



# GRUPO BIMBO

## REPORTA RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2022

Ciudad de México, 21 de julio de 2022



*“El desempeño del segundo trimestre en Ventas fue excepcional, alcanzando un nivel récord y con ganancias de participación de mercado a lo largo de nuestro portafolio. Nuestros volúmenes tuvieron un fuerte crecimiento en todas nuestras regiones como reflejo de la gran demanda que experimentamos, a medida que nuestras marcas continúan resonando entre nuestros consumidores. Continuaremos invirtiendo en nuestras marcas a medida que avancemos.”*

**– Daniel Servitje, Presidente de Consejo y Director General**

*“Nuestras Ventas Netas y Utilidades alcanzaron niveles históricos para un segundo trimestre, a pesar de mayores precios de las materias primas y de un mayor entorno inflacionario. Estamos aplicando las palancas para compensar el aumento de la inflación, incluidas las estrategias de Revenue Growth Management, la mezcla de categorías y productos, estrategia de precios, las iniciativas de productividad, y continuamos buscando de manera proactiva oportunidades de reestructuración.”*

**– Diego Gaxiola, Director Global de Administración y Finanzas**

Grupo Bimbo S.A.B. de C.V. (“Grupo Bimbo” o “la Compañía”) (BMV: BIMBO) reporta sus resultados correspondientes a los tres meses concluidos el 30 de junio de 2022<sup>1</sup>.

Los resultados del segundo trimestre del negocio de confitería en proceso de venta se presentan como operación discontinua en el estado de resultados. Los principales conceptos del estado de resultados del 2T22 y 2T21, atribuibles al negocio de confitería en proceso de venta presentados como Resultado por Operación Discontinua son (Cifras en millones de pesos mexicanos): Ventas \$2,653 (\$2,248 para 2021), Costos y Gastos de Operación \$2,107 (\$1,837 para 2021) y Utilidad Neta \$434 (\$319 para 2021). Ver la nota “Información a revelar sobre los activos disponibles para la venta” del Reporte a la BMV.

## RELEVANTES DEL TRIMESTRE

- Las Ventas Netas alcanzaron un nivel récord para un segundo trimestre, totalizando \$96,434 millones, un aumento de 18.1%, principalmente por la mezcla de precios favorable y el fuerte desempeño de los volúmenes en todas las regiones
- La UAFIDA Ajustada<sup>2</sup> aumentó 12.5%, mientras que el margen se contrajo 60 puntos base, principalmente por mayores costos de las materias primas y un mayor entorno inflacionario
- La Utilidad Neta Mayoritaria se duplicó y el margen se expandió 270 puntos base, alcanzando un nivel récord de 6.4%
- El Retorno sobre el Capital<sup>3</sup> alcanzó un nivel récord de 16.5%
- La razón de Deuda Neta / UAFIDA Ajustada<sup>4</sup> cerró el trimestre en 1.9 veces

## EVENTOS RECIENTES

- La marca Bimbo se posicionó como la marca de alimentos más elegida en los hogares en México y Latinoamérica, en *Kantar Brand Footprint 2022*
- Las operaciones en Ecuador ahora están operando con energía eléctrica 100% renovable, convirtiéndose en el país número 22 de Grupo Bimbo que trabaja al 100% con energía eléctrica renovable

## RESUMEN FINANCIERO

(MILLONES DE PESOS MEXICANOS)

	2T22	2T21	Cambio
Ventas Netas	96,434	81,654	18.1%
Utilidad Bruta	49,694	44,037	12.8%
Utilidad de Operación	10,205	6,608	54.4%
UAFIDA Ajustada	12,992	11,549	12.5%
Utilidad Neta Mayoritaria	6,146	3,028	>100%
Deuda Neta/UAFIDA Ajustada	1.9x	1.8x	0.1x
ROE	16.5%	13.4%	3.1pp

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

2. Utilidad antes de intereses, impuestos, depreciación, amortización y Planes de Pensión Multipatronales (“MEPPs”, por sus siglas en inglés).

