

GRUPO HERDEZ REPORTA RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2011

Datos relevantes del trimestre:

- Las ventas netas aumentaron 16.3% debido a crecimientos de doble dígito tanto en México como en Estados Unidos
- Los márgenes operativo y UAFIDA se expandieron 40 puntos base, como resultado combinado del incremento en el costo de las materias primas y la apreciación del peso
- El margen neto mayoritario disminuyó 90 puntos base debido, principalmente, a un incremento en el costo integral de financiamiento

México, D.F., 21 de julio de 2011 – Grupo Herdez S.A.B. de C.V. (BMV: HERDEZ, OTC: GUZBY) reportó hoy sus resultados correspondientes al segundo trimestre concluido el 30 de junio de 2011. ¹

“La combinación de un mejor desempeño de los volúmenes, mayores precios y un sólido crecimiento en Estados Unidos, son indicativos de que se está dando la recuperación y de que nuestra estrategia comercial enfocada en el cliente va por buen camino”, afirmó Héctor Hernández-Pons Torres, Presidente y Director General de Grupo Herdez.

Ventas Netas

En el segundo trimestre, las ventas netas totalizaron \$2,296 millones, lo que equivale a un aumento de 16.3% en relación con el mismo periodo de 2010. En el acumulado, las ventas netas se elevaron 7.9% a \$4,432 millones, debido a crecimientos de 3.7% en México y de 38.4% en el segmento internacional.

Ventas Netas	2T11	2T10	% Cambio	6M 11	6M 10	% Cambio
Ventas Netas	2,296	1,975	16.3	4,432	4,109	7.9
Nacional	1,950	1,723	13.1	3,753	3,618	3.7
Internacional	347	252	37.6	679	491	38.4

Cifras en millones de pesos

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, las ventas netas ascendieron a \$1,950 millones, 13.1% superiores respecto al segundo trimestre de 2010. Lo anterior es atribuible a: i) el impacto del efecto calendario de Semana Santa que favoreció el segundo trimestre de 2011, mientras que en 2010 dicho periodo tuvo lugar en el primer trimestre; ii) precios promedio más altos como consecuencia de los incrementos implementados durante la primera mitad de 2011, y iii) un desempeño estable de los volúmenes de venta en todo el portafolio. En términos acumulados, las ventas netas domésticas se incrementaron 3.7% a \$3,753 millones.

En Estados Unidos, las ventas netas crecieron 37.6% en el trimestre y 38.4% en los primeros seis meses del año, debido a la incorporación de Don Miguel, así como al sólido desempeño observado en las categorías de salsas y tortillas en el canal moderno. Estos factores más que contrarrestaron el efecto negativo de la devaluación del dólar al convertir las ventas a pesos.

Costos y Gastos

En el trimestre, el costo de ventas permaneció estable respecto al año anterior, representando 62.0% de las ventas netas. Esto es el resultado de la combinación de: i) el impacto del incremento en los costos de las materias primas que fueron contrarrestados por la apreciación del peso y su beneficio en los costos denominados en dólares, y ii) iniciativas para la reducción de costos. En la primera mitad del año, el costo de ventas se incrementó 1.4 puntos porcentuales como porcentaje de las ventas netas, a 62.4%, debido al impacto esperado por precios más altos de algunos de los insumos más importantes.

Por su parte, los gastos de administración y venta se incrementaron 14.6%, pero disminuyeron 30 puntos base como porcentaje de las ventas netas para ubicarse en 20.9%. En el acumulado, los gastos se incrementaron 6.9%, pero se redujeron 20 puntos base como porcentaje de las ventas netas. Lo anterior se atribuye, principalmente, a iniciativas para controlar los gastos de operación.

Utilidad de Operación

En el segundo trimestre del año, la utilidad de operación sumó \$394 millones, 19.3% mayor en relación con el mismo periodo de 2010, en tanto que el margen se expandió 40 puntos base a 17.2%. Esto se debió al aumento de las ventas y a un costo de ventas estable como porcentaje de las ventas netas. En el acumulado, la utilidad de operación creció 0.6%, mientras que el margen se contrajo 1.2 puntos porcentuales a 16.8%. Como se esperaba, esta disminución es el resultado del incremento en los costos de las materias primas en comparación con el año anterior: Lo anterior fue parcialmente contrarrestado por incrementos de precios e iniciativas para controlar otros costos y los gastos.

