

GRUPO HERDEZ REPORTA RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2011

Datos relevantes del trimestre

- Las ventas netas permanecieron sin cambios con relación al mismo periodo del año anterior, ya que el crecimiento de doble dígito registrado en Estados Unidos fue contrarrestado por una reducción de 4.9% en las ventas nacionales
- El margen de operación se ubicó en 16.4%, 2.8 puntos porcentuales por debajo de lo registrado en 2010 debido a la contracción en el margen bruto de México y Estados Unidos
- El margen neto mayoritario se ubicó en 7.3% reflejando el desempeño de la utilidad de operación

México, D.F. 28 de abril de 2011. Grupo Herdez S.A.B. de C.V. (BMV: HERDEZ*, OTC: GUZBY) reportó hoy sus resultados correspondientes al primer trimestre concluido el 31 de marzo de 2011. ¹

“La lenta recuperación del consumo en México y el ya esperado incremento en el precio de las materias primas fueron factores determinantes para nuestros resultados este trimestre. Esperamos revertir esta tendencia en la medida que comience a reflejarse el incremento de precios, así como los resultados de nuestra estrategia comercial enfocada en el cliente”, afirmó Héctor Hernández-Pons Torres, Presidente y Director General.

Ventas Netas

En el primer trimestre, las ventas netas permanecieron sin cambios respecto al año anterior, al registrar un total de \$2,135.5 millones, como resultado de la reducción de 4.9% en las ventas nacionales y un incremento de 39.3% en Estados Unidos.

Ventas Netas (en millones de pesos)

	1T11	1T10	% Cambio
Ventas Netas	2,136	2,133	0.1%
Nacional	1,803	1,895	-4.9%
Internacional	332	239	39.3%

¹ Toda la información financiera contenida en este reporte está preparada de conformidad con las Normas de Información Financiera en México (NIF). A menos que se especifique lo contrario, todas las cifras están expresadas en pesos nominales.

En México, la reducción de 4.9% en las ventas netas se atribuye principalmente a: i) la lenta recuperación en el consumo, que afectó a las principales categorías; ii) el impacto del efecto calendario de Semana Santa que este año favorecerá en el segundo trimestre, mientras que en 2010, se registró en el primer trimestre; iii) una considerable reducción en los niveles de inventario de nuestros principales clientes en el canal de mayoreo. Es importante mencionar que la Compañía implementó un incremento de precios al final del primer trimestre y, por consiguiente, sus beneficios comenzarán a reflejarse en el segundo trimestre del año.

En Estados Unidos, las ventas netas registraron un sólido incremento de 39.3% con respecto al mismo periodo del año anterior al ubicarse en \$332.4 millones. Este incremento es resultado de: i) la incorporación de Don Miguel, ii) una sana tasa de crecimiento orgánico en las categorías principales, tales como salsas y tortillas, e iii) incrementos en la participación de mercado en distintos territorios. Estos factores compensaron el impacto negativo del mismo efecto de la Semana Santa, un entorno de consumo débil y el efecto de la conversión de los resultados a pesos debido a la devaluación de 5.6% del dólar con respecto al peso en los últimos 12 meses.

Costos y Gastos

En el trimestre, el costo de ventas representó 62.9% de las ventas netas, 2.9 puntos porcentuales por arriba de lo registrado en el mismo periodo de 2010. Lo anterior se debió principalmente al esperado incremento en los precios del aceite de soya en México y, en menor medida, a una mayor proporción de costos registrada en Estados Unidos derivada de la incorporación de Don Miguel a MegaMex. Adicionalmente, vale la pena mencionar que la contracción en el margen bruto refleja el desajuste entre el incremento en el precio de las materias primas experimentado desde el cuarto trimestre de 2010 y el incremento de precios que se implementó al final del primer trimestre de este año.

A nivel operativo, los gastos de administración y ventas permanecieron sin cambios con respecto al 2010, al representar 20.7% de las ventas netas.

Utilidad de Operación

La utilidad de operación en el primer trimestre fue de \$350.6 millones, una disminución de 14.5% con respecto al 2010; mientras que el margen se redujo 2.8 puntos porcentuales, a 16.4%. Lo anterior se explica por el incremento en el costo de ventas mencionado anteriormente.

