



Con toda
confianza...
es México

INFORME ANUAL 2018



Con toda confianza... es México

- 01 Misión, Visión y Valores
- 02 Resiliencia y Enfoque
- 03 Perfil Corporativo e Infraestructura
- 04 Gobierno Corporativo
- 05 Consejo de Administración
- 10 Equipo Directivo
- 12 Mensaje a los Accionistas
- 13 Cifras relevantes
- 15 Enfocados en la innovación
- 18 Resiliencia que vence retos
- 20 Calidad de vida
- 22 Cultura de la legalidad
- 26 Cadena de valor
- 28 Vinculación con la comunidad
- 30 Medioambiente
- 31 Objetivos de desarrollo sostenible
- 32 Resiliencia que trasciende fronteras
- 34 Informe del Comité de Auditoría
- 35 Informe del Comité de Prácticas Societarias
- 38 Informe de la Administración y Análisis de Resultados





Misión

Poner al alcance de los consumidores alimentos, bebidas y productos de calidad, con marcas de prestigio y valor crecientes.

Visión

Grupo Herdez quiere consolidarse, crecer y posicionarse como una organización líder en el negocio de alimentos, bebidas y productos de bienestar, reconocida por la calidad de los mismos y por la efectividad de sus esfuerzos orientados a asegurar la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus clientes y consumidores, en un marco de atención y servicio competitivos, bajo estrictos criterios de rentabilidad, potencial estratégico y sustentabilidad.

Valores

Honestidad

Orientación
a resultados

Trabajo en
equipo

Confianza



Durante más de cien años, nos hemos adaptado a los cambios del entorno, desde los ciclos económicos, sociales y políticos, hasta las cambiantes preferencias de los consumidores.

Nuestras marcas han estado presentes en esta dinámica, estableciendo tendencias e innovando en muchos aspectos de la Compañía y del mercado.

Conoce más sobre cómo la resiliencia de nuestras marcas y el enfoque en la ejecución nos permitieron alcanzar importantes objetivos durante 2018.

Principales Resultados de 2018



Ventas netas
\$20,971 mdp
+4.5%



Utilidad de
operación
\$2,997 mdp
+7.4%



UAFIDA
\$3,517 mdp
+5.7%



Utilidad neta
consolidada
\$2,424 mdp
+11.9%



Utilidad neta
mayoritaria
\$1,156 mdp
+10.5%



Recursos
generados por
la operación
\$2,115 mdp



Deuda neta
/UAFIDA
1.3x



Inversión en
activos
\$496 mdp



Inversión en
programas
sociales 2.2%

de la utilidad neta
consolidada



Inversión en
programas
ambientales
1.3%

de la utilidad neta
consolidada



Perfil Corporativo

Somos líderes en el sector de alimentos procesados y uno de los principales jugadores en la categoría de helado en México, así como uno de los líderes en comida mexicana en Estados Unidos.

Participamos en una amplia gama de categorías, con más de 1,500 productos, entre las que se encuentran alimentos orgánicos, atún, burritos, cátsup, café, especias, guacamole, helado, mayonesa, mermelada, miel, mole, mostaza, pasta, puré de tomate, salsas caseras, té y vegetales en conserva.

Comercializamos nuestros productos a través de un excepcional portafolio de marcas, entre las que destacan Aires de Campo, Barilla, Búfalo, Chi-Chi's, Del Fuerte, Don Miguel, Doña María, Embasa, Helados Nestlé, Herdez, La Victoria, McCormick, Nutrisa, Wholly Guacamole y Yemina.

Adicionalmente, contamos con acuerdos para la distribución en México de los productos Frank's, French's, Kikkoman, Lavazza, Ocean Spray y Reynolds.

Gobierno Corporativo

El Consejo de Administración es el máximo órgano de gobierno del Grupo. El Presidente del Consejo es también el Director General. (GRI 102-23)

El proceso de ratificación de los miembros del Consejo lo llevamos a cabo por medio de la votación que realizan los accionistas durante la Asamblea Anual. Para seleccionar a los Consejeros, estos deben cumplir con los siguientes requisitos: i) formación profesional en ciencias económico-administrativas y posgrado deseable en dichas áreas; ii) experiencia profesional mínima de veinte años en puestos ejecutivos en empresas de consumo y/o el sector financiero; iii) experiencia como Consejeros en empresas de la industria manufacturera y/o el sector financiero; y iv) pertenencia a organismos empresariales. (GRI 102-24)

El Consejo se reúne por lo menos una vez al trimestre y cuenta con órganos intermedios encargados de vigilar la gestión y ejecución de los objetivos de la Compañía. Los dos principales órganos intermedios son: el Comité de Auditoría, cuyo principal objetivo es asistir al Consejo de Administración en la revisión y evaluación de las funciones de auditoría; y el Comité de Prácticas Societarias, quien evalúa las políticas sobre los bienes del Grupo, operaciones con personas relacionadas y es responsable de validar las remuneraciones de los principales directivos de la Compañía, incluido el Director General. (GRI 102-36)

Durante las sesiones del Consejo se entrega un reporte de desempeño en materia de sustentabilidad, que contempla el desempeño ambiental y los indicadores de calidad de vida para los colaboradores. (GRI 102-26, GRI 102-29, GRI 102-31)

De acuerdo con los estatutos de la Compañía, la remuneración de los miembros del Consejo es de tres monedas de \$50.00 pesos oro (centenarios) o su equivalente en pesos, por la asistencia a cada reunión, retribución que no depende de los resultados del Grupo. (GRI 102-35)

Para evitar conflictos de interés, cada Consejero firma una declaración que garantiza la ausencia de conflictos, y cada Comité cuenta con un reglamento que establece sus funciones y la relación con el Consejo de Administración. (GRI 102-25, GRI 102-22)

Órganos de gobierno

ÓRGANOS DE GOBIERNO	MUJERES			HOMBRES		
	Menor a 30 años	30 a 50 años	Mayor a 50 años	Menor a 30 años	30 a 50 años	Mayor a 50 años
Consejo de Administración	-	1	1	-	-	7
Comité de Auditoría	-	-	-	-	-	3
Comité de Prácticas Societarias	-	-	-	-	-	5

Asistencia a las sesiones de Consejo

	1T18	2T18	3T18	4T18
Fecha de sesiones	21-abril-2018	27-julio-2018	20-octubre-2018	23-febrero-2018
% de asistencia	88%	88%	77%	100%



Equipo Directivo

HÉCTOR HERNÁNDEZ-PONS TORRES

Presidente del Consejo de Administración | Director General

Ingresó a la Compañía en 1978. Licenciado en Derecho por parte de la Universidad Anáhuac con un MBA (Master of Business Administration) por parte de la National University of San Diego. En 1999 fue nombrado Director General Adjunto y en marzo de 2004 fue electo Presidente y Director General. Ha dirigido las áreas de Legal, Administración y Finanzas, Recursos Humanos, Sistemas y Servicios Corporativos. Es miembro de diversas asociaciones y agrupaciones industriales.

ENRIQUE HERNÁNDEZ-PONS TORRES

Vicepresidente del Consejo de Administración | Director General Adjunto

Ingresó a la Compañía en 1971. Licenciado en Administración de Empresas por parte de la Universidad del Valle de México con postgrado en el extranjero, se ha desempeñado en diversos puestos, tanto en las áreas administrativas, como en la de Ventas y Mercadotecnia, y fue Presidente del Consejo de Administración del Grupo. Es miembro de diversas agrupaciones y asociaciones empresariales.

