente, al crecer 12.4% en relación con el mismo periodo de 2002. Lo anterior se debe principalmente al buen comportamiento de las operaciones de panificación y botana salada en México y a la adquisición realizada en marzo de 2002 de las nuevas operaciones en el oeste de Estados Unidos. Por el contrario, el sector de confitería mantuvo la tendencia de contracción observada durante el año pasado, mientras que las condiciones políticas y económicas que aún persisten en Latinoamérica continuaron repercutiendo sobre los resultados en esa región.

A nivel operativo, los resultados todavía reflejan las alzas en los precios de las principales materias primas utilizadas por la Compañía, el impacto en éstos derivado del comportamiento del precio del dólar, y los incrementos en los gastos relacionados con las transformaciones estructurales, tanto de la red de distribución como de la plataforma tecnológica. De esta forma, el Margen de Operación del trimestre fue de 5.2%, 2.1 puntos porcentuales por debajo de lo registrado en el mismo periodo del año anterior.

Por último, el Margen Neto fue de sólo 0.9% debido a la contracción del Margen de Operación y a un mayor Costo Integral de Financiamiento, en comparación con el mismo trimestre de 2002.

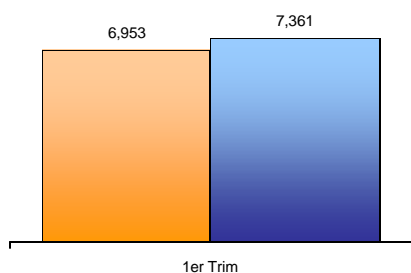
* Las cifras presentadas fueron preparadas de conformidad con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México y están expresadas en pesos constantes al 31 de marzo de 2003.

Ventas Netas

	1T02	1T03	% CAMBIO
México	6,953	7,361	5.9
Estados Unidos	2,146	3,044	41.8
Latinoamérica	700	616	-12.0
CONSOLIDADAS	9,701	10,907	12.4

Nota: Las cifras se encuentran expresadas en millones de pesos. En el cálculo de las cifras Consolidadas se han eliminado las operaciones entre las regiones.

México
(millones de pesos)

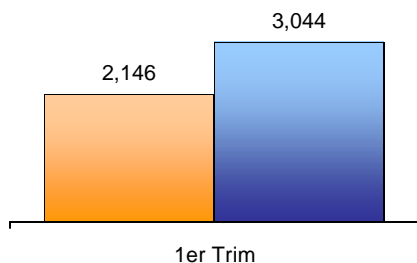


México

En el primer trimestre de 2003, las Ventas domésticas ascendieron a \$7,361 millones, lo que representó un incremento de 5.9% con respecto al mismo periodo de 2002. Lo anterior continúa siendo el resultado de la combinación de los aumentos de precios de las principales líneas, realizados en agosto y noviembre del año pasado, así como del sano desempeño que han venido experimentando las operaciones de panificación y botana salada.

Es importante destacar que, si bien el sector de confitería siguió mostrando un deterioro durante el trimestre, *Ricolino* ha logrado mantener su participación de mercado debido al intenso lanzamiento de nuevos productos y a la contribución de los productos de *Wrigley*, incorporados en el trimestre.

Estados Unidos
(millones de pesos)



Estados Unidos

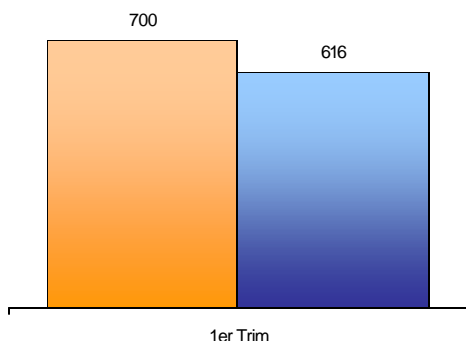
Las Ventas en esta región crecieron 41.8%, al llegar a \$3,044 millones. Este incremento es el resultado mixto de la incorporación, en marzo de 2002, de las nuevas operaciones en la región y de la reducción en los ingresos derivada de los descuentos otorgados a los nuevos operadores independientes en el área de Texas.