3. Ajustado con los cargos no monetarios referentes a los MEPPs.

4. No considera el efecto de la NIIF16.

# VENTAS NETAS

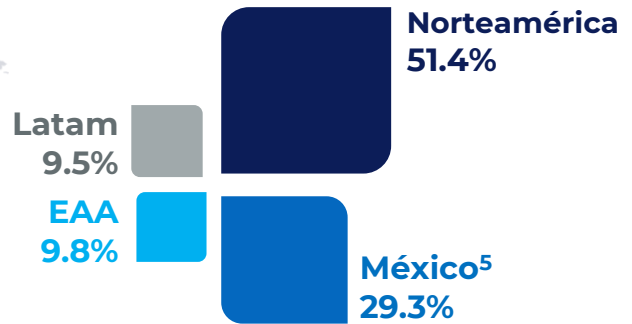
(MILLONES DE PESOS MEXICANOS)

Ventas Netas	2T22	2T21	% Δ
Norteamérica	49,452	42,538	16.3
México	31,768	26,119	21.6
EAA	8,906	8,289	7.4
Latinoamérica	9,641	7,369	30.8
<b>Grupo Bimbo</b>	<b>96,434</b>	<b>81,654</b>	<b>18.1</b>

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



Cifras de los últimos 12 meses al 30 de junio de 2022.



Las Ventas Netas alcanzaron un nivel récord para un segundo trimestre, totalizando **\$96,434 millones**, un aumento de **18.1%**, principalmente por la mezcla de precios favorable y el fuerte desempeño de los volúmenes en todas las regiones.

## NORTEAMÉRICA<sup>6</sup>

Las Ventas Netas en Norteamérica en términos de dólares estadounidenses crecieron **16.8%**. El fuerte desempeño en Ventas fue impulsado por la implementación exitosa de la estrategia de precios y al crecimiento de los volúmenes en las categorías con marca, especialmente el pan *mainstream*, pan *premium* y botanas.



## MÉXICO

Las Ventas Netas en México aumentaron **21.6%**, atribuible al fuerte crecimiento de los volúmenes y a la mezcla favorable de precios y productos. Todos los canales y categorías registraron un crecimiento de doble dígito, de manera más notable el canal de conveniencia y las categorías de pan, pan dulce, pastelitos, galletas y botanas.



<sup>5</sup> En los resultados de México se han eliminado las operaciones entre regiones.  
<sup>6</sup> La región de Norteamérica incluye los resultados de las operaciones de Estados Unidos y Canadá.

## EAA<sup>7</sup>

Las Ventas Netas del segundo trimestre incrementaron 7.4% en términos de pesos; excluyendo el efecto del tipo de cambio las Ventas Netas aumentaron 17.4%, reflejando los incrementos de precios, el crecimiento de los volúmenes y la mezcla favorable de productos en casi todos los países, sobre todo en España y Portugal, así como la contribución inorgánica de la adquisición de Medina del Campo en España. Esto fue parcialmente compensado por un entorno complicado en China relacionado principalmente a las restricciones de Covid-19.



## LATINOAMÉRICA<sup>8</sup>

Las Ventas Netas del segundo trimestre en Latinoamérica crecieron 30.8% en términos de pesos; excluyendo el efecto del tipo de cambio las Ventas Netas aumentaron 37.7%, principalmente por el fuerte desempeño de los volúmenes y una mezcla de precios favorable en todas las organizaciones, destacando Argentina, Brasil, y toda la división de Latin Centro, la cual alcanzó niveles récord para el trimestre. El crecimiento de las Ventas también se vio beneficiado por la contribución inorgánica de la adquisición de Aryzta do Brasil.



## UTILIDAD BRUTA

(MILLONES DE PESOS MEXICANOS)

	Utilidad Bruta			Margen Bruto (%)		
	2T22	2T21	% Δ	2T22	2T21	Δ pp.
Norteamérica	26,046	23,793	9.5	52.7	55.9	(3.3)
México	17,141	14,500	18.2	54.0	55.5	(1.6)
EAA	2,757	2,784	(1.0)	31.0	33.6	(2.6)
Latinoamérica	4,090	3,262	25.4	42.4	44.3	(1.8)
<b>Grupo Bimbo</b>	<b>49,694</b>	<b>44,037</b>	<b>12.8</b>	<b>51.5</b>	<b>53.9</b>	<b>(2.4)</b>

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

La Utilidad Bruta del segundo trimestre aumentó 12.8%, mientras que el margen se contrajo 240 puntos base a 51.5%, atribuible principalmente a mayores costos de materias primas en todas las regiones.

