



ALIMENTAMOS UN MUNDO MEJOR

# 2020

ES MOMENTO  
DE RESPONDER

*#reto aceptado*

INFORME ANUAL INTEGRADO 2020

*#retoaceptado*

# para enfrentar una nueva realidad...

*y dar la cara a  
una crisis mundial*

REHABILITAMOS  
PANADERÍAS QUE  
NO OPERABAN PARA  
SATISFACER LA DEMANDA  
DE LOS MERCADOS A  
LOS QUE SERVIMOS

*#retoaceptado*

**para  
nunca  
parar...**

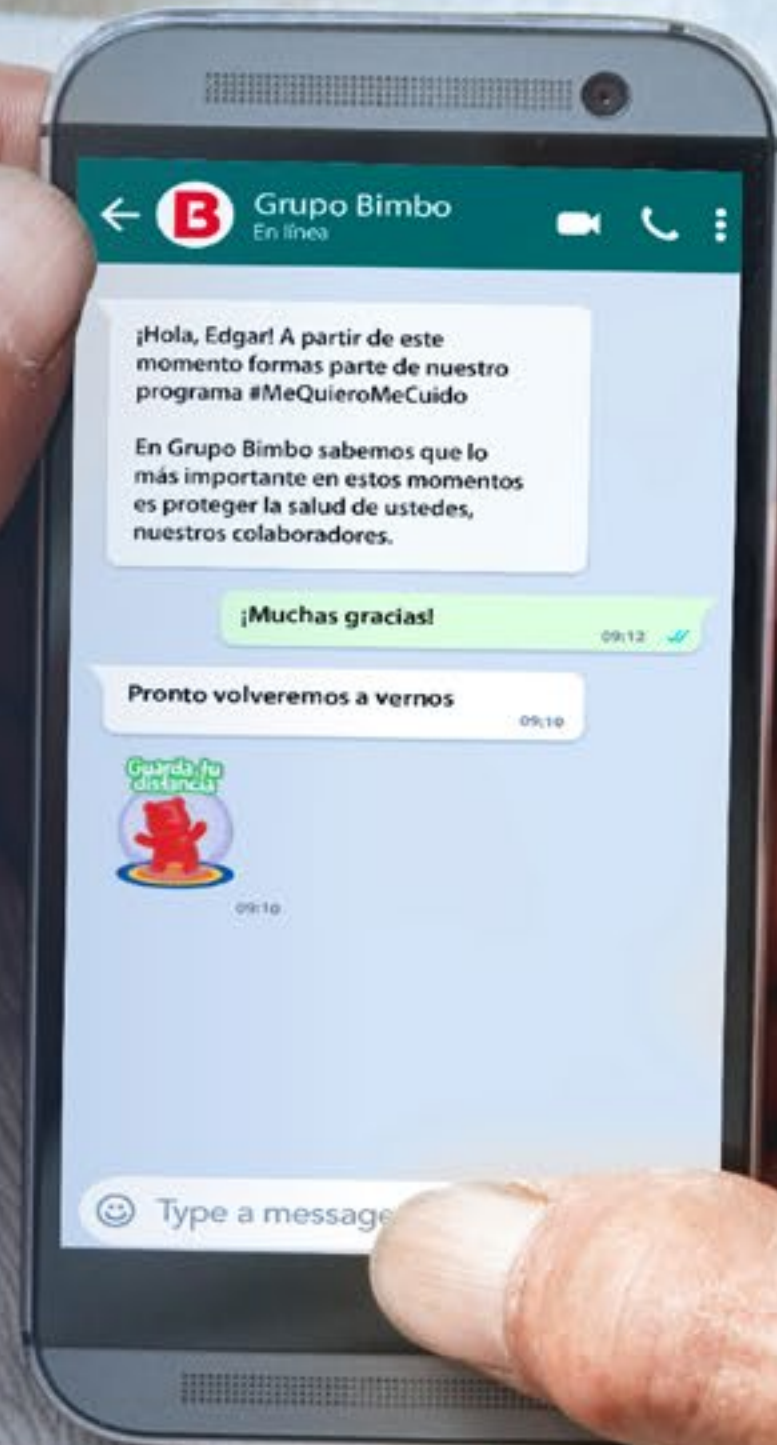
*y responder a las  
necesidades del mercado*