GERARDO CANAVATI MIGUEL

Director de Administración y Finanzas y Director General de la División de Congelados

Licenciado en Economía por el Instituto Tecnológico Autónomo de México con maestría en Finanzas por la misma institución. Durante el periodo 1987-2000 ocupó diversos puestos en instituciones financieras y, posteriormente, se desempeñó como Director de Finanzas de dos empresas dentro de los sectores inmobiliario y de alimentos. Ingresó al Grupo en el 2002 como Director de Planeación Financiera, teniendo a su cargo las áreas de Planeación Estratégica, Presupuestos y Relación con Inversionistas. En el 2007 ocupó el puesto de Director de Planeación y Finanzas, a partir de 2014 ocupa el puesto de Director de Administración y Finanzas.

ANDREA FRANCESCO DEL RIZZO

Director Comercial

Ingresó a la Compañía en el 2006. Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad de Ca'Foscari, Venecia, Italia. Trabajó en empresas italianas e inglesas como asistente de marca e investigación de mercados, y en 1997 ingresó a Barilla Alimentare S.p.A., en donde ocupó varios puestos en Ventas y Administración de Categorías. En 1999 cambia su domicilio a la Ciudad de México, en donde ocupa puestos de Trade Marketing, Administración de Categorías y Ejecutivo de Cuenta Clave en Barilla América. En el 2004 es nombrado responsable del área de Desarrollo de Nuevos Canales y Negocios en Chicago, Illinois, EUA. En 2005 es nombrado Director de Barilla México y en 2010 es nombrado Director de Estrategia Comercial. En el 2011 es nombrado Director de Ventas y desde 2015 ocupa el puesto de Director Comercial.

PEDRO GRACIA-MEDRANO MURRIETA

Director de Recursos Humanos

Ingresó a la Compañía en 1978. Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad La Salle, con maestría en Administración de Empresas en la misma casa de estudios. Ingresó al Grupo al área de Distribución y en 1980 pasó al área de Relaciones Industriales, en donde desempeñó diversos puestos hasta el de Director de Relaciones Industriales en 1986. En 2004 fue nombrado Director Ejecutivo de Recursos Humanos, y ahora se desempeña como Director de Recursos Humanos.

ENRIQUE HERNÁNDEZ-PONS MÉNDEZ

Director Aires de Campo

Ingresó a la Compañía en 2000. Licenciado en Negocios Internacionales por la Universidad Anáhuac de México, con maestría en Administración de Empresas por el IMD en Lausana Suiza. Ingresó al Grupo al área de Ventas, posteriormente al área de Mercadotecnia y después al área de Finanzas. Trabajó en McCormick & Co. en el área de Mercadotecnia. Desde el 2013 es Director de Aires de Campo.

ESTUARDO LÁRRAGA MARTÍNEZ

Director de Cadena de Suministro

Ingresó a la Compañía en 1990. Ingeniero Agroindustrial de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, con una MBA por la UASLP y UQAM (Universidad de Quebec en Montreal). Ingresó a Grupo Herdez al área de Operaciones en la Planta San Luis Potosí Av. Industrias, en donde a partir de 1994 ocupó la Gerencia General, posteriormente tuvo bajo su responsabilidad las Operaciones de Celaya, de Atún, así como la de Flota atunera. A partir del 2013 están bajo su gestión las áreas de Ingeniería y Proyectos, y la de Gestión y Mejora. En el 2016 fue nombrado Director de Cadena de Suministro.

SERGIO ZARDONI GALARZA

Director de Planeación y Empresas Asociadas

Se graduó como Ingeniero Físico Industrial en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, misma institución en la que obtuvo el grado de Maestría en Ingeniería con especialidad en Sistemas. Sergio laboró varios años en Del Fuerte y en julio del 2008 pasó a formar parte de Herdez, S.A. de C.V., como consecuencia de la integración de Herdez-Del Fuerte. En Grupo Herdez fue designado Director de Planeación Estratégica una vez lograda la integración, de la cual fue responsable, y recientemente fue nombrado Director de Planeación y Empresas Asociadas, teniendo bajo su responsabilidad la relación con nuestros principales socios.

ÓSCAR NAFARRATE SALUM

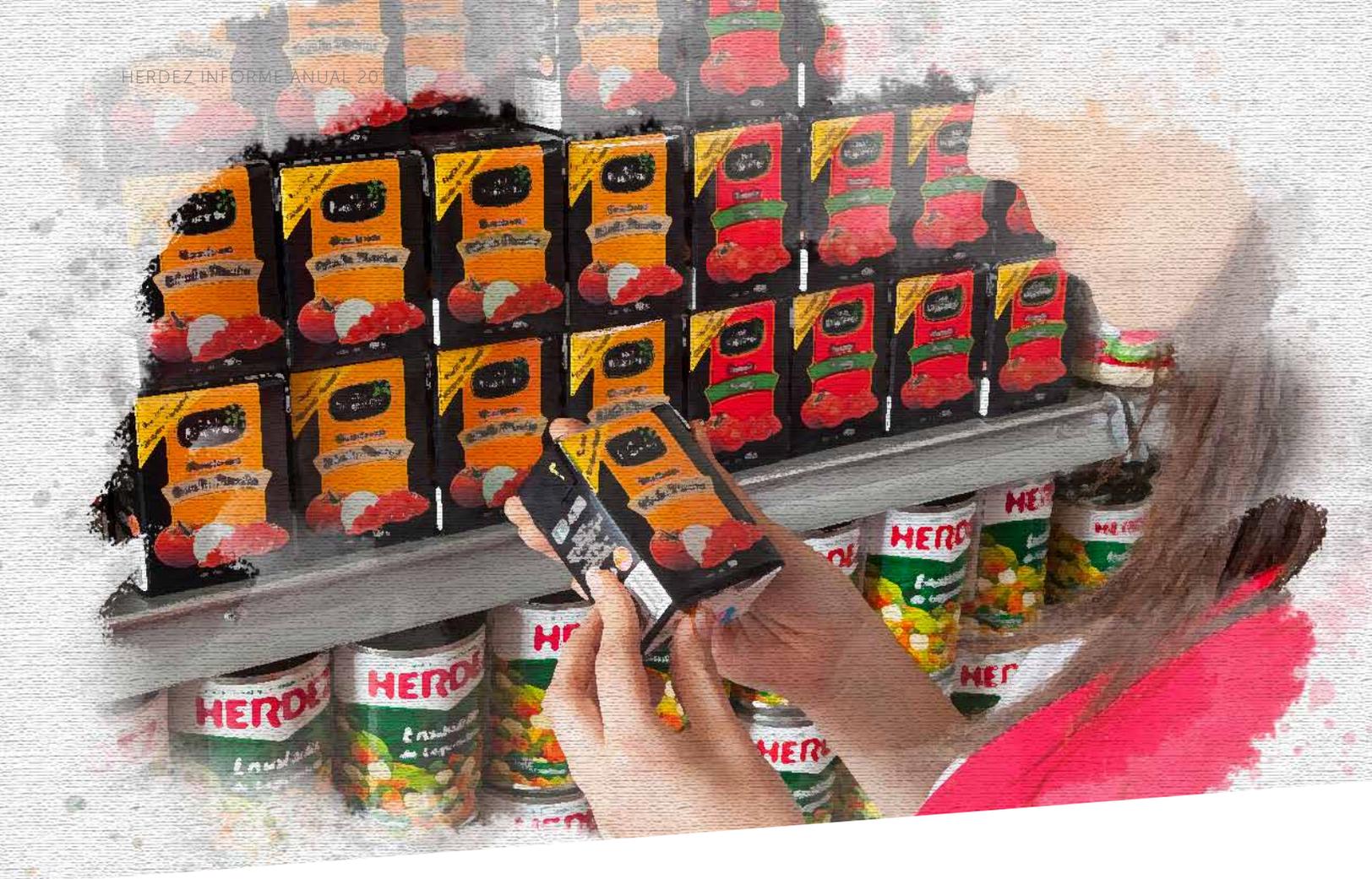
Director de Procesos y Tecnología de la Información

Ingresó a la Compañía en 2013. Ingeniero Mecánico Administrador por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Inició su carrera profesional en empresas de manufactura, y posteriormente de 1996 al 2012, se desempeñó como consultor en diferentes países de Latinoamérica, implementando aplicaciones de sistemas de información, realizando reingeniería de procesos y definiendo estrategias comerciales y operativas, principalmente en empresas de consumo. Se integró al Grupo en el 2013, como Director de Procesos y Tecnología de la Información, teniendo a su cargo las áreas de Mejoras de Procesos y Sistemas.