7. La región de EAA incluye los resultados de las operaciones en Europa, Asia y África.

8. La región de Latinoamérica incluye los resultados de las operaciones en Centro y Sudamérica.

## UTILIDAD DE OPERACIÓN

(MILLONES DE PESOS MEXICANOS)

	Utilidad de Operación			Margen Operativo (%)		
	2T22	2T21	% Δ	2T22	2T21	Δ pp.
Norteamérica	4,801	2,607	84.1	9.7	6.1	3.6
México	4,782	3,965	20.6	15.1	15.2	(0.1)
EAA	150	58	>100	1.7	0.7	1.0
Latinoamérica	231	(27)	NA	2.4	(0.4)	2.8
<b>Grupo Bimbo</b>	<b>10,205</b>	<b>6,608</b>	<b>54.4</b>	<b>10.6</b>	<b>8.1</b>	<b>2.5</b>

Los resultados por región no reflejan el efecto de regalías intercompañía; en los resultados del 2021 de la región México se han ajustado algunos ingresos por regalías intercompañía que anteriormente eran incluidos; en los resultados consolidados se eliminaron las operaciones intercompañía.

La Utilidad de Operación en el segundo trimestre aumentó 54.4% y el margen se expandió 250 puntos base, principalmente debido al sólido desempeño de las ventas, a eficiencias en la red de distribución, a menores gastos de administración, así como al beneficio no monetario de US\$90 millones proveniente del ajuste al pasivo de los MEPPs, el cual refleja los niveles actuales de las tasas de interés.

## UAFIDA AJUSTADA

(MILLONES DE PESOS MEXICANOS)

	UAFIDA Ajustada			Margen UAFIDA Aj. (%)		
	2T22	2T21	% Δ	2T22	2T21	Δ pp.
Norteamérica	5,335	5,467	(2.4)	10.8	12.9	(2.1)
México	5,831	4,932	18.2	18.4	18.9	(0.5)
EAA	664	566	17.4	7.5	6.8	0.6
Latinoamérica	800	399	>100	8.3	5.4	2.9
<b>Grupo Bimbo</b>	<b>12,992</b>	<b>11,549</b>	<b>12.5</b>	<b>13.5</b>	<b>14.1</b>	<b>(0.6)</b>

Los resultados por región no reflejan el efecto de regalías intercompañía; en los resultados del 2021 de la región México se han ajustado algunos ingresos por regalías intercompañía que anteriormente eran incluidos; en los resultados consolidados se eliminaron las operaciones intercompañía.

La UAFIDA Ajustada, la cual no considera el efecto de los MEPPs, aumentó 12.5%, mientras que el margen se contrajo 60 puntos base a 13.5%, principalmente debido al mayor costo de ventas y al entorno inflacionario mencionados anteriormente, los cuales fueron parcialmente compensados por los ahorros en productividad a lo largo de la cadena de valor y un estricto control de gastos administrativos.

## NORTEAMÉRICA

La contracción del margen de 210 puntos base en Norteamérica se debió principalmente a un mayor entorno inflacionario, incluyendo materias primas, costos laborales y a los desafíos y la escasez en la cadena de suministro. Esto fue parcialmente compensado por el fuerte desempeño de ventas, la mezcla favorable de productos con marca y por los beneficios de productividad provenientes de las inversiones en reestructura realizadas anteriormente.

## MÉXICO

**El margen se contrajo 50 puntos base** atribuible a mayores costos de las materias primas, lo cual fue parcialmente compensado por el fuerte desempeño de las ventas, por la mezcla favorable de productos y categorías y por los ahorros de productividad en la cadena de suministro.

## EAA

**EAA registró una expansión de 60 puntos base en el margen** principalmente debido al desempeño de las ventas y a los ahorros en la red de distribución en España. Esto fue parcialmente compensado por los débiles resultados en China y mayores costos de las materias primas en todas las organizaciones.

## LATINOAMÉRICA

**El margen UAFIDA Ajustada de Latinoamérica se expandió 290 puntos base, alcanzando un nivel récord para un segundo trimestre en 8.3%**, principalmente debido al sólido desempeño de las ventas en todas las organizaciones, una mejor mezcla de categorías y productos, una mayor penetración de mercado, beneficios de productividad y los sólidos resultados en Brasil y Argentina.

## RESULTADO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO

(MILLONES DE PESOS MEXICANOS)

**El Resultado Integral de Financiamiento totalizó \$1,257 millones**, la disminución de 37% se debió principalmente a menores gastos por intereses.