ATENDEMOS LAS  
NECESIDADES DE NUESTROS  
CLIENTES Y CONSUMIDORES  
APROVECHANDO  
LAS VENTAJAS DE  
DISTRIBUIR DIRECTAMENTE  
A LAS TIENDAS

*#retoaceptado*

# para cuidar de los nuestros...

*y proteger la salud  
de los colaboradores*



**+6,000**

COLABORADORES EN  
CONDICIONES DE RIESGO  
DE SALUD FUERON  
ENVIADOS A CASA

*#retoaceptado*

# para abrazar el cambio...

*y seguir trabajando  
más cerca que nunca*

**~5K**

COLABORADORES  
TRABAJAN DE FORMA  
REMOTA EN TOTAL  
COORDINACIÓN

*#retoaceptado*

# para seguir cerca...

*y alimentar un mundo mejor*



FORTALECIMOS LOS  
CANALES DIGITALES  
PARA LLEGAR A LOS  
HOGARES DE NUESTROS  
CONSUMIDORES



A CADA UNO DE LOS QUE FORMAMOS PARTE  
DE LA FAMILIA GRUPO BIMBO

*gracias*

NUESTRO MÁS PROFUNDO RESPETO Y  
ADMIRACIÓN POR ENFRENTAR CON VALOR EL  
RETO DE UN AÑO QUE SIEMPRE RECORDAREMOS...

PROPÓSITO

alimentamos un

mundo mejor

## MISIÓN

Alimentos deliciosos y nutritivos en las manos de todos.

## FILOSOFÍA

Construir una empresa sustentable, altamente productiva y plenamente humana.

## CREENCIAS

- Valoramos a la persona
- Somos una comunidad
- Conseguimos resultados
- Competimos y ganamos
- Somos operadores eficaces
- Actuamos con integridad
- Trascendemos y permanecemos en el tiempo

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 ALREDEDOR DE 1,700 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 Y PRODUCTOS DE CONFITERÍA, ENTRE OTROS. GRUPO BIMBO FABRICA MÁS DE 13,000 PRODUCTOS Y TIENE UNA DE LAS REDES DE DISTRIBUCIÓN MÁS GRANDES DEL MUNDO, CON MÁS DE 2.8 MILLONES DE PUNTOS DE VENTA, MÁS DE 53,000 RUTAS Y MÁS DE 133,000 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.



**33**  
*países*

**+13K**  
*productos*

**+100**  
*marcas*

**+53K**  
*ventas*

GRI (102-2, 102-3, 102-4, 102-6, 102-7, 102-10)

- ARGENTINA
- BRASIL
- CANADÁ
- CHILE
- CHINA
- COLOMBIA
- COREA DEL SUR
- COSTA RICA
- ECUADOR
- EL SALVADOR
- ESPAÑA
- ESTADOS UNIDOS
- FRANCIA
- GUATEMALA
- HONDURAS
- INDIA



- ITALIA
- KAZAJISTÁN
- MÉXICO
- MARRUECOS
- NICARAGUA
- PANAMÁ
- PARAGUAY
- PERÚ
- PORTUGAL
- REINO UNIDO
- RUSIA
- SUDÁFRICA
- SUIZA
- TURQUÍA
- UCRANIA
- URUGUAY
- VENEZUELA

**203**  
*panaderías y plantas*

**+133K**  
*colaboradores*

**~1,700**  
*centros de venta*

**+2.8M**  
*puntos de venta*

VENTAS NETAS **+13.4%**



UAFIDA AJUSTADA **+19.3%**



UTILIDAD NETA MAYORITARIA **+44.2%**



*2020 fue un año que nos puso a prueba...*



## Estimados accionistas:

(GRI 102-14, 102-15, 102-32, 103-1, 103-2, 103-3, 201-1)

Espero que ustedes y sus seres queridos se encuentren gozando de buena salud.