JUAN RODRÍGUEZ DEL COLLADO

Director de Food Service

Ingresó a la Compañía en 1990. Licenciado en Publicidad por el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación y con un AD-1 otorgado por el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas. Durante el periodo de 1986-1990 ocupó diversos puestos en empresas de consumo, en las áreas de Mercadotecnia y Ventas. Ingresó a la Compañía como Gerente de Marca para McCormick de México y desde entonces ha desempeñado diversas posiciones en las áreas de Mercadotecnia. En el 2002 fue designado al puesto de Director Comercial de Empresas Asociadas y a partir de mayo del 2007, fue nombrado Director de Food Service.



Consejo de Administración

PATRIMONIALES RELACIONADOS

Héctor Hernández-Pons Torres | *Presidente*, [M] 1991
Enrique Hernández-Pons Torres | *Vicepresidente*, [M] 1991
Flora Hernández-Pons de Merino | [M] 2005

INDEPENDIENTES

Anasofía Sánchez Juárez Cardoze | [M] 2019
Enrique Castillo Sánchez-Mejorada | [M] 1992
Eduardo Ortiz Tirado Serrano | [M] 2003
José Roberto Danel Díaz | [M] 2003
José Manuel Rincón Gallardo | [M] 2005
Luis Rebollar Corona | [M] 2004

[M] Miembro desde
[EF] Experto financiero

RESPONSABLE DE GOBIERNO CORPORATIVO

José Roberto Danel Díaz

RESPONSABLE DE PRÁCTICAS LABORALES

Eduardo Ortiz Tirado Serrano

RESPONSABLE DE PRÁCTICAS AMBIENTALES

Luis Rebollar Corona

COMITÉ DE AUDITORÍA

Eduardo Ortiz Tirado Serrano
José Roberto Danel Díaz | *Presidente*
José Manuel Rincón Gallardo | [EF]

COMITÉ DE PRÁCTICAS SOCIETARIAS

Héctor Hernández-Pons Torres
Enrique Hernández-Pons Torres
José Roberto Danel Díaz | *Presidente*
José Manuel Rincón Gallardo | [EF]
Luis Rebollar Corona

Cifras financieras relevantes

	2018	Margen	2017	Margen	VAR.(%)
Ventas Netas	20,971	100.0	20,065	100.0	4.5%
Conservas	16,455	100.0	15,953	100.0	3.1%
Congelados	2,985	100.0	2,882	100.0	3.6%
Exportación	1,531	100.0	1,230	100.0	24.5%
Costo de Ventas	12,721	60.7	12,174	60.7	4.5%
Utilidad Bruta	8,250	39.3	7,891	39.3	4.5%
Conservas	6,125	37.2	5,926	37.1	3.4%
Congelados	1,907	63.9	1,802	62.5	5.8%
Exportación	218	14.2	163	13.3	33.1%
Gastos Generales	5,366	25.6	5,204	25.9	3.1%
Otros Ingresos, neto	113	0.5	103	0.5	9.6%
Utilidad de Operación	2,997	14.3	2,790	13.9	7.4%
Conservas	2,718	16.5	2,614	16.4	4.0%
Congelados	154	5.2	81	2.8	90.9%
Exportación	125	8.1	96	7.8	29.8%
Participación en Resultados de Asociadas	916	4.4	834	4.2	9.8%
MegaMex	887	4.2	792	3.9	12.1%
Otras	29	0.1	43	0.2	-32.2%
Utilidad Neta Consolidada	2,424	11.6	2,166	10.8	11.9%
Utilidad Neta Mayoritaria	1,156	5.5	1,046	5.2	10.5%
UAFIDA ⁽¹⁾	3,517	16.8	3,328	16.6	5.7%
Conservas	3,016	18.3	2,921	18.3	3.2%
Congelados	332	11.1	277	9.6	19.8%
Exportación	169	11.1	130	10.6	30.2%
Activo Total	29,640		27,846		6.4%
Pasivo Total	11,390		10,504		8.4%
Deuda Total ⁽²⁾	6,638		6,351		4.5%
Capital Contable Total	18,250		17,342		5.2%
Capital Contable Mayoritario	8,350		7,929		5.3%
Inversión en Activos ⁽³⁾	496		641		-22.5%
Recursos Generados por la Operación (RGO)	2,115		2,043		3.5%
Deuda Neta/UAFIDA Consolidada (veces)	1.3		1.5		
Deuda Neta/Capital Contable Total (veces)	0.25		0.28		
Retorno sobre el Capital (ROE) ⁽⁴⁾	14.2%		13.7%		
Retorno sobre el Capital Invertido (ROIC) ⁽⁵⁾	12.3%		12.2%		
Precio de la Acción al Cierre de Año	41.0		45.7		
Número de acciones en circulación (millones)	418		429		

Cifras expresadas en millones de pesos

(1) UAFIDA = Utilidad antes de intereses, impuestos, depreciación, amortización y otras partidas virtuales

(2) Deuda Total = préstamos bancarios + documentos por pagar

(3) Inversión en Activos = adquisición de inmuebles, maquinaria y equipo

(4) ROE (Retorno sobre el Capital) = Utilidad Neta Mayoritaria / promedio anual de los últimos dos ejercicios del Capital Contable Mayoritario

(5) ROIC (Retorno sobre el Capital Invertido) = Utilidad de Operación / (Capital Contable Consolidado + Deuda total) (promedio anual de los últimos dos ejercicios)



**Las ventas netas
crecieron
4.5%**



**La utilidad de operación
creció
7.4%**

A los accionistas de Grupo Herdez

Durante más de cien años, Grupo Herdez se ha adaptado a los cambios del entorno, desde los ciclos económicos, sociales y políticos, hasta las cambiantes preferencias de los consumidores. Nuestras marcas han estado presentes en esta dinámica, estableciendo tendencias e innovando en muchos aspectos de la compañía y del mercado.

Los resultados

En 2018 nos enfrentamos a un menor consumo de lo previsto, los clientes racionalizaron sus inventarios, los costos de algunas materias primas y materiales aumentaron significativamente, las tasas de interés continuaron al alza y el dólar tuvo un comportamiento volátil.

En esta coyuntura, obtuvimos resultados satisfactorios. Las ventas netas consolidadas del Grupo crecieron 4.5 por ciento alcanzando \$20,971 millones, \$906 millones más que en 2017.

La utilidad de operación consolidada aumentó 7.4 por ciento a \$2,977 millones, la utilidad de MegaMex se incrementó 12.1 por ciento -después de haber registrado un beneficio fiscal extraordinario en 2017- y, la utilidad neta mayoritaria creció 10.5 por ciento para alcanzar \$1,156 millones, una cifra récord.

En el segmento de Conservas, las ventas netas superaron los \$16 mil millones, 3.1 por ciento más que en 2017.

La división de Congelados logró ventas netas por \$2,985 millones, 3.6 por ciento más que en el año anterior, registrando una expansión en el margen operativo UAFIDA de 1.5 puntos porcentuales llegando a 11.1 por ciento.

Las exportaciones crecieron 24.5 por ciento para alcanzar \$1,531 millones, o bien, el 7 por ciento de la venta neta total.

MegaMex registró ventas netas por \$13,258 millones, un crecimiento de 9.0 por ciento en comparación con el año anterior, gracias al aumento en la penetración de hogares, particularmente en salsas caseras y guacamole.