Asimismo, las ventas del trimestre reflejan el favorable desempeño de los productos de las marcas *Bimbo* y *Marinela* que se han importado. En el trimestre, los volúmenes de éstas crecieron aproximadamente 30% en comparación con el mismo periodo del año anterior.

Conviene destacar que el mercado de pan en la región experimentó el primer trimestre de ligera recuperación después de la tendencia de contracción generalizada que se registró durante todo 2002. A este respecto, Grupo Bimbo continúa reportando una participación de mercado estable.

■ 2002
 ■ 2003

Latinoamérica
(millones de pesos)



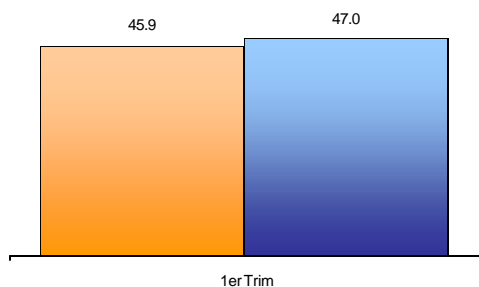
Centro y Sudamérica

Las Ventas en Latinoamérica disminuyeron 12.0%, debido al deterioro en las economías de la mayoría de los países donde la Compañía tiene operaciones. Las crisis económicas y políticas en esta región han derivado en altos índices de desempleo y, consecuentemente, en una contracción del consumo y un aumento en la demanda de productos de menor precio.

En el trimestre, las operaciones más afectadas siguen siendo las de Argentina y Venezuela, donde los volúmenes de venta experimentaron contracciones cercanas a 20 y 37%, respectivamente. En el caso de Venezuela se registró un deterioro muy significativo en comparación con el trimestre inmediato anterior, debido, principalmente, al Paro Cívico —que concluyó el 3 de febrero— y al control de precios que en el mismo mes se impuso a un gran número de productos, incluyendo el pan de caja. Es importante mencionar, sin embargo, que tres semanas después de dicho decreto se liberó el precio de nuestros productos.

Vale la pena destacar que, si bien la región se encuentra atravesando por una situación difícil, las condiciones económicas en Argentina y Brasil comienzan a estabilizarse.

Costo de Ventas
(% sobre ventas)



Costo de Ventas

En el primer trimestre del año, este indicador representó 47.0% de las Ventas, es decir, 1.1 puntos porcentuales mayor al registrado en el mismo periodo de 2002. Este incremento es el reflejo del alza en los precios internacionales de las principales materias primas, que adicionalmente se vieron impactados por la depreciación de los tipos de cambio en la mayoría de las monedas de los países donde la Compañía tiene operaciones. A pesar de ello, esta alza fue parcialmente contrarrestada con los aumentos de precios que se llevaron a cabo de manera oportuna en nuestros principales productos durante los últimos meses de 2002.

Entre los incrementos más significativos en los precios de las materias primas destacan los de la harina de trigo, los aceites de soya y palma, el maíz y la cocoa. Tan sólo en los casos de la harina de trigo y los aceites, los precios experimentaron alzas de alrededor de 45 y 35%, respectivamente, en comparación con el mismo trimestre del año anterior.

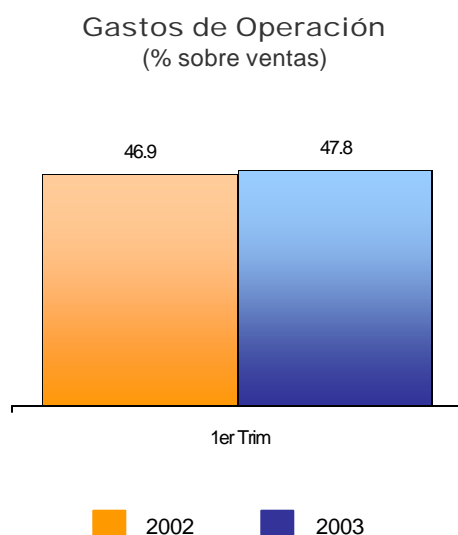
Adicionalmente, la proporción del Costo de Ventas de las operaciones en Estados Unidos continúa reflejando un incremento, debido a la reducción de los ingresos como resultado de la implantación del proyecto PEARL en el área de Texas.