Utilidad de Operación (en millones de pesos)

	1T11	1T10	% Cambio
Utilidad de Operación	351	410	-14.5%
Nacional	314	364	-13.9%
Internacional	37	46	-19.1%

Margen de Operación

	1T11	1T10	% Cambio
Margen de Operación	16.4%	19.2%	-2.8pp
Nacional	17.4%	19.2%	-1.8pp
Internacional	11.2%	19.2%	-8.1pp

Resultado Integral de Financiamiento

El resultado integral de financiamiento registró un costo de \$30.1 millones en el trimestre, 3.0% menor con respecto al mismo periodo del año anterior. Esta reducción se debe a una menor pérdida cambiaria que contrarrestó un incremento en los intereses netos pagados derivado de una posición de deuda promedio más elevada respecto a 2010.

Utilidad Neta Mayoritaria

La utilidad neta mayoritaria en el trimestre fue de \$155.2 millones, 27.5% inferior a la reportada en el mismo periodo del año anterior; mientras que el margen disminuyó 2.7 puntos porcentuales, a 7.3%. Estas disminuciones reflejan la presión en el margen bruto mencionada anteriormente, así como una tasa efectiva de impuestos más alta.

Utilidad Neta Mayoritaria (en millones de pesos)

	1T11	1T10	% Cambio
Utilidad Neta Consolidada	217	289	-24.8%
Interés Minoritario	62	75	-17.2%
Utilidad Neta Mayoritaria	155	214	-27.5%
Margen Neto Mayoritario	7.3%	10.0%	-2.7pp

UAFIDA (Utilidad antes de Intereses, Impuestos, Depreciación y Amortización)

En el trimestre, la UAFIDA se ubicó en \$385.1 millones, lo que significa una reducción de 12.1% con respecto a marzo de 2010. El margen fue de 18.0%, 2.5 puntos porcentuales menor que el año anterior. Al igual que lo ocurrido con la utilidad de operación, esto se atribuye a la presión en el margen bruto.

UAFIDA (en millones de pesos)

	1T11	1T10	% Cambio
UAFIDA	385	438	-12.1%
Nacional	340	389	-12.6%
Internacional	45	49	-8.3%

Margen UAFIDA

	1T11	1T10	% Cambio
UAFIDA	18.0%	20.5%	-2.5pp
Nacional	18.9%	20.5%	-1.7pp
Internacional	13.5%	20.5%	-7.0pp

Inversión Neta en Activos

La inversión neta en activos en el trimestre ascendió a \$26.4 millones y fue destinada, principalmente, a la construcción en proceso del centro de distribución en Teoloyucan, Estado de México. Este centro de distribución iniciará operaciones a mediados de 2011 y se espera que los beneficios en términos de eficiencia se vean reflejados en el 2012.

Estructura Financiera

Al 31 de marzo de 2011, la posición de caja de la Compañía fue de \$1,322.4 millones, 64.2% superior respecto a diciembre de 2010. Esto refleja una sólida generación de efectivo, así como el remanente de aproximadamente \$300 millones de los \$600 millones en Certificados Bursátiles emitidos en febrero de 2011; el resto de los recursos se utilizó para pagar el crédito puente contratado para la adquisición de Don Miguel en octubre de 2010.

La deuda neta consolidada² ascendió a \$484.9 millones, 32.0% inferior respecto a diciembre de 2010. El vencimiento promedio de la deuda pasó de 6.2 años al cierre de 2010 a 6.4 años. Las razones de apalancamiento continúan sólidas, con una relación de deuda neta a capital contable consolidado de 0.11 veces y de deuda neta a UAFIDA de 0.28 veces, en comparación con 0.16 y 0.41 veces, respectivamente, al 31 de diciembre de 2010.

Eventos Recientes

El 21 de febrero de 2011, la Compañía anunció la exitosa colocación de Certificados Bursátiles por \$600 millones en el mercado local. Esta emisión, que tiene un plazo de 4 años y paga una tasa flotante anual de TIIE-28 días más 60 puntos base, fortalece la diversificación de fuentes de financiamiento y es consistente con el compromiso de la Compañía con el mercado local de deuda.

² La deuda neta consolidada excluye los préstamos de empresas tenedoras a sus asociadas.