2020 fue un año que nos puso a prueba, en el que la incertidumbre nos desafió como individuos, como familia, como empresa y como comunidad, para afrontar con unidad, creatividad y dinamismo este gran reto.

Mientras que, debido a la pandemia, el mundo entero se puso en pausa, en Grupo Bimbo como empresa de actividad esencial, trabajamos con más determinación que nunca, cuidando la salud de nuestros colaboradores y sus familias, a nuestros clientes y consumidores, y a las comunidades a las que servimos; con enfoque, para transformar y agilizar nuestros procesos; con flexibilidad, para adaptarnos a nuevas formas de trabajar; y con entusiasmo, para cumplir con nuestro Propósito de alimentar un mundo mejor.

Hoy veo reflejado el trabajo de 75 años de historia, pues gracias a nuestro liderazgo global en una industria esencial, a nuestros colaboradores, a la diversificación geográfica, de canales y de categorías, a nuestras marcas y a nuestras capacidades de producción, logramos servir a nuestros consumidores durante este tiempo de disrupción y demanda extraordinaria.

### EL 2020 FUE UN AÑO HISTÓRICO:

- Establecimos un plan integral para cuidar la seguridad de nuestros colaboradores y asegurarnos que tuvieran las condiciones más seguras para poder trabajar: su seguridad es nuestra prioridad. Reforzamos el distanciamiento social; implementamos diferentes formatos de flexibilidad laboral, tales como trabajo remoto o turnos especiales. Diariamente llevamos a cabo todas las medidas pertinentes para garantizar la seguridad de nuestros colaboradores de primera línea. Lamentablemente, debido a la pandemia, fallecieron colaboradores de la empresa, así como algunos de sus familiares. Hago extensivo mi más sentido pésame a quienes han perdido a un ser querido por este motivo.
- Refrendamos y profundizamos nuestro compromiso con la creación de una empresa más incluyente. Este año promovimos el programa “Círculos de Liderazgo”, enfocado en el desarrollo de liderazgo femenino. También continuamos reafirmando nuestra postura de tolerancia cero ante cualquier comportamiento discriminatorio, esto incluye el racismo y otras dimensiones de diversidad.

La seguridad de  
nuestros colaboradores  
es nuestra prioridad

- Además, ratificamos nuestro compromiso con las mejores prácticas globales y por ello fuimos nombrados, por quinto año consecutivo, una de las empresas más éticas del mundo de acuerdo con el listado que elabora *The Ethisphere Institute*, firma que reconoce a las empresas que consideran al compromiso ético como uno de los ejes rectores en el quehacer de sus operaciones del día a día.
- Logramos atender adecuadamente las necesidades muy apremiantes de nuestros clientes y consumidores y lo hicimos aprovechando las ventajas tan especiales que nos da la capacidad de distribuir directamente a las tiendas; por ejemplo, ante el incremento de la demanda en Estados Unidos, reabrimos la planta de Hazleton en Pensilvania.
- Restructuramos nuestras rutas para poder llegar mejor a nuestros clientes, incrementando nuestra presencia en los canales con mayor demanda como el de autoservicios y el de comercio electrónico, en donde hubo una demanda extraordinaria, logrando un balance con aquellos canales con menor demanda, como el de *foodservice* y de comida rápida.
- Estamos comprometidos con ofrecer siempre la más alta calidad, asegurando que nuestras innovaciones satisfagan las necesidades del consumidor, optimizamos nuestro portafolio de productos con opciones más saludables con lanzamientos como Pan Bimbo Natural en México, Madalenas 0% azúcares Bella Easo en Iberia, donas al vapor Umo en Canadá o muffins integrales Nutrella en Brasil.
- Continuamos consolidando nuestro liderazgo global y fortaleciendo la presencia local con las adquisiciones de Paterna en España y la alianza estratégica con Food Town en Kazajistán.
- Aceleramos la transformación digital mediante la implementación de nuestra plataforma "Route to Market" en más de 34 mil rutas y de 370 Procesos Automáticos de Robotización, así como la capacitación virtual de más de 39,000 colaboradores. A pesar de la contingencia, completamos la implementación de Oracle Cloud en Argentina, Colombia y Perú, implementamos nuestra estrategia *GB Connected*, el internet de las cosas ("IOT", por sus siglas en inglés), en 114 plantas y reforzamos nuestra escucha a nuestros consumidores a través de "Connection center" para la toma de decisiones basada en datos.
- Revisamos nuestra inversión en CAPEX al principio del año debido al entorno incierto y, a pesar de que pospusimos algunos proyectos, invertimos \$621 millones de dólares. Redujimos los gastos generales en donde fue posible y decidimos