La innovación

La innovación estuvo presente a lo largo de la Compañía, agregando valor a nuestro portafolio.

Herdez lanzó tres de las cinco salsas ganadoras del concurso "Presume tu salsa", que, junto con la salsa de guacamole, dinamizaron la categoría de salsas al registrar crecimientos de doble dígito.

A través de las nuevas presentaciones de Barilla Collezione logramos incrementar la participación de mercado en el canal de autoservicio.

A pocos meses de haber lanzado la paleta "La Lechera", se posicionó entre las más vendidas en el canal de conveniencia, que en conjunto con las presentaciones para llevar a casa, aumentaron significativamente nuestra participación de mercado en autoservicios.

Renovamos la imagen de Nutrisa para alinearla al mundo de la vida natural y del Bien-Estar.

Distribuimos la mostaza French's y la salsa picante Frank's RedHot, líderes en Estados Unidos en sus respectivas categorías.

McCormick degustó los paladares con una mayonesa sabor guacamole, logrando incrementar la participación de mercado en la categoría.

MegaMex lanzó las salsas estilo taquería Herdez con cuatro sabores que han contribuido a que la marca Herdez sea la salsa de mayor crecimiento en Estados Unidos.

Los reconocimientos

Con orgullo les comparto los reconocimientos con los que fuimos honrados en 2018.

Recibimos el premio EFFIE bronce por "Presume tu salsa" en la categoría de "lanzamiento de nuevos productos" y por "Recicla la lata" en la categoría de "Impacto positivo ambiental". Los EFFIE son el reconocimiento más importante de la industria de la comunicación y mercadotecnia.

Walmart de México y Centro América nos nombró como el mejor proveedor de abarrotes.

Calimax nos reconoció como el mejor proveedor del año.

Nutrisa recibió la Declaratoria de Marca Famosa por el Instituto Mexicano de Propiedad Industrial, sumándose a la familia de marcas con esa distinción: Búfalo, Del Fuerte, Doña María y Herdez, ya tenemos cinco de un total de 89 marcas famosas en México.

Las salsas estilo taquería Herdez recibieron el premio a la selección del editor otorgado por Progressive Grocer, la asociación minorista de alimentos más importante de Estados Unidos.



"Presume tu salsa"

Herdez lanzó las primeras tres variedades de esta exitosa campaña de salsas hechas por mexicanos, para mexicanos



Nutrisa

Recibió la declaratoria de Marca Famosa, al ser indiscutible líder en su segmento gracias a la constante innovación y renovación.



Herdez en E.U.A.

Las salsas estilo taquería Herdez, recibieron el premio a la selección del editor por Progressive Grocer.



Salsa guacamole

recibió el premio a la innovación y creatividad de GMA, en Estados Unidos.



El flujo de efectivo consolidado fue 3.5% más que en 2017



La salsa de guacamole Herdez, recibió el premio a la innovación y creatividad de GMA, la asociación que representa a las empresas de alimentos, bebidas y productos de consumo más grandes del mundo.

Me uno al reconocimiento a la dedicación y al esfuerzo de nuestro equipo, que hizo posible estos reconocimientos.

La situación financiera

El flujo de efectivo consolidado fue de \$2,115 millones, 3.5% más que en 2017, lo que nos permitió financiar la inversión en activos, pagar dividendos y adquirir acciones propias.

La inversión neta en activos totalizó \$496 millones y fue destinada principalmente al mantenimiento de la infraestructura, adquisición de congeladores y camionetas de reparto para Helados Nestlé.

En 2018 adquirimos 7.1 millones de acciones propias por \$287.4 millones, equivalente a dos terceras partes del dividendo pagado por Grupo Herdez. Esto se traduce, a que el rendimiento total para ustedes accionistas – dividendos más adquisición de acciones propias- fue de \$712 millones, o bien, 4 por ciento del valor de capitalización promedio de la Compañía.

El bajo apalancamiento de la Compañía nos permite aprovechar oportunidades de crecimiento y llevar a cabo proyectos que mejoren la rentabilidad de la compañía.

El futuro

Hemos definido cinco directrices que regulan las estrategias de crecimiento del Grupo bajo un estricto criterio de rentabilidad.

Estas directrices son:

- Impulsar la inteligencia de negocios para potencializar el crecimiento.
- Implantar tecnologías.
- Desarrollar talento e infraestructura.
- Fomentar una gestión sustentable.
- Ejercer una ciudadanía corporativa responsable.

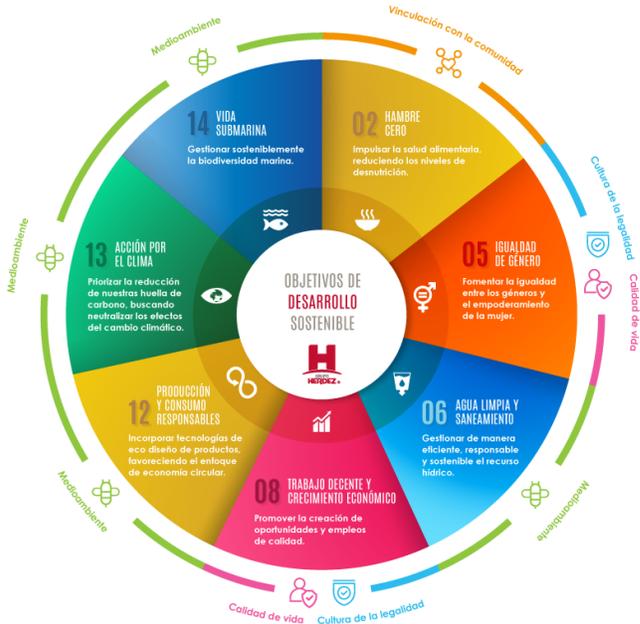
Transformamos nuestra estrategia de sustentabilidad para alinearla con los Objetivos de Desarrollo Sostenible propuestos por las Naciones Unidas. Consideramos siete objetivos que armonizan con los pilares de nuestra esencia: calidad de vida, cultura de la legalidad, medio ambiente y vinculación con la comunidad.

Nos comprometemos con los siguientes objetivos:

- Hambre cero
- Igualdad de género
- Agua limpia y saneamiento
- Trabajo decente y crecimiento económico
- Producción y consumo responsable
- Acción por el clima
- Vida submarina

La resiliencia de nuestras marcas y el enfoque en la ejecución nos brindan confianza para ver el futuro con optimismo y adaptarnos a los entornos cambiantes de nuestra industria y país. Lo hemos hecho por 104 años y seguiremos haciéndolo por muchos más.

Agradezco el compromiso de nuestros colaboradores, así como la confianza de nuestros consumidores, clientes, proveedores, socios y a ustedes accionistas, con quienes compartimos los logros del año.



Héctor Hernández –Pons Torres
Presidente del Consejo y Director General

Innovamos con México



"Gracias a nuestros cuatro mil colaboradores en la fuerza de ventas, la ejecución comercial es una de nuestras ventajas competitivas"

*Andrea del Rizzo
Director Comercial*

Innovamos con México

En Grupo Herdez contamos con una fuerza de ventas de casi cuatro mil colaboradores, que todos los días se aseguran de brindar el mejor servicio a nuestros clientes, al tiempo que ofrecen a nuestros consumidores finales un portafolio de productos que respondan a sus necesidades, siempre con la mayor calidad.

Sin duda, el 2018 fue un gran ejemplo de nuestra capacidad de innovación y ejecución comercial. Lanzamos campañas que estrecharon los lazos con nuestros consumidores a través de auténticos sabores regionales con los lanzamientos de "Presume Tu Salsa", así como campañas que dan respuesta a los nuevos desafíos de nuestro entorno, incentivando hábitos de consumo responsables a través de "Por Un Mundo Más Vivo", o ampliando la oferta de productos con los lanzamientos de McCormick, Frank's y French's.

