

Mensaje del

Presidente del Consejo y Director General

A todos los grupos de interés de Grupo Herdez:

El año 2023 presentó un panorama desafiante a nivel global; sin embargo, dos de las principales variables económicas nacionales, inflación y el tipo de cambio, presentaron una tendencia descendente que, junto con el incremento en los salarios mínimos, fortalecieron el consumo interno en México.

En Grupo Herdez obtuvimos resultados financieros sobresalientes, aumentamos la relevancia de nuestras marcas y contribuimos a un mejor planeta a través de las iniciativas de sostenibilidad. Gracias al trabajo excepcional de las personas que integramos esta compañía y su confianza, mantenemos firme nuestro propósito de llevar lo mejor del mundo a las mesas mexicanas y lo mejor de la comida mexicana al mundo.

Resultados financieros

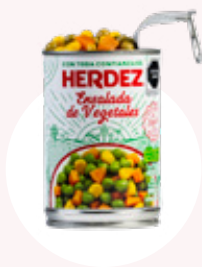
Las ventas ascendieron a \$36,213 millones de pesos, \$4,567 millones de pesos más que en 2022, equivalente a 14.4% de crecimiento. Recuperamos 3.5 puntos porcentuales en el margen bruto, traduciéndose en incrementos de 31.1% y 25.7% en la utilidad de operación y la UAFIDA, respectivamente.

La utilidad neta mayoritaria aumentó 70.0%, alcanzando los \$1,320 millones de pesos, gracias al desempeño operativo y a la participación en la asociada MegaMex.

Rompimos récord respecto al flujo libre de efectivo consolidado con \$3,185 millones de pesos, lo que representa el 8.8% de las ventas y el 18.8% del capital contable promedio. Esta generación de recursos permitió disminuir la deuda con costo en \$1,000 millones, distribuir \$400 millones de pesos en dividendos ordinarios y adquirir \$223 millones de pesos en acciones propias.



Héctor Hernández-Pons Torres
Presidente del Consejo y Director General de Grupo Herdez



Conservas

En el segmento de Conservas, las ventas crecieron 13.7% para alcanzar los \$28,827 millones de pesos. En las principales categorías del portafolio, la Compañía ganó participación de mercado.

Gracias al uso de herramientas de inteligencia artificial, logramos una asertividad en la predicción de la demanda del 86.3%, lo que se tradujo en un *fill rate* de 98%, un nivel récord de servicio para el segmento.



Impulso

Las ventas netas en el segmento de Impulso alcanzaron \$4,677 millones de pesos, un 19.4% más que el año anterior. El tráfico en las tiendas está respondiendo a iniciativas comerciales en las diferentes marcas, mientras que el incremento en Helados se debe a un portafolio más rentable, una diferente mezcla de canales y a una firme disciplina operativa.



MegaMex

Las ventas netas crecieron 3.4% en dólares en comparación con 2022. El margen bruto se incrementó 6.2 puntos porcentuales mientras que la utilidad neta llegó a 1,507 millones de pesos, 73.1% más que el resultado de 2022 con un margen del 10.1%.



Exportaciones

Las ventas al exterior crecieron 13.5% en pesos y 28.7% en dólares, gracias a nuevas iniciativas en clubes de precio en Estados Unidos, principalmente.

Por primera vez, llevamos Herdez® a Chile, Paraguay, Uruguay y Corea del Sur. Del otro lado del Atlántico, ampliamos nuestro portafolio de productos en el Reino Unido. Ahora se encuentran *meal kits* de comida mexicana, salsas y aderezos. Esta variedad se suma a los nuevos acuerdos de distribución en España, donde se puede disfrutar de salsas y chiles Herdez®.



Reconocimientos

McCormick®, sinónimo de tradición, innovación y sabores únicos, se ha posicionado entre las diez marcas más consumidas en México, según la onceava edición del *Brand Footprint* de la empresa global de datos Kantar (2023).

Del Fuerte®, la marca que nació en 1933 con el objetivo de ofrecer tomates molidos de alta calidad, celebró su 90° aniversario, un hito que refleja la preferencia en los hogares mexicanos.

Por segundo año consecutivo, Grupo Herdez® fue reconocido dentro de las 10 empresas con mayor responsabilidad ambiental en México por MERCO (monitor líder en reputación corporativa), así como la sexta empresa con mayor responsabilidad ESG en el país.





Compromiso con la sostenibilidad

Ante un panorama mundial donde los efectos del cambio climático son cada vez más evidentes y de mayor impacto sobre la disponibilidad de los recursos naturales, trabajar bajo una visión de sostenibilidad tiene un valor indiscutible.

Contribuimos a la preservación del planeta con Del Fuerte® a través de la iniciativa Un Legado Más Fuerte. En el Ejido Topia de Durango hemos contribuido a que la comunidad, cuyas cuencas de agua alimentan un porcentaje de los campos donde se cultivan los tomates que utilizamos, alcance tan altos estándares en términos de preservación ambiental, que hoy es una de las regiones consideradas a nivel internacional para la emisión de bonos de carbono en el mercado de valores.