disponer de \$720 millones de dólares de nuestra línea de crédito revolvente comprometida, con el fin de incrementar nuestra liquidez, priorizando la flexibilidad y fortaleza financiera. Sin embargo, debido a la sólida generación de flujo de efectivo, logramos pagar por completo la línea revolvente y cerramos el año con un apalancamiento de 1.9 veces deuda neta a UAFIDA Ajustada, el más bajo en 10 años.

- Durante este año relanzamos nuestra estrategia de sustentabilidad, a través de ocho iniciativas fundamentales que nos alinearán cada vez más a nuestro Propósito de alimentar un mundo mejor. Bajo esta nueva perspectiva, Grupo Bimbo contribuirá a una mejor salud y bienestar con mejores recetas, más naturales y simples además de promover dietas basadas en plantas. Todo ello pensando siempre en las necesidades más exigentes de nuestros consumidores.

- En materia ambiental, nos hemos comprometido con alcanzar cero emisiones netas al 2050, incentivando la economía circular y apoyando la agricultura regenerativa. Como resultado, en 2020 nos mantuvimos firmes en el objetivo de mitigar nuestra huella ambiental a lo largo de toda nuestra cadena de valor, mediante acciones como la innovación en nuestros empaques con tecnologías biodegradable y compostable; la reducción de nuestra huella hídrica y de emisiones por eficiencia en nuestros procesos; el buen manejo de nuestros residuos y el uso de energía renovable y combustibles alternos, destacando que al cierre del año pasamos de tener 49% a 80% de electricidad renovable a nivel global versus la línea base, cumpliendo nuestro objetivo interno a 2020 y tenemos acuerdos firmados para alcanzar 95% de electricidad renovable para el 2023, progresando en nuestro compromiso de ser 100% renovables en electricidad para 2025.

- A través de los nuevos compromisos, trabajaremos de forma muy activa para fortalecer a las comunidades con las que nos relacionamos. Apoyamos los esfuerzos para abrazar una cultura de inclusión en un mundo cada vez más diverso, tanto entre nuestros colaboradores como en las comunidades con las que nos relacionamos. Además, aportamos nuestro granito de harina con donativos económicos y en especie a nivel global por más de 230 millones de pesos, beneficiando a cerca de ocho millones de personas de los sectores más vulnerables. De igual manera, contribuimos a la creación de la Unidad Hospitalaria Covid en la Ciudad de México y a la extensión de Servicios hasta marzo 2021.

- Bajo este nuevo plan, contribuimos con impactos más tangibles y directamente alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de Naciones Unidas y a los Diez Principios del Pacto Mundial, con quienes renovamos nuestro compromiso y apoyo.