En cuanto a nuestra comunicación con el consumidor final, el peso de los canales digitales en nuestra mezcla de medios ha incrementado considerablemente, llegando a cerca de 9%, esto con la finalidad de establecer un dialogo cercano con los consumidores más jóvenes, entendiendo mejor sus gustos y preferencias, adaptando nuestro contenido y productos a sus necesidades.

Salsas hechas por mexicanos, para mexicanos

"Presume Tu Salsa" nos permitió crear una nueva línea de productos la cual ha sido muy exitosa, no solo por su impacto mediático sino también por su contribución a nuestra participación de mercado en esta categoría que, en algunas regiones del país, llegó a cinco puntos adicionales.

Esta estrategia de comunicación fue acreedora a un premio EFFIE en la categoría de "Mejor Campaña de Innovación". Cabe mencionar que los premios EFFIE son considerados como el reconocimiento más importante de la industria de la comunicación del marketing en México y el mundo, ya que honran las mejores ideas de comunicación que cumplen y superan los objetivos de negocio.

En términos anuales, la categoría de salsas caseras logró crecer a un ritmo de 2.5 veces mayor que el crecimiento total de la categoría, impulsando por la penetración de hogares con los recientes lanzamientos de salsas regionales y través del impulso de la salsa guacamole que hoy representa casi el 30% de las ventas de esta categoría.

Comprometidos con un mundo más vivo

Respondemos a los desafíos de nuestro entorno, incentivando hábitos de consumo responsables a través de la campaña "Por un mundo más vivo" de la marca Herdez, convirtiéndonos en un actor relevante en la protección y cuidado del ambiente.

Esta estrategia incluye tres iniciativas, la creación de huertos caseros con las etiquetas de papel semilla en las latas de nuestros vegetales, el fomento al reciclaje a través de la instalación de máquinas en las principales ciudades del país y la limpieza de las playas mexicanas.

Para la primera iniciativa, sustituimos las etiquetas comunes de nuestras latas de vegetales por etiquetas de papel semilla, lo cual permitió a nuestros consumidores cultivar en casa diferentes especias, provenientes de nuestras etiquetas, como: albahaca, hierbabuena, manzanilla, y tomillo.

Con la campaña "Recicla la lata", incentivamos el reciclaje en México con la instalación de máquinas recicladoras en las principales ciudades del país y rebasamos en un 300% el objetivo recolección llegando a 106,407 latas, las cuales transformamos en 80 calefactores solares que fueron instalados en la comunidad Mazahua, como apoyo a las bajas temperaturas que estas comunidades afrontan durante la temporada invernal.

Además, convertimos latas en macetas con plantas que nuestros consumidores adoptaron durante la segunda mitad del 2018. Esta campaña nos permitió aumentar en dos puntos porcentuales el porcentaje de lealtad de marca, así como ganar 1.6 puntos porcentuales de participación de mercado.



Premio EFFIE

"Presume tu Salsa" obtuvo el premio EFFIE
bronce como
"Mejor Campaña de Innovación"

"La salsa es un ingrediente básico en la mesa de los mexicanos y Presume tu salsa fue la solución para difundir los mejores sabores de nuestro país."

*Zemelli García
Gerente de Marca
de Salsas Herdez*

Con la campaña

**"Por un mundo más vivo",
incentivamos hábitos de
consumo responsable.**



"La plataforma de Por un mundo más vivo, nos permitió compartir con nuestros consumidores nuestra esencia y compromiso con México."

*Rodrigo Mondragón
Subdirector de Mercadotecnia*

A través del atún Herdez, promovimos la limpieza de las playas mexicanas en alianza con Blau Life, un centro de conservación de vida marina, con el que impulsamos acciones de concientización sobre los daños ecológicos de la basura en las costas de nuestro país, al tiempo que accionamos recolecciones de sargazo y basura.

Logramos la limpieza de 12 playas, con la recolección de 15 toneladas de sargazo y una tonelada de basura.

Como resultado de estos esfuerzos, la Consultora Brand Finance incluyó a la marca Herdez dentro de las diez marcas más valiosas de alimentos en México.

Llevamos lo mejor del mundo a los mexicanos

Nuestro portafolio cuenta con marcas líderes mundiales que hemos desarrollado y adaptado al mercado mexicano para ofrecer el mejor sabor con la mayor calidad. Prueba de ello es la constante innovación del portafolio de mayonesas y tés McCormick, la reciente incorporación de Frank's y French's a nuestro portafolio y la versatilidad de las pastas Barilla y Yemina.

Durante 2018, McCormick capitalizó el auge del aguacate y sus infinitas posibilidades en la cocina mexicana con el lanzamiento de mayonesa sabor guacamole, que generó una participación de mercado incremental de 1.5 puntos en la categoría y reforzó la posición de la marca como el líder en innovación, favoreciendo la frecuencia de consumo en una categoría con penetración cercana al 100% en los hogares mexicanos.

Por tercer año consecutivo, la categoría de té, también bajo la marca McCormick, creció a doble dígito gracias a la consolidación de la línea de tés gourmet que ofrecen una nueva gama de sabores que han ampliado el tamaño de una categoría que por muchos años había permanecido estática.

Por su parte, la comercialización de los productos bajo las marcas French's y Frank's nos posiciona como líder indiscutido en la categoría de mostaza y nos abre una segunda avenida de crecimiento en la categoría de salsas picantes en la que teníamos presencia únicamente con la marca Búfalo.

En cuanto al portafolio de pastas, hemos aportado valor a la categoría a través de la diferenciación del portafolio, con una mayor diversidad de cortes y presentaciones de mayor gramaje, lo que fortalece nuestro liderazgo en el segmento premium, especialmente para la marca Barilla.

Por su parte, Yemina sacó la energía de nuestros consumidores con su iniciativa de "Yemina jars", los cuales mezclan pasta con proteína y vegetales, ofreciendo una opción deliciosa, nutritiva y sobre todo rápida.

Esta iniciativa ayuda a romper las barreras de consumo de la pasta en México al desmitificar a la pasta como un alimento que engorda, ofreciendo la mejor fuente de energía a un precio accesible.

Descubre la energía que
llevas dentro con
Yemina jar



Confianza en nuestro potencial de crecimiento

Confianza en nuestro potencial de crecimiento

En 2013 adquirimos Nutrisa, pionera en introducir el helado de yogurt en México. Dos años más tarde, en 2015, adquirimos la división de Helados Nestlé en México. En conjunto, estos negocios se han transformado en la segunda categoría de mayor venta en nuestro portafolio: el helado. Ya sea llevando indulgencia natural con el helado de yogurt Nutrisa o con las marcas favoritas de los mexicanos como Carlos V, La Lechera o PelaPop, el segmento de Congelados es sin duda una de nuestras principales rutas de crecimiento.

Durante 2018 esta división logró ventas netas de \$2,985 millones de pesos, 3.6% más que en el año anterior, con una mejora en el flujo operativo UAFIDA de 1.5 puntos porcentuales para alcanzar un margen de 11.1 por ciento.

Nuestra estrategia de crecimiento en este segmento tiene como objetivo duplicar el tamaño del negocio en ventas netas.

En cuanto a la segmentación del portafolio, en Helados Nestlé desarrollamos nuevas ocasiones de consumo con multipacks de paletas para el canal de autoservicio, y con kits que incluyen experiencias de juego al servir el helado, para el canal de club de precios.

Estas iniciativas nos permitieron ganar siete puntos de participación de mercado en el segmento que desplaza la mayor cantidad de volumen de la categoría: helado para llevar a casa.



+3.6% en ventas netas

La división de Congelados logró ventas netas de \$2,985 millones de pesos.