■ 2002
 ■ 2003

En Latinoamérica, las operaciones más afectadas en este rubro son las de Argentina, Colombia y Venezuela, que durante el trimestre observaron incrementos en los precios de sus materias primas de aproximadamente 19, 11 y 30%, respectivamente. En el caso de Venezuela, los costos de liquidación de 156 colaboradores del área de producción repercutieron también en este rubro.

Gastos de Operación

Los componentes del Gasto de Operación tuvieron comportamientos mixtos. En el resultado neto hubo un incremento de 1.0 puntos porcentuales con respecto al mismo trimestre del año anterior, al situarse en 47.8% de las Ventas.



Por un lado, los Gastos de Distribución y Venta continúan registrando un aumento relacionado con la especialización de la red de distribución y con la implantación de las hand helds a nuestra fuerza de ventas. Tan sólo en Bimbo, S.A. de C.V., durante los últimos 12 meses se abrieron más de 2,100 rutas y se contrataron más de 2,900 personas para apoyar los proyectos de transformación.

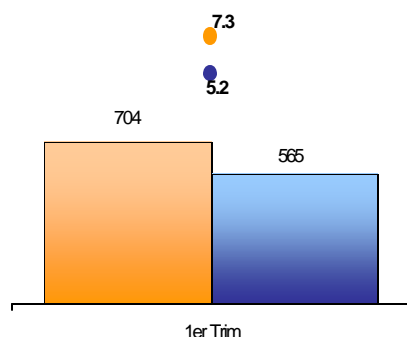
En Estados Unidos, como consecuencia de la conversión de rutas a distribuidores independientes en Texas, ya comienza a registrarse una disminución en este renglón. Sin embargo, lo anterior no ha alcanzado a compensar el descenso en los ingresos, ya que el retraso en la venta de las rutas en Houston ocasionó una demora en la reducción de la plantilla laboral, relacionada con el apoyo a la capacitación de los distribuidores independientes.

En Latinoamérica también hubo una caída en los Gastos de Distribución y Venta, principalmente por el cierre de rutas poco rentables y la aplicación del esquema de “tercerización” de rutas en Argentina. La única excepción se dio en Venezuela, en donde los Gastos de Distribución y Venta también se vieron afectados por los costos de liquidación de 149 colaboradores del área de ventas.

Por su parte, el Gasto de Administración mostró una reducción con respecto al mismo periodo del año anterior. Ello se debió al esfuerzo de la Compañía por normalizar el gasto en este rubro, afectado desde el inicio de los cambios estructurales ya mencionados.

Finalmente, vale la pena mencionar que los proyectos de transformación tecnológica se han desarrollado conforme a lo planeado. Al primer trimestre de este año se habían incorporado 60 plantas a la plataforma del ERP e instalado 18,337 hand helds, de manera tal que sólo queda pendiente la incorporación de 10 plantas y la instalación del 18% de las hand helds.

Utilidad de Operación



Utilidad de Operación

Como resultado de todo lo anteriormente mencionado, la Utilidad de Operación del primer trimestre de 2003 se ubicó en \$565 millones, lo que representó un margen de 5.2%, 2.1 puntos porcentuales por debajo de lo registrado en el mismo periodo del año anterior.

Costo Integral de Financiamiento

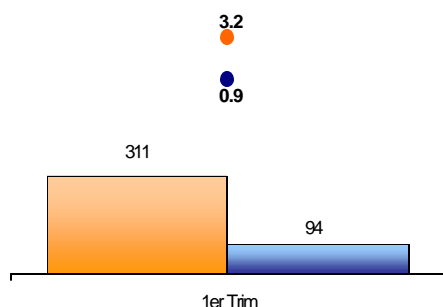
El Resultado Integral de Financiamiento pasó de un ingreso de \$24 millones en el primer trimestre de 2002 a un costo de \$257 millones en el mismo periodo de 2003. Este comportamiento se explica por un mayor pago de intereses debido a la incorporación de la deuda en marzo de 2002 y por el efecto de la devaluación que tuvo el peso mexicano frente al dólar durante el trimestre.

Otros Ingresos y Gastos

Durante el trimestre se registró un gasto de \$105 millones, correspondientes en su mayoría a la amortización del crédito mercantil relacionado con las marcas adquiridas en Estados Unidos y Brasil.