Y, gracias a estos esfuerzos, logramos resultados históricos tanto en ventas como en utilidades, con crecimientos de 13.4% y 19.3% en ventas y UAFIDA Ajustada, respectivamente, con crecimientos en todas las regiones, expandimos 60 puntos base el margen neto y 310 puntos base el retorno sobre el capital; mientras que nuestra generación de flujo de efectivo se duplicó, siendo capaces de retribuirle a nuestros accionistas mediante la cancelación de 169.4 millones de acciones. Además, logramos aumentar sustancialmente la proporción de utilidades fuera de México de 48.8% en 2019 a 58.5% en 2020.

Esto no hubiera sido posible sin la dedicación y enfoque de nuestros más de 133,000 colaboradores, especialmente aquellos de primera línea que trabajaron incansablemente para garantizar la continuidad de nuestro negocio logrando atender a las comunidades en los países en donde operamos de

una manera ejemplar, sirviendo a nuestros consumidores con muchos retos, pero siempre cumpliendo las exigencias del servicio diario. A cada uno de ellos, nuestro más profundo reconocimiento y gratitud. Gracias también a nuestros líderes por navegar de manera segura en estas aguas turbulentas, a nuestros proveedores que permitieron la continuidad de la cadena de valor, y a nuestros clientes que, junto con nuestros consumidores, nuestros inversionistas y nuestros aliados estratégicos mantuvieron su confianza en nosotros.

**Aunque seguimos enfrentado la crisis más desafiante de la era moderna a nivel mundial, me quedo con la satisfacción de haber llegado a los 75 años de historia del Grupo Bimbo con resultados récord y con el compromiso inquebrantable de nuestra gente;** entusiasmado y con la energía de tener claridad de nuestra estrategia en los siguientes años. Confío en que el futuro traerá perspectivas de progreso que nos ayudarán a seguir cumpliendo la gran responsabilidad de alimentar y servir mejor a nuestros consumidores en todo el mundo, y una mayor oportunidad para vivir nuestras Creencias, demostrar nuestro Propósito y cumplir con nuestra Misión: alimentos deliciosos y nutritivos en las manos de todos.

*A cada uno de nuestros colaboradores, nuestro más profundo reconocimiento y gratitud...*

Un abrazo afectuoso.  
**Daniel Servitje**

Presidente del Consejo de Administración  
y Director General

# nuestras categorías



HOY SOMOS EL LÍDER  
GLOBAL EN LA INDUSTRIA  
DE LA PANIFICACIÓN



1  
PAN DE CAJA



2  
BOLLERÍA



3  
PAN DULCE



4  
PASTELITOS



5  
GALLETAS



6  
PAN TOSTADO



7  
ENGLISH MUFFINS



8  
BAGELS



9  
TORTILLAS Y FLAT BREAD



10  
BOTANAS SALADAS



11  
CONFITERÍA

# +100

*marcas líderes*

LLEGAMOS A NUEVOS MERCADOS  
APROVECHANDO LA FORTALEZA  
DE NUESTRAS MARCAS Y NUESTRA  
PRESENCIA INTERNACIONAL

Información interna con base en las ventas estimadas por marca durante los últimos 12 meses al 31 de diciembre de 2020.

Cifras en millones de dólares estadounidenses.

## +US\$1Bn



## +US\$500M



## +US\$250M



## +US\$100M

MRS BAIRD'S



Replicamos marcas exitosas en el mundo

(GRI 102-2)

LLEVAMOS A NUEVOS MERCADOS A AQUELLAS MARCAS QUE, POR SU ÉXITO, HAN DEMOSTRADO LLEGAR A LA PREFERENCIA DE NUESTROS CONSUMIDORES