“La abeja de Nutrisa representa equilibrio, un espíritu colectivo y es la esencia de la nueva experiencia que queremos compartir con nuestros consumidores”

*Gerardo Canavati
Director General de la División de Congelados*



Helados Nestlé logró ganar siete puntos de participación de mercado.



En Nutrisa renovamos la imagen de las tiendas para fortalecer nuestro liderazgo y posicionarnos con nuevos públicos, siempre conservando nuestra esencia, honrando nuestros orígenes y proyectándonos siempre como innovadores en nuestra rama.

Ofrecemos una experiencia integral de Bien-Estar enfocada en cuatro pilares principales:

1. Indulgencia natural: Bien-Estar sin culpa.
2. Mexicanidad: unidos por el Bien-Estar.
3. Innovación: pioneros en el Bien-Estar.
4. Sustentabilidad: Bien-Estar para el planeta.



Nutrisa obtuvo la declaratoria de Marca Famosa, por su constante innovación y liderazgo.



La nueva imagen de Nutrisa refleja una filosofía fresca, impregnada de espíritu mexicano en el diseño de la identidad, así como en los nuevos puntos de venta que se transforman para moverse de espacios de consumo a lugares de experiencia. La selección de productos y sabores mexicanos es un pilar fundamental para fomentar la unión de los mexicanos por el Bien-Estar.

Durante 2018 la nueva imagen de las tiendas fue recibida de manera positiva y la presencia renovada de la marca en redes sociales contribuyó de manera significativa a conectar con audiencias jóvenes.

En agosto de 2018 Nutrisa se sumó al portafolio de Marcas Famosas en el que también están incluidas nuestras marcas Búfalo, Del Fuerte, Doña María y Herdez, indiscutibles líderes en su segmento gracias a la constante innovación y evolución de su esencia.

Este certificado, además de ser un premio a la pasión y entrega de todos los colaboradores que día a día construyen el liderazgo de Nutrisa, nos impulsa a ofrecer la más alta calidad en nuestros productos, la más amplia variedad en nuestro portafolio y el mejor servicio a nuestros consumidores.

De México para el mundo

De México para el mundo

A través de MegaMex, una sociedad creada en 2009, llevamos el espíritu de México a todas las mesas de Estados Unidos con un portafolio que incluye las principales categorías de comida mexicana. Durante 2018 este negocio registró ventas netas de \$13,258 millones de pesos, un crecimiento de 9.0% en comparación con el año anterior.

Estos resultados tienen tres detonadores principales: 1) innovación en la categoría de salsas para ganar participación de mercado; 2) aguacate para todos, incrementando la penetración de hogares y 3) acelerar la inserción de los productos para consumir fuera de casa.

En la categoría de salsa, Herdez continuó siendo la marca con crecimiento más rápido en Estados Unidos. Durante 2018 las salsas verdes de Herdez lideraron el crecimiento de la categoría con 19.1% de crecimiento respecto al año anterior y tuvimos varios lanzamientos exitosos que fortalecieron nuestro portafolio, como las salsas estilo taquería y la salsa guacamole.

Las salsas estilo taquería recibieron el premio a la selección del editor otorgado por Progressive Grocer, la asociación minorista de alimentos más importante de los Estados Unidos, y la salsa guacamole, también bajo la marca Herdez, recibió el premio a la innovación y creatividad de GMA, la asociación que representa a las empresas de alimentos, bebidas y productos de consumo más grandes del mundo.

"Con MegaMex, llevamos el espíritu de México a todas las mesas en EUA"

*Ryan Michaelis
Presidente y Director General de MegaMex*



Crecimiento del 9.0%

Durante 2018 MegaMex registró ventas netas de \$13,258 millones de pesos.





Wholly Guacamole es la marca número 1 de Guacamole en EUA

*“Usamos el legado mexicano
para diferenciarnos de nuestros
competidores”*

*Diana de Loza
Gerente de Salsas en
MegaMex*

*“Queremos asegurarnos de que
nuestro producto llegue a las
boca de más consumidores y se
sorpندان con su sabor”*

*Diana Pusiri
Gerente de Wholly Guacamole
en MegaMex*

En cuanto al pilar de aguacate para todos, lanzamos Wholly Guacamole Snack Cup, un producto que hace que sea aún más fácil disfrutar de un delicioso guacamole, ya que contienen la justa cantidad de totopos para disfrutarlo en cualquier momento. Por su parte, nuestra presencia en el canal institucional nuevamente alcanzó una cifra récord en volumen y venta neta.

A través de la iniciativa Guaclandia bus, una exhibición móvil y única en su clase, difundimos los beneficios del aguacate real de los productos Wholly.

Durante esta actividad, el equipo de muestreo distribuyó más de 360 mil muestras y generamos más de 700 millones de impresiones en los medios de comunicación más relevantes de Estados Unidos.

Finalmente, en el pilar de acelerar el crecimiento de los productos para consumir fuera de casa, aprovechamos el posicionamiento de la película Deadpool 2 entre los jóvenes consumidores y lanzamos la Don Miguel Deadpool Chimichanga en las tiendas 7-eleven, uno de los canales más importantes para este segmento.

Confiamos en un mundo mejor

En Grupo Herdez estamos comprometidos con las necesidades sociales y ambientales de los lugares en los que operamos, y buscamos que nuestros programas y proyectos estén cada vez más encaminados hacia una visión de sustentabilidad.

Es por ello que transformamos nuestra estrategia de sustentabilidad y presentamos la alineación de nuestros cuatro pilares de acción a siete Objetivos de Desarrollo Sostenible, con el propósito de aportar de manera positiva a los compromisos de la Agenda 2030 propuesta por las Naciones Unidas.



Crecemos con la comunidad

En 2018 invertimos 2.2% de la utilidad neta consolidada en programas sociales.



Saber Nutrir

A través del programa Saber Nutrir mejoramos la calidad de vida de las familias que viven con problemas de seguridad alimentaria, mediante la instalación de proyectos productivos y capacitación para la comercialización.

Trabajamos en alianza con Fundación Pro Mazahua en el Estado de México y ChildFund México en Tapachula.

Saber Nutrir y Pro Mazahua unieron esfuerzos en el año 2013 para beneficiar a las familias mazahuas en el Estado de México. En cinco años de trabajo, se han construido 1,037 proyectos productivos, de los cuales 109 corresponden a 2018.

Actualmente 95% de los proyectos construidos están operando, beneficiando así a 595 familias en 19 comunidades rurales. En promedio, los beneficiarios obtienen una ganancia de \$701 semanales por la venta de los productos que cultivan, más lo que obtienen para autoconsumo.

En el monitoreo nutricional anual[1] de las familias beneficiadas, el 86% permaneció estable, 9% mejoró y solo 5% empeoró con respecto a la evaluación de 2017.

En septiembre de 2014 inició el programa Aliados para la Atención Integral de Desarrollo y Crecimiento Infantil en Tapachula, Chiapas, con ChildFund México. Este programa tiene cuatro pilares y los principales resultados para 2018 fueron:

- Seguridad alimentaria: se instalaron 90 nuevos proyectos, logrando un total de 144 granjas y 112 huertos activos desde el inicio del programa.
- Agua segura: se instalaron sistemas de agua segura (cisternas, tinacos, pozos, purificadores de agua y biodigestores) a 45 familias y 4 escuelas, llegando así a un total de 168 proyectos de agua en 8 comunidades.

Los pilares 1 y 2 cubren, en promedio, 68% del gasto en alimentación de las familias beneficiadas.

- Comercialización: se sumaron al proyecto 22 familias, organizadas en 12 grupos, para la comercialización de huevo y carne. Logrando así un total de 23 proyectos, 22 granjas y 1 huerto. Actualmente la venta de los productos se realiza en comunidades y en la ciudad de Tapachula, Chiapas.

Durante 2018 las familias que participan en este proyecto, obtuvieron \$25,700 pesos de ganancias.