## UTILIDAD NETA MAYORITARIA

(MILLONES DE PESOS MEXICANOS)

	Utilidad Neta Mayoritaria			Margen Neto Mayoritario (%)		
	2T22	2T21	% Δ	2T22	2T21	Δ pp.
Grupo Bimbo	6,146	3,028	>100	6.4	3.7	2.7

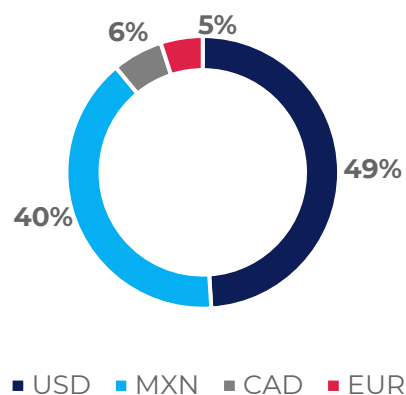
**La Utilidad Neta Mayoritaria se duplicó y el margen se expandió 270 puntos base**, debido al fuerte desempeño de las ventas de la Compañía, eficiencias en los gastos de administración y venta, el efecto positivo de los *MEPPs*, al menor costo de financiamiento y una menor tasa efectiva de impuestos sobre la renta.

## ESTRUCTURA FINANCIERA

Al 30 de junio de 2022, la Deuda Total fue de \$93,673 millones, en comparación con \$92,855 millones al 31 de diciembre de 2021.

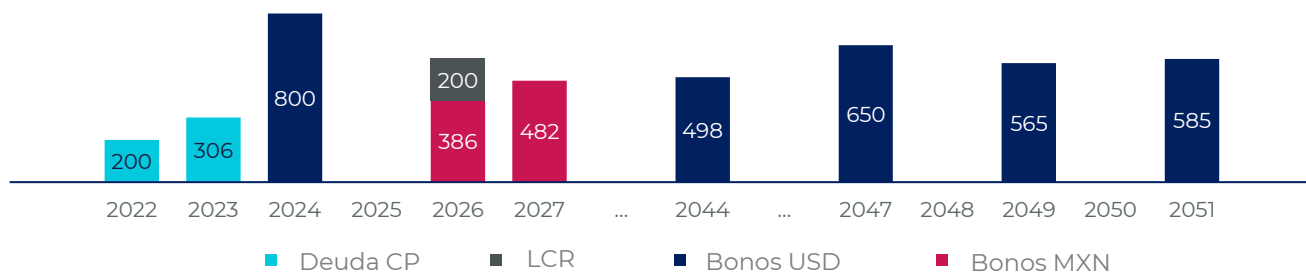
El vencimiento promedio de la deuda fue de 14.5 años, con un costo promedio de 5.8%. La Deuda a Largo Plazo representó el 89% del total; 49% de la deuda estuvo denominada en dólares estadounidenses, 40% en pesos mexicanos, 6% en dólares canadienses y el 5% en euros.

La razón de Deuda Neta a UAFIDA Ajustada, la cual no incluye el efecto de la NIIF 16 y Ricolino, fue de 1.9 veces, la cual permaneció sin cambio al compararla con el 31 de diciembre de 2021.



## PERFIL DE AMORTIZACIÓN<sup>9</sup>

(MILLONES DE DÓLARES ESTADOUNIDENSES)



## INFORMACIÓN SOBRE LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

### LLAMADA

La conferencia telefónica se llevará a cabo el jueves 21 de julio de 2022 a las 6:00 p.m. tiempo del este (5:00 p.m. tiempo del centro). Para participar en la conferencia, favor de llamar a los siguientes números telefónicos:

Estados Unidos: +1 (844) 450 3853  
 Otros países: +1 (412) 317 6375  
 México: +52 (55) 8880 8040  
 Código de identificación: GRUPO BIMBO

### TRANSMISIÓN

También puede acceder a la transmisión de esta conferencia a través del sitio web de Grupo Bimbo: <https://www.grupobimbo.com/es/inversionistas/eventos>

### REPETICIÓN

La repetición de la conferencia estará disponible hasta el 1 de agosto de 2022. Para acceder a la repetición, favor de ingresar a la página web de Grupo Bimbo, <https://www.grupobimbo.com/es/inversionistas/eventos> o llamar a los siguientes números telefónicos:

Estados Unidos: +1 (877) 344 7529,  
 Otros países: +1 (412) 317 0088,  
 Canadá: +1 (855) 669 9658.  
 Código de identificación: 8235190.

9. No incluye la deuda de largo plazo a nivel subsidiaria por US\$52 millones. Incluye emisión a 30 años de BBU.

## ACERCA DE GRUPO BIMBO

**Grupo Bimbo es la empresa de panificación líder y más grande del mundo y un jugador relevante en *snacks*.** Cuenta con 203 panaderías y otras plantas y 1,600 centros de ventas estratégicamente localizados en 33 países de América, Europa, Asia y África. Sus principales líneas de productos incluyen pan de caja, bollería, pan dulce, pastelitos, galletas, pan tostado, *English muffins*, *bagels*, tortillas y *flatbread*, botanas saladas, entre otros. Grupo Bimbo fabrica más de 10,000 productos y tiene una de las redes de distribución más grandes del mundo, con más de 3.1 millones de puntos de venta, más de 54,000 rutas y más de 135,000 colaboradores. Sus 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 de ADR Nivel 1, bajo la clave de pizarra BMBOY.