Este rubro fue 39.8% inferior al reportado en el mismo periodo de 2002, dado que en marzo de ese mismo año se creó una reserva por \$14 millones de dólares para la integración de las operaciones recién adquiridas en Estados Unidos.

Utilidad Neta Mayoritaria



Utilidad Neta Mayoritaria

Como consecuencia de una menor Utilidad de Operación y un mayor Costo Integral de Financiamiento, la Utilidad Neta Mayoritaria del trimestre ascendió a \$94 millones, lo que representó un margen de 0.9%.

Utilidad de Operación más Depreciación y Amortización (UAFIDA)

Si bien los proyectos en los que ha estado inmersa la Compañía desde hace dos años le han demandado una cantidad significativa de recursos y han hecho que los márgenes operativos disminuyan, el flujo de efectivo sigue siendo sólido, al alcanzar \$912 millones en el primer trimestre de 2003, lo que significa 8.4% de las Ventas.



Estructura Financiera

No obstante que los márgenes continúan presionados por los gastos relacionados con la transformación estructural, la estabilidad del flujo de efectivo que ha caracterizado a la Compañía permitió que en marzo se realizara un prepago por \$63 millones de dólares del Crédito Sindicado contratado en 2001. Cabe mencionar que esta iniciativa fue consistente con los esfuerzos de la Compañía por optimizar sus recursos monetarios.

En consecuencia, en el primer trimestre de 2003 se registró un nivel de apalancamiento —medido como Deuda Neta a Capital Contable— de 0.72 veces, en comparación con 0.75 veces registradas en el mismo periodo del año anterior.

Eventos Recientes

El 20 de marzo de 2003, Grupo Bimbo llevó a cabo un prepago por \$63 millones de dólares correspondientes a un Crédito Sindicado, cuyo vencimiento estaba programado para el mes de octubre de 2004.

Esta decisión fue producto de dos circunstancias: la intención de aprovechar el continuo crecimiento y fortaleza observados en el nivel de caja durante los últimos meses y el hecho de que la Compañía no enfrenta ningún vencimiento de deuda relevante por lo que resta del presente año y hasta octubre de 2004.

Con esta operación, Grupo Bimbo redujo anticipadamente su nivel de apalancamiento, el cual se encuentra estructurado con vencimientos ordenados y diluidos en el largo plazo.

Descripción de la Compañía

Grupo Bimbo es una de las empresas de panificación más grandes del mundo por sus volúmenes de producción y ventas. Líder en el continente americano, Grupo Bimbo cuenta con más de 75 plantas y 950 centros de distribución localizados estratégicamente en 14 países de América y Europa. Sus líneas de productos incluyen pan de caja, bollos, galletas, pasteles, productos empacados, tortillas, botanas saladas y confitería, entre otros.

Grupo Bimbo tiene una de las redes de distribución más extensas del mundo, con una flotilla de más de 29,000 vehículos y una plantilla laboral superior a 72,000 colaboradores, y fabrica arriba de 3,600 productos.

Las acciones de Grupo Bimbo cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) desde 1980 bajo la clave de pizarra BIMBOA.

Declaración del futuro desempeño de las operaciones y resultados

Este reporte contiene algunas declaraciones sobre el desempeño financiero y operativo esperado de Grupo Bimbo, S.A. 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 de la Administración de la Compañía en relación con posibles eventos futuros. Los resultados de la Compañía pueden variar con respecto a los expuestos en dichas declaraciones por diversos factores -cuyo desempeño se encuentra fuera del alcance de la Compañía-, tales como: ajustes en los niveles de precios, variaciones en los costos de sus insumos 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 por dichas variaciones 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 documento.