- Vigilancia nutricional y estimulación oportuna: se otorgaron 458 sesiones de estimulación oportuna que contribuyen a mejorar el neurodesarrollo de los niños menores de 6 años y se mantuvo el monitoreo nutricional de 225 niños, 88% de los cuales logró un estado de nutrición normal y 44% de ellos se recuperó de la anemia.

[1] Evaluación realizada a 56 niños de 38 familias apoyadas desde el inicio del programa.

Voluntariado

A través del voluntariado corporativo, 55 colaboradores aportaron 275 horas de trabajo construyendo 12 proyectos; 5 gallineros, 3 estufas ahorradoras de leña, 3 micro túneles, 1 cocina comunitaria y la elaboración de 35 bloques de adobe para la construcción de gallineros, en beneficio a las familias de la comunidad Mazahua del Estado de México.

Mercado del Trueque

En 2018 llevamos a cabo la primera edición del Mercado del Trueque de Grupo Herdez, una iniciativa de comercio justo con la que contribuimos a mejorar la calidad de vida de las familias beneficiadas por el programa Saber Nutrir, a través de la compra-venta de los productos que cosechan o producen en huertos familiares, a precios competitivos.

En este proyecto, los colaboradores de nuestras oficinas corporativas intercambiaron residuos reciclables como cartón, latas, papel, PET, tetrapak y vidrio, por hortalizas, hierbas, frutas y bordados provenientes de la comunidad mazahua del Estado de México.

En la primera edición del Mercado del Trueque obtuvimos los siguientes resultados:

- Beneficiamos a 6 comunidades.
- Participaron más de 130 colaboradores de las oficinas corporativas.
- Recolectamos 663 kg de reciclables que se canjearon por más de 250 kg de alimento orgánico y 99 piezas de bordados hechos por mujeres de la comunidad mazahua.



Donamos \$45 millones de pesos en especie, en alianza con el Banco de Alimentos de México.



Fundación Herdez

En 2018 Fundación Herdez cumplió 30 años de servir a la sociedad civil mexicana por medio de la promoción, difusión, investigación y educación en temas enfocados al desarrollo alimentario del país.

La Biblioteca de Gastronomía Mexicana de Fundación Herdez brindó atención personalizada a 1,696 usuarios durante 2018, sumando un total de 55,407 visitantes desde su apertura en 1997.

Este año se publicaron dos libros, El cacao, alimento divino y Xanat: vainilla, dulce aroma para el mundo, ambos disponibles para descargar en <http://biblioteca.herdez.com.mx>.

También se lanzó la Lotería Mexicana: frutas, verduras y algunas especias, y el Juego de Memoria: frutas, verduras y otras especias.

En el Museo de la Gastronomía Mexicana brindamos atención personalizada a 10,564 visitantes, acumulado un total de 178,096 desde su apertura en el año 2000. El museo cuenta actualmente con una colección de 601 piezas, 8 de ellas adquiridas en 2018.

En el Centro de Interpretación se realizaron 20 actividades, capacitando a un total de 338 personas.

A través del Programa de donación mensual de alimentos, en alianza con el Banco de Alimentos de México (BAMX), donamos un total de \$45 millones de pesos en especie.

Fundación Herdez también realiza donaciones a damnificados por desastres naturales, tales como inundaciones, trombas, huracanes, derrumbes, temblores y sequías.

En 2018, por motivo de la tormenta E-19, se presentaron lluvias que provocaron el desborde del río Fuerte, causando inundaciones y afectaciones a los colaboradores del Complejo Industrial Santa Rosa en Los Mochis, Sinaloa. Fundación Herdez, a través de Grupo Herdez, entregó 623 despensas como apoyo.

Fortalecemos nuestra cultura de la legalidad

Para prevenir que exista cualquier tipo de comportamiento o situación antiética que comprometa la integridad de nuestros colaboradores, proveedores o la de la compañía, contamos con mecanismos de denuncia que son monitoreados por un proveedor externo, y evaluados por el equipo de Auditoría Interna y la Dirección de Recursos Humanos.

Nuestros grupos de interés pueden denunciar cualquier desviación a nuestro Código de Ética, a través de:

- Correo electrónico: confianza@herdez.com, etica@nutrisa.com
- Correo electrónico y línea directa de los responsables del área de Recursos Humanos, Auditoría Interna y Legal.
- Buzones físicos dentro de distintas localidades
- Línea 01 800 CONFIANZA (01 800 266 342 692) o (Nutrisa 01800 312 98 32)

Estos mecanismos están disponibles los 365 días del año las 24 horas del día.

El mecanismo con mayor uso es la línea 01 800 CONFIANZA, la cual recibe más de 60% de las quejas o denuncias realizadas. Durante 2018 se recibieron 22 quejas y 81 denuncias, de las cuales 93% fueron resueltas; el 7% restante se encuentra en proceso de atención.

Se confirmaron seis casos de corrupción: dos relacionados con temas de abuso de confianza al aceptar dádivas o gratificaciones, uno por conflicto de interés al mantener parentesco con el cliente, uno por sustracción de producto no autorizado, uno por uso indebido de recursos de tarjeta de combustible y uno por la autorización indebida de producto terminado sin cargo al cliente.

Trece colaboradores fueron desvinculados de la compañía como seguimiento a denuncias realizadas.



93% de las quejas y denuncias recibidas fueron resueltas.



Trabajando por la legalidad

A través de cursos de capacitación y herramientas de comunicación, en 2018 llevamos a cabo diversas acciones para fortalecer la cultura de legalidad en nuestras operaciones:

- Taller de "Promoción de una cultura de la legalidad en el medio laboral".
- Capacitación en línea de "Inteligencia y prevención de transacciones ilícitas-lavado de dinero, fraude y corrupción", impartida por PricewaterhouseCoopers, en la cual participaron colaboradores encargados de prevenir riesgos en la operación.
- Capacitaciones presenciales de reforzamiento del Código de Ética, dirigido a personal de diversas áreas.
- Curso "Aplicación práctica del Código de Ética del contador público en la prevención de fraudes realizados a las empresas", impartido por el Instituto Mexicano de Expansión Fiscal y de Negocios.

Durante 2018 no se presentó ninguna demanda relacionada con prácticas monopolísticas o desleales. Puedes consultar nuestra política Antimonopolio y Competencia Económica en <https://grupoherdez.com.mx/sustentabilidad/codigos-y-politicas/>.



Involucrando a la cadena de valor

La trazabilidad de nuestras materias primas y la relación con nuestros proveedores es primordial para garantizar que nuestros productos lleguen hasta la mesa de nuestros consumidores con la calidad que nos caracteriza.

Por ello, sin importar el tipo de producto o servicio que brinden, todos nuestros proveedores nuevos deben firmar y alinearse al Código de Conducta para Proveedores, en el que se expresan los requisitos ambientales y sociales mínimos que deben cumplir. En 2018, 175 nuevos proveedores firmaron este Código.

En Grupo Herdez rechazamos sin excepción alguna todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio, así como cualquier forma de trabajo infantil, ya sea de tiempo completo o parcial, remunerado o no, y sin importar el propósito (GRI 409-1).

Reforzamos nuestra gestión ambiental

Nos encontramos en una época de grandes retos ambientales, lo que nos exige la generación de alternativas que aseguren la disponibilidad de los recursos naturales y la estabilidad de nuestro entorno.

Por lo anterior, transformamos nuestra estrategia y presentamos la alineación de nuestros cuatro pilares de acción a siete Objetivos de Desarrollo Sostenible, con la que reafirmamos nuestra responsabilidad ambiental y nuestro compromiso en seguir generando acciones positivas que impacten positivamente a nuestra sociedad.