Utilidad de Operación	2T11	2T10	% Cambio	6M 11	6M 10	% Cambio
Utilidad de Operación	394	330	19.3	744	740	0.6
Nacional	349	293	18.9	662	670	(1.1)
Internacional	45	37	22.7	82	71	16.4

Cifras en millones de pesos

Margen de Operación	2T11	2T10	Cambio PP	6M 11	6M 10	Cambio PP
Margen de Operación	17.2	16.7	0.4	16.8	18.0	(1.2)
Nacional	17.9	17.0	0.9	17.6	18.5	(0.9)
Internacional	13.0	14.6	(1.6)	12.1	14.4	(2.3)

Resultado Integral de Financiamiento

El costo integral de financiamiento fue de \$25 millones durante el trimestre, 51.5% superior al reportado en el mismo periodo del año anterior, mientras que esta cifra aumentó 15.9% a \$55 millones durante los seis primeros meses de 2011. En ambos casos, el incremento se debe a un mayor gasto neto por intereses, debido a una posición de deuda promedio más alta respecto al año anterior, la cual fue parcialmente contrarrestada por una ganancia cambiaria.

Utilidad Neta Mayoritaria

La utilidad neta mayoritaria fue de \$185 millones en el segundo trimestre, un crecimiento de 5.4% comparado con el mismo periodo de 2010, mientras que el margen disminuyó 90 puntos base, a 8.0%. En el semestre, la utilidad cayó 12.8%, para un total de \$340 millones, con una contracción de 1.8 puntos porcentuales en el margen.

Utilidad Neta Mayoritaria	2T11	2T10	% Cambio	6M 11	6M 10	% Cambio
Utilidad Neta Consolidada	261	234	11.7	478	523	(8.6)
Interés Minoritario	76	58	30.5	138	133	3.7
Utilidad Neta Mayoritaria	185	175	5.4	340	390	(12.8)
Margen Neto Mayoritario	8.0	8.9	(0.9) pp	7.7	9.5	(1.8) pp

Cifras en millones de pesos

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

La UAFIDA totalizó \$427 millones en el trimestre, un incremento de 18.5% en comparación con el mismo periodo del año anterior. El margen fue de 18.6%, 40 puntos base mayor que en 2010. En el acumulado, la UAFIDA fue de \$812 millones, 1.7% superior al año anterior, mientras que el margen se ubicó en 18.3%.

UAFIDA	2T11	2T10	% Cambio	6M 11	6M 10	% Cambio
UAFIDA	427	360	18.5	812	799	1.7
Nacional	374	321	16.6	715	724	(1.3)
Internacional	53	39	33.8	98	75	30.8

Cifras en millones de pesos

Margen UAFIDA	2T11	2T10	Cambio PP	6M 11	6M 10	Cambio PP
UAFIDA	18.6	18.2	0.4	18.3	19.4	(1.1)
Nacional	19.2	18.6	0.6	19.0	20.0	(1.0)
Internacional	15.2	15.6	(0.4)	14.4	15.2	(0.8)

Inversión Neta en Activos

En el segundo trimestre de 2011, la inversión neta en activos sumó \$31 millones. De este monto, la mitad correspondió a inversiones de mantenimiento y la otra mitad fue asignada para terminar la construcción del centro de distribución ubicado en el Estado de México, cuyas operaciones iniciaron durante el trimestre.

Estructura Financiera

Al 30 de junio de 2011, la posición de efectivo de la Compañía fue de \$1,106 millones, 16.4% menor a la registrada en marzo de 2011. Este resultado obedece principalmente al pago de dividendos por \$467 millones durante el segundo trimestre del año.

La deuda neta consolidada² ascendió a \$701 millones, 44.6% mayor que en el primer trimestre de 2011. Las razones de apalancamiento continúan sólidas, con una relación de deuda neta a capital contable de 0.17 veces y una relación de deuda neta a UAFIDA de 0.40 veces, contra 0.11 y 0.28 veces, respectivamente, registradas en marzo de 2011.

Acontecimientos Recientes

- El 20 de mayo de 2011, la Compañía inauguró el “Centro de Distribución México” ubicado en el Estado de México. La inversión en este centro de distribución fue de \$650 millones para Herdez Del Fuerte y reafirma el compromiso de ambas empresas con la mejora continua, el crecimiento y la creación de valor, al tiempo que fortalece la posición de liderazgo de Herdez Del Fuerte en el mercado de alimentos procesados y bebidas en México y Estados Unidos.
- El 31 de mayo de 2011, Grupo Herdez anunció que la planta de Barilla México ubicada en San Luis Potosí recibió la certificación FSSC 22000 (*Food Safety Certification System*), la máxima certificación de seguridad alimentaria a nivel internacional, siendo ésta la primera otorgada en Latinoamérica.