### 4 PRIORIDADES

1

REVOLUCIONAR LA GENERACIÓN DE VALOR CON MÁXIMO POTENCIAL

2

RECONFIGURAR EL FUTURO DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

3

RENOVAR LA CONCIENCIA SOBRE LA SUSTENTABILIDAD

4

REDEFINIR NUESTRAS FORMAS DE TRABAJAR CON UNA MENTALIDAD ÁGIL

BUSCAMOS LA  
INNOVACIÓN CONSTANTE  
A TRAVÉS DE LA  
INCLUSIÓN DE NUEVAS  
TECNOLOGÍAS

## Cadena de Suministro

(GRI 102-9)

A fin de cumplir nuestro compromiso con el planeta y nuestros grupos de interés, buscamos optimizar los recursos para mejorar nuestro desempeño. Y para obtener mejores resultados, unimos esfuerzos con agricultores y proveedores a través de alianzas estratégicas a lo largo de toda nuestra cadena de valor, desde la producción del campo y la distribución, hasta la etapa final con nuestros clientes y consumidores.

Así, en nuestro afán por aplicar buenas prácticas para la mejora continua de nuestros procesos, basamos nuestras acciones en altos estándares de calidad y nos apegamos a nuestras políticas\* para cumplir con la legislación de las regiones donde tenemos presencia.

Adicionalmente, buscamos innovar constantemente a través de la adopción de nuevas tecnologías que nos permitan operar de manera responsable.

*Cadena de valor*



**1 ABASTECIMIENTO**  
Trabajamos con nuestros proveedores para obtener insumos sustentables

**2 OPERACIONES**  
203 panaderías y plantas en 33 países  
7 centros de innovación

**3 DISTRIBUCIÓN Y VENTAS**  
+53,000 rutas  
1,700 centros de venta

**4 MERCADOTECNIA**  
+100 marcas  
+13k productos

**5 POST-CONSUMO**  
Alianzas para incentivar el reciclaje post-consumo

\* Para mayor información visitar: <https://grupobimbo.com/es/nuestro-grupo/politicas>



PARTICIPACIÓN EN EL

# mercado global

(GRI 201-1)

**48.1%**  
OTROS

**37.4%**  
ARTESANAL

**US\$449Bn\***

VALOR DE LA  
INDUSTRIA DE  
PANIFICACIÓN  
EN EL MUNDO

**10.3%**  
MARCAS PRIVADAS

**4.3%**



*gran oportunidad  
de crecimiento en  
los próximos años...*

EN UN MERCADO TAN FRAGMENTADO,  
NUESTRO 4.3% DE PARTICIPACIÓN  
ES UN CLARO INDICIO DE LA GRAN  
OPORTUNIDAD DE CRECIMIENTO EN  
LOS PRÓXIMOS AÑOS

Fuente: GlobalData 2019  
\* Miles de millones de dólares estadounidenses

## Bimbo Ventures

En respuesta a los grandes desafíos de la actualidad, en 2016 nació Bimbo Ventures, un área dedicada a buscar soluciones tecnológicas en los ecosistemas de innovación mundial.

A través de ella buscamos identificar y dar impulso a startups con tecnología o ideas disruptivas en materia de nuevos productos, ingredientes y empaques, optimización de operaciones e innovación en procesos que nos permitan impulsar el desarrollo del negocio.

En 2020 abrimos la oficina de Ventures Israel, el Hub de Ventures USA y realizamos la tercera generación de la aceleradora de startups de Grupo Bimbo; BakeLab para las regiones de Centro y Sudamérica. Con las dos oficinas en Israel y EUA buscamos estar presentes y participar activamente en estos dos grandes ecosistemas de innovación.



*la innovación es posible tanto si estamos en una sala de juntas, como en una videollamada...*

# +200

APLICACIONES DE STARTUPS RECIBIDAS DE 10 PAÍSES EN LATINOAMÉRICA

# 8

STARTUPS SELECCIONADAS PARA TRABAJAR EN UN PROGRAMA DE 16 SEMANAS

# +50

HORAS DE CAPACITACIÓN

# 350

VIDEOLLAMADAS

# +100

COLABORADORES DE GRUPO BIMBO INVOLUCRADOS EN EL PROCESO