Al cierre de 2023, cumplimos con la meta anual de reducción en el consumo de agua, con una intensidad de 2.15 m³/Tn producida, en línea con el compromiso del bono vinculado a la sostenibilidad emitido en 2022.

Por otra parte, robustecimos las prácticas sostenibles mediante la colaboración estratégica con proveedores y aliados que promueven la producción de materias primas agrícolas sostenibles y la circularidad de nuestros empaques, a través de programas de valor compartido que trascienden e impactan en los hábitos de nuestros consumidores.

Por primera vez, logramos que el 100% de nuestros proveedores de materia prima fresca y no perecedera cumplieran con la evaluación de Buenas Prácticas Agrícolas. Esta evaluación pertenece al Programa de Agricultura Sustentable y Regenerativa, para el cual instauramos los requerimientos de calidad para la exportación. Hoy, a 15 años de su creación desde 2008, es una de las líneas de acción clave para crear una cadena de suministro responsable que garantice alimentos frescos y de calidad.

Así como nos esforzamos por mantener el equilibrio de los suelos y procurar un consumo consciente del agua, también destinamos recursos para combatir el hambre y aumentar la salud alimentaria.

Saber Nutrir®, el programa de responsabilidad social de la compañía —enfocado desde su arranque en contrarrestar la vulnerabilidad alimentaria—, ha robustecido sus actividades e iniciativas en los últimos años para atender la latente escasez de agua en comunidades rurales. Esto condujo a la instalación de 13 cisternas con captación de agua pluvial en Yucatán, en los municipios de Muna, Santa Elena y Oxkutzcab, beneficiando a 110 familias y cuatro comunidades.

Tras el devastador huracán Otis, unimos esfuerzos con Fundación Herdez y actores clave en la industria para apoyar a familias en situación vulnerable con la iniciativa “Unidos por Acapulco”. Junto con otras compañías, donamos 35,000 despensas conformadas por 20 kilos de alimentos, productos de higiene y limpieza, medicamentos y agua, beneficiando a 104,000 personas. Este apoyo también se manifestó hacia adentro: el 100% de nuestros colaboradores en Guerrero fueron beneficiados con despensas, medicamentos y apoyos en efectivo por parte de integrantes de la empresa para la reconstrucción de sus viviendas.



Alineados con los Objetivos del Desarrollo Sostenible de Igualdad de Género y Trabajo Decente y Crecimiento Económico, hemos logrado que acciones como “El Plato del Buen Vivir”, que acerca herramientas de educación financiera, salud física y mental a nuestros colaboradores, así como para la sensibilización en temas de diversidad e inclusión en todos los niveles de la organización, nos posiciona de forma destacada en el Índice de Equidad de Género de Bloomberg en Latinoamérica.

Asimismo, el 100% de nuestras plantas recibieron el distintivo del programa Entornos Laborales Seguros y Saludables (ELSSA), otorgado por el IMSS. Estos son ejemplos de un esfuerzo consciente por construir centros de trabajo priorizando el bienestar de las personas que dan vida al Grupo.



Juntos hacia el futuro y más allá de las fronteras

A lo largo de 2023, rompimos varios récords gracias a la implementación de nuevas tecnologías que incrementaron nuestra eficiencia y productividad. Desarrollamos y potenciamos iniciativas innovadoras para satisfacer las necesidades de nuestra cadena de valor que garanticen la permanencia de la empresa en el mundo, así como coadyuvar a la preservación de los recursos naturales.

Con la mirada puesta en ese horizonte, nuestra inversión en capital durante 2024 de \$1,400 millones de pesos se destinará a proyectos de mantenimiento en las operaciones, aumento en la capacidad de las líneas de pastas y salsas para exportación, así como la migración del ERP.

Tenemos la visión de posicionar a Herdez® como representante de la comida mexicana en el mundo por medio del desarrollo de productos únicos para el mercado, como las comidas listas para servir, dips de aguacate, salsas y salsas picantes table top, propuestas que hagan de nuestra comida una opción cotidiana. A través del desarrollo de alianzas comerciales expandiremos aún más la marca, las categorías y los territorios en los que hoy participamos, como Estados Unidos, Canadá, Europa y Sudamérica.

Esto no sería posible sin el incansable esfuerzo de nuestra gente, el compromiso de los socios comerciales y clientes y, sobre todo, sin la confianza de los accionistas. Gracias a este gran equipo que ha consolidado marcas que son sinónimo de tradición, calidad y sabor en los hogares mexicanos.

Con toda confianza, es Grupo Herdez®.

Héctor Hernández-Pons Torres
Presidente del Consejo y Director General de Grupo Herdez