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

- El 18 de julio de 2011, la Compañía anunció que, a través de su empresa asociada Herdez Del Fuerte, adquirió el buque atunero "Conquista", cuya capacidad de captura es superior a las 4,000 toneladas anuales. Con esta adquisición, Grupo Herdez garantiza más del 90% de abasto de materia prima a través de su propia flota y, al mismo tiempo, optimiza el costo relacionado a esta línea de producto. El monto efectivo de esta compra representó para Herdez Del Fuerte \$7.5 millones de dólares y fue pagada con flujo de efectivo propio.
- El día de hoy, la Compañía anunció que su empresa asociada MegaMex Foods LLC ha celebrado un acuerdo definitivo para adquirir Fresherized Foods, Inc., líder mundial de aguacate procesado y guacamole, ubicada en el estado de Texas. Esta operación está sujeta a las condiciones regulatorias habituales y su cierre se espera para el tercer trimestre de 2011.

Conferencia telefónica

Fecha: Viernes 22 de julio de 2011
Hora: 12:00 p.m. ET / 11:00 a.m. CT
Dial-in: +1 (706) 679 3873
ID#: 81371945

Contactos:

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

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

ESTADO DE RESULTADOS	Segundo Trimestre					Acumulado al 30 de junio				
	2011	%	2010	%	%	2011	%	2010	%	%
Ventas Netas	2,296	100.0	1,975	100.0	16.3	4,432	100.0	4,109	100.0	7.9
Costo de Ventas	1,423	62.0	1,227	62.1	16.0	2,767	62.4	2,507	61.0	10.3
Utilidad Bruta	874	38.0	749	37.9	16.7	1,665	37.6	1,602	39.0	4.0
Gasto de Operación	480	20.9	419	21.2	14.6	921	20.8	861	21.0	6.9
Utilidad de Operación	394	17.2	330	16.7	19.3	744	16.8	740	18.0	0.6
Otros gastos (ingresos)	6	0.3	-4	(0.2)	NA	15	0.3	-5	(0.1)	NA
Resultado Integral de Financiamiento	-25	(1.1)	-16	(0.8)	51.5	-55	(1.2)	-47	(1.2)	15.9
Participación en subs. no consolidadas	7	0.3	5	0.3	41.0	15	0.3	13	0.3	21.2
Utilidad antes de Impuestos	370	16.1	323	16.3	14.6	690	15.6	710	17.3	(2.9)
Impuestos	108	4.7	87	4.4	23.5	209	4.7	182	4.4	15.3
Utilidad antes de Operaciones Disc.	262	11.4	236	11.9	11.3	480	10.8	529	12.9	(9.2)
Operaciones Discontinuadas	-1	(0.1)	-2	(0.1)	(34.3)	-2	(0.0)	-6	(0.1)	(66.5)
Utilidad Neta Consolidada	261	11.4	234	11.8	11.7	478	10.8	523	12.7	(8.6)
Interés Minoritario	76	3.3	58	3.0	30.5	138	3.1	133	3.2	3.7
Utilidad Neta Mayoritaria	185	8.0	175	8.9	5.4	340	7.7	390	9.5	(12.8)
UAFIDA	427	18.6	360	18.2	18.5	812	18.3	799	19.4	1.7

Cifras expresadas en millones de pesos nominales

NA: No Aplica

BALANCE GENERAL	2011	%	2010	%	Cambio	
					\$	%
ACTIVO TOTAL	7,387	100.0	6,038	100.0	1,348	22.3
Activo Circulante	3,957	53.6	3,266	54.1	691	21.2
Disponible	1,106	15.0	752	12.4	354	47.1
Clientes	703	9.5	590	9.8	113	19.1
Otras Cuentas por Cobrar	1,051	14.2	889	14.7	162	18.2
Inventarios	1,005	13.6	981	16.2	24	2.5
Otros Activos Circulantes	93	1.3	54			
Inmuebles, Plantas y Equipo, Neto	1,813	24.6	1,663	27.5	151	9.1
Inversiones en Subsidiarias	100	1.3	96	1.6	4	4.0
Activos Intangibles	1,493	20.2	1,005	16.6	488	48.6
Otros Activos	23	0.3	9	0.2	14	153.7
PASIVO TOTAL	3,156	42.7	2,465	40.8	690	28.0
Pasivo Circulante	773	10.5	1,575	26.1	-802	(50.9)
Proveedores	538	7.3	526	8.7	12	2.3
Créditos Bancarios a CP	4	0.1	705	11.7	-701	(99.4)
Otros Pasivos Circulantes	231	3.1	344	5.7	-113	(32.9)
Pasivo a Largo Plazo	2,074	28.1	731	12.1	1,343	183.6
Deuda a Largo Plazo	1,802	24.4	606	10.0	1,196	197.2
Otros Créditos	272	3.7	125	2.1	147	117.7
Otros Pasivos a Largo Plazo sin Costo	308	4.2	159	2.6	149	94.0
Capital Contable Minoritario	922	12.5	748	12.4	175	23.4
Capital Contable Mayoritario	3,308	44.8	2,825	46.8	483	17.1
CAPITAL CONTABLE TOTAL	4,231	57.3	3,573	59.2	658	18.4

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 catsup, 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.