## 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.

## CONTACTO RELACIÓN CON INVERSIONISTAS

[www.grupobimbo.com](http://www.grupobimbo.com)

[ir@grupobimbo.com](mailto:ir@grupobimbo.com)

(5255) 5268 6830



## BALANCE GENERAL

(MILLONES DE PESOS MEXICANOS)

	Jun, 2022	Dic, 2021	% Cambio
<b>ACTIVO TOTAL</b>	<b>339,080</b>	<b>339,114</b>	<b>(0.0%)</b>
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>62,533</b>	<b>59,120</b>	<b>5.8%</b>
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	6,773	8,747	(22.6%)
Clientes y otras Cuentas por Cobrar	25,164	22,882	10.0%
Inventarios	15,469	12,710	21.7%
Otros Activos Circulantes	7,704	7,026	9.6%
Activos Disponibles para su Venta	7,424	7,754	(4.3%)
Inmuebles, Planta y Equipo	103,806	101,722	2.0%
Activos Intangibles y Cargos Diferidos (neto) e Inv. acciones de Compañías Asociadas	134,556	137,883	(2.4%)
Activos por Derechos de Uso	29,755	30,525	(2.5%)
Otros Activos	8,429	9,864	(14.5%)
<b>PASIVO TOTAL</b>	<b>235,571</b>	<b>237,511</b>	<b>(0.8%)</b>
<b>PASIVO CIRCULANTE</b>	<b>86,639</b>	<b>82,823</b>	<b>4.6%</b>
Proveedores	37,468	36,005	4.1%
Deuda a Corto Plazo	10,107	10,625	(4.9%)
Pasivo por Arrendamiento a Corto Plazo	5,871	5,717	2.7%
Otros Pasivos Circulantes	30,112	27,668	8.8%
Pasivos Relacionados a Activos Disponibles para su Venta	3,081	2,807	9.7%
Deuda a Largo Plazo	83,566	82,230	1.6%
Pasivo por Arrendamiento a Largo Plazo	24,396	25,180	(3.1%)
Otros Pasivos Largo Plazo Sin Costo	40,970	47,279	(13.3%)
<b>CAPITAL CONTABLE</b>	<b>103,509</b>	<b>101,603</b>	<b>1.9%</b>
Capital Contable Minoritario	4,459	4,506	(1.0%)
Capital Contable Mayoritario	99,050	97,097	2.0%

## ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO

(MILLONES DE PESOS MEXICANOS)

	2T22	2T21	% Cambio
Ventas Netas	96,434	81,654	18.1%
Costo de Ventas	46,740	37,617	24.3%
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>49,694</b>	<b>44,037</b>	<b>12.8%</b>
Gastos Generales	40,761	35,727	14.1%
Otros (Ingresos) y Gastos Netos	(1,272)	1,702	NA
<b>UTILIDAD (PÉRDIDA) DE OPERACIÓN</b>	<b>10,205</b>	<b>6,608</b>	<b>54.4%</b>
Resultado Integral de Financiamiento	1,258	1,996	(37.0%)
Intereses Pagados Netos	1,017	1,851	(45.1%)
Pérdida (Ganancia) Cambiaria	266	164	62.7%
Resultado por Posición Monetaria	(25)	(19)	33.9%
Participación en Asociados	79	27	>100%
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>9,026</b>	<b>4,639</b>	<b>94.6%</b>
Impuestos a la Utilidad	2,944	1,639	79.6%
<b>UTILIDAD ANTES DE OPERACIONES DESCONTINUADAS</b>	<b>6,082</b>	<b>3,000</b>	<b>&gt;100%</b>
<b>OPERACIÓN DESCONTINUADA</b>	<b>434</b>	<b>319</b>	<b>36.1%</b>
Utilidad Neta Minoritaria	370	291	27.1%
<b>UTILIDAD NETA MAYORITARIA</b>	<b>6,146</b>	<b>3,028</b>	<b>&gt;100%</b>
<b>UAFIDA AJUSTADA</b>	<b>12,992</b>	<b>11,549</b>	<b>12.5%</b>