ESTADO DE RESULTADOS (MILLONES DE PESOS CONSTANTES AL 31 DE MARZO DE 2003)	2002		2003		% Cambio
	1 TRIM	%	1 TRIM	%	
VENTAS NETAS	9,701	100.0	10,907	100.0	12.4%
MEXICO	6,953	71.7	7,361	67.5	5.9%
ESTADOS UNIDOS	2,146	22.1	3,044	27.9	41.8%
LATINOAMERICA	700	7.2	616	5.6	-12.0%
COSTO DE VENTAS	4,452	45.9	5,124	47.0	15.1%
UTILIDAD BRUTA	5,250	54.1	5,782	53.0	10.1%
GASTOS DE OPERACION	4,546	46.9	5,218	47.8	14.8%
UTILIDAD DE OPERACIÓN	704	7.3	565	5.2	-19.8%
MEXICO	860	8.9	703	6.4	-18.2%
ESTADOS UNIDOS	(11)	(0.1)	(84)	(0.8)	N.A.
LATINOAMERICA	(51)	(0.5)	(54)	(0.5)	N.A.
COSTO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO	(24)	(0.2)	257	2.4	N.A.
INTERESES PAGADOS (NETO)	59	0.6	254	2.3	N.A.
PERDIDA (GANANCIA) CAMBIARIA	23	0.2	99	0.9	N.A.
RESULTADO POR POSICION MONETARIA	(106)	(1.1)	(97)	(0.9)	N.A.
OTROS GASTOS E (INGRESOS) NETO	174	1.8	105	1.0	-39.8%
PROVISION PARA IMPUESTOS Y P.T.U.	251	2.6	100	0.9	-60.0%
PARTICIPACIÓN EN LOS RESULTADOS DE SUBSIDIARIAS Y ASOCIADAS NO CONSOLIDADAS	(10)	(0.1)	2	0.0	N.A.
PARTICIPACION MINORITARIA	1	0.0	6	0.1	N.A.
UTILIDAD NETA MAYORITARIA	311	3.2	94	0.9	-69.8%
UTILIDAD DE OPERACIÓN MAS DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN (UAFIDA)	1,057	10.9	913	8.4	-13.7%
MEXICO	1,106	11.4	938	8.6	-15.2%
ESTADOS UNIDOS	33	0.3	(5)	(0.0)	N.A.
LATINOAMERICA	12	0.1	(20)	(0.2)	N.A.

BALANCE GENERAL	2002	2003	%
(MILLONES DE PESOS CONSTANTES AL 31 DE MARZO DE 2003)			Cambio
ACTIVO TOTAL	30,433	31,693	4.1
MEXICO	15,112	16,842	11.5
ESTADOS UNIDOS	12,929	12,363	(4.4)
LATINOAMERICA	2,392	2,488	4.0
ACTIVO CIRCULANTE	5,950	6,747	13.4
INMUEBLES, PLANTA Y EQUIPO (NETO)	15,614	15,696	0.5
PASIVO TOTAL	16,655	17,428	4.6
DEUDA A CORTO PLAZO	7,027	838	(88.1)
DEUDA A LARGO PLAZO	4,539	10,679	135.3
CAPITAL CONTABLE	13,777	14,265	3.5

ESTADO DE CAMBIOS EN LA SITUACIÓN FINANCIERA	2002	2003
(MILLONES DE PESOS CONSTANTES AL 31 DE MARZO DE 2003)		
RESULTADO NETO	312	101
+ (-) PARTIDAS APLICADAS A RESULTADOS QUE NO REQUIEREN UTILIZACIÓN DE RECURSOS	235	174
FLUJO DERIVADO DEL RESULTADO NETO DEL EJERCICIO	547	275
FLUJO DERIVADO DE CAMBIOS EN EL CAPITAL DE TRABAJO	(660)	(546)
RECURSOS GENERADOS (UTILIZADOS) POR LA OPERACIÓN	(113)	(271)
FLUJO DERIVADO DE FINANCIAMIENTO AJENO	6,197	(303)
FLUJO DERIVADO DE FINANCIAMIENTO PROPIO	-	-
RECURSOS GENERADOS (UTILIZADOS) MEDIANTE FINANCIAMIENTO	6,197	(303)
RECURSOS GENERADOS (UTILIZADOS) EN ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	(5,593)	(443)
INCREMENTO (DECREMENTO) EN EFECTIVO POR INVERSIONES TEMPORALES	490	(1,017)
EFECTIVO E INVERSIONES TEMPORALES AL INICIO DEL PERÍODO	829	2,345
EFECTIVO E INVERSIONES TEMPORALES AL FINAL DEL PERÍODO	1,319	1,328