Conferencia telefónica

Fecha: Viernes 29 de abril de 2011
Hora: 10:00 a.m. ET / 9:00 a.m. CT
Dial-in: +1 (706) 679 3873
ID#: 6198207

Contactos:

Andrea Amozurrutia
+52 (55) 5201-5636
aac@herdez.com.mx

Marcelle González
+52 (55) 5201-5602
mgonzalezs@herdez.com.mx

ESTADO DE RESULTADOS	Primer Trimestre				
	2011	%	2010	%	% Cambio
Ventas Netas	2,136	100.0%	2,133	100.0%	0.1%
Costo de Ventas	1,344	62.9%	1,281	60.0%	4.9%
Utilidad Bruta	792	37.1%	853	40.0%	-7.2%
Gasto de Operación	441	20.7%	443	20.8%	-0.4%
Utilidad de Operación	351	16.4%	410	19.2%	-14.5%
Otros gastos (ingresos)	9	0.4%	(1)	0.0%	NA
Resultado Integral de Financiamiento	30	1.4%	31	1.5%	-3.0%
Participación en subs. no consolidadas	8	0.4%	7	0.3%	7.1%
Utilidad antes de Impuestos	320	15.0%	387	18.2%	-17.5%
Impuestos	102	4.8%	94	4.4%	7.7%
Utilidad antes de Operaciones Disc.	218	10.2%	293	13.7%	-25.6%
Operaciones Discontinuas	1	0.0%	4	0.2%	-85.3%
Utilidad Neta Consolidada	217	10.2%	289	13.5%	-24.8%
Interés Minoritario	62	2.9%	75	3.5%	-17.2%
Utilidad Neta Mayoritaria	155	7.3%	214	10.0%	-27.5%
UAFIDA	385	18.0%	438	20.5%	-12.1%

Cifras expresadas en millones de pesos nominales

NA: No Aplica

BALANCE GENERAL	2011	%	2010	%	Cambio	
					\$	%
ACTIVO TOTAL	7,697	100.0%	6,356	100.0%	1,341	21.1%
Activo Circulante	4,266	55.4%	3,583	56.4%	683	19.1%
Disponibles	1,322	17.2%	863	13.6%	459	53.2%
Clientes y otras cuentas por cobrar	1,923	25.0%	1,731	27.2%	192	11.1%
Inventarios	1,021	13.3%	989	15.6%	32	3.2%
Inmuebles, Plantas y Equipo	1,816	23.6%	1,649	25.9%	167	10.1%
Inversiones en subsidiarias	92	1.2%	106	1.7%	(14)	-13.3%
Intangibles y otros	1,523	19.8%	1,018	16.0%	506	49.7%
PASIVO TOTAL	3,213	41.7%	2,446	38.5%	767	31.4%
Pasivo Circulante	929	12.1%	1,527	24.0%	(599)	-39.2%
Proveedores	570	7.4%	564	8.9%	6	1.1%
Créditos bancarios a corto plazo	4	0.1%	724	11.4%	(720)	-99.4%
Otros circulantes	354	4.6%	239	3.8%	115	48.3%
Pasivo a Largo Plazo	2,284	29.7%	919	14.5%	1,366	148.7%
Créditos bancarios a largo plazo	1,803	23.4%	607	9.6%	1,196	196.9%
Otros pasivos con costo	149	1.9%	125	2.0%	24	19.2%
Otros pasivos	332	4.3%	186	2.9%	146	78.3%
Capital Contable Minoritario	999	13.0%	878	13.8%	121	13.8%
Capital Contable Mayoritario	3,485	45.3%	3,032	47.7%	453	14.9%
CAPITAL CONTABLE TOTAL	4,485	58.3%	3,910	61.5%	575	14.7%

Cifras expresadas en millones de pesos nominales

NA: No Aplica

Descripción de la Compañía

Grupo Herdez es una empresa líder en el sector de alimentos procesados y bebidas en México y uno de los líderes en la categoría de comida mexicana en Estados Unidos.

La Compañía se dedica a la producción, distribución y comercialización de atún, especias, mayonesa, mermelada, miel de abeja, mole, mostaza, pasta, puré de tomate, salsa cátsup, salsas caseras, té y vegetales en conserva, entre otros. Estos se comercializan a través de un excepcional portafolio de marcas, entre las que destacan Chi-Chi's, Del Fuerte, Doña María, Embasa, Herdez, La Victoria, McCormick y Yemina. Grupo Herdez cuenta con 11 plantas, 8 centros de distribución y una plantilla laboral superior a los 6,500 colaboradores.