Nuestras prioridades incluyen la gestión eficiente y responsable del agua, la reducción de nuestra huella ambiental en el planeta, empezando por México, la adecuada gestión de la biodiversidad marina, las tecnologías de ecodiseño para el logro de una economía circular y el continuo trabajo en equipo con cada uno de nuestros grupos de interés para asegurar la conservación de los recursos naturales.

En 2018 invertimos 1.3% de la utilidad neta consolidada en estrategias ambientales.



A continuación se describen los indicadores de desempeño ambiental más relevantes. Ingresa a GRI workzone para consultar todos nuestros indicadores.

En 2018 invertimos 1.3% de la utilidad neta consolidada en estrategias ambientales.



**Reducimos en 61%
nuestro consumo de
agua**

Agua

En 2018 consumimos un total de 608 ML, equivalente a 608,000 m³ de agua, una reducción del 61% en comparación con el año anterior.

AGUA	2014	2015	2016	2017	2018
Consumo anual m ³ /Ton					
Producida	3	3.1	3.1	3.1	1.1
Reducción/incremento anual	-23%	3%	0%	-1%	-64%



**Disminuimos
en 15% nuestras
emisiones GEI**

Emisiones

Durante 2018 logramos disminuir nuestras emisiones por un total de 5,023 Ton CO₂e, debido a acciones de ahorro en equipos de consumo y al rediseño de procesos.

La intensidad de emisiones fue de 0.193 Ton de CO₂e/Ton producida, una reducción del .3% con respecto al 2017.

EMISIONES	2014	2015	2016	2017	2018
Emisiones anuales Ton CO ₂ e/					
Ton Producida	0.24	0.21	0.19	0.21	0.18
Reducción/incremento anual	50%	-13%	-10%	12%	-17%



**57% de nuestro consumo
de energía proviene de
fuentes limpias**

Esto incluye al 18% de tiendas Nutrisa

Energía

La intensidad energética total producida por el Grupo en GJ/Ton fue de 2.51, 3.4% menor que el año anterior (GRI 302-3).

ENERGÍA	2014	2015	2016	2017	2018
Consumo anual KWh/Ton Producida	0.09	0.07	0.08	0.07	0.065
Tasa de reducción/incremento anual	-10%	-22%	14%	-10%	-9%
Energía renovable					
Consumo anual KWh	15,959,316	19,503,276	31,086,801	22,339,045	28,537,377
Tasa de reducción/incremento anual	24%	22%	59%	-28%	28%

El 18% de nuestras tiendas Nutrisa se abastece completamente de energía renovable y se espera llegar a una cobertura de 80% de las tiendas durante el primer trimestre de 2019. Cabe destacar que cada tienda ahorra un promedio de 14.78 Ton CO₂e anuales.

Residuos

Este año logramos disminuir en 8% los residuos totales y reciclamos 70% de los residuos que generamos (GRI 306-2).

RESIDUOS	2014	2015	2016	2017	2018
Residuos generados / Ton Producida	0.09	0.07	0.08	0.07	0.06
Reducción o Incremento Anual	-10%	-22%	14%	-13%	-14%
Residuos Reciclados	42%	55%	76%	73%	70%



**Reciclamos
70% de los residuos
que generamos**

Cogeneración de energía

En 2018 entró en funcionamiento la Planta de Cogeneración El Duque, suministrando energía eléctrica y térmica a la operación de Grupo Herdez. Para finales de año logramos suministrar 17% de toda la energía consumida por nuestras operaciones.

Sustentabilidad agrícola

El objetivo del Programa de Sustentabilidad Agrícola es generar productos alimenticios de alta calidad, evitando alterar el equilibrio del medio ambiente, utilizando adecuadamente los recursos naturales y manteniendo su integridad para generaciones futuras.

Los beneficios principales del programa incluyen: la reducción de costos para el proveedor, la reducción del impacto ambiental y la generación de materias primas agrícolas de mayor calidad.

Los productores son auditados bajo los lineamientos del Manual de Buenas Prácticas Sanitarias para Productos Agrícolas con dos principales criterios: Manual de Buenas Prácticas Agrícolas y Programa de Sustentabilidad Agrícola.

Los logros durante el primer año de operación fueron:

- Evaluamos a 38 proveedores con los criterios de Buenas Prácticas Agrícolas y a 37 con los criterios del programa de Sustentabilidad Agrícola.
- Redujimos en 16% el uso de agroquímicos.
- El 90% de nuestros proveedores agrícolas cumple con el Programa de Buen Uso y Manejo de Agroquímico



**90% de nuestros
proveedores agrícolas
cumple con el Programa
de Buen Uso y Manejo de
Agroquímicos**

“Ofrecemos a nuestros consumidores productos de la mayor calidad e impulsamos el desarrollo del campo mexicano”

Jesús Paredes
Jefe de Inocuidad y
Sustentabilidad Agrícola



Pescamos en una de las zonas más observadas y altamente reguladas del mundo, con los estándares más rigurosos para la conservación marina

Pesca sustentable

Grupo Herdez forma parte de la Alianza del Pacífico para Atún Sostenible (Pacific Alliance for Sustainable Tuna), a través de la cual trabajamos para gestionar de manera sostenible y responsable la pesca de atún aleta amarilla y barrilete.

Los miembros de la alianza representamos más de 90% de la pesca del atún aleta amarilla y barrilete en México, específicamente en el Pacífico Tropical del este. Pescamos en una de las zonas más observadas y altamente reguladas del mundo, con los estándares más rigurosos para la conservación marina y la protección del medio ambiente.

Para reiterar nuestro compromiso en la mejora continua y hacia la pesca sustentable, los miembros de la alianza decidimos buscar la certificación del Consejo de Administración Marina (Marine Stewardship Council). La certificación incluye tres principios:

- Pesca sostenible
- Minimizar el impacto ambiental
- Gestión eficaz

Recientemente obtuvimos la Certificación Marine Stewardship Council, por lo que:

- Nos comprometemos a involucrar a todas las partes interesadas y la comunidad global a través del proceso de MSC.
- Nos adherimos a todos los mandatos científicos de la Comisión Interamericana del Atún Tropical (IATTC, por sus siglas en inglés).
- Cumplimos con los rigurosos estándares del Acuerdo sobre el Programa Internacional para la Conservación de los Delfines, lanzado en 1997.
- Cumplimos con una verificación y cumplimiento 100% independiente.
- Cada red es verificada como libre de delfines, por buzos y buzos en las redes, antes de cargar a bordo.

Como resultado de los esfuerzos del Acuerdo sobre el Programa Internacional para la Conservación de los Delfines, la mortalidad estimada de delfines se redujo en un 99% desde 1997, haciendo del Pacífico Tropical el océano más seguro para los delfines.

Comprometidos con nuestros colaboradores

Desarrollamos el potencial de nuestros más de 9,700 colaboradores para llevar lo mejor de México al mundo, y lo mejor del mundo a los mexicanos.

Contamos con una plantilla diversificada en donde el 57% son hombres y el 43% son mujeres.

Al cierre del año nuestra plantilla de colaboradores estaba conformada de la siguiente forma:

AÑO	GÉNERO	PERMANENTE	TEMPORAL	TOTAL
2018	Hombre	4,712	853	5,565
2018	Mujer	3,604	593	4,197
TOTAL				9,762



En línea con nuestro compromiso con la equidad de género, y alineados al quinto Objetivo de Desarrollo Sostenible, calculamos el ratio del salario base de mujeres frente a hombres lo que nos permite enfocar nuestros esfuerzos en cerrar la brecha salarial.

México tiene una brecha salarial de desigualdad del 34.2%, mientras que en Grupo Herdez el promedio no excede el 6%.

CATEGORÍA LABORAL	RATIO SALARIO BASE DE MUJERES FRENTE A HOMBRES
Operativo	78%
Operatio- Normativo	99%
Táctico	93%
Estratégico	105%



● Hombres 57% ● Mujeres 43%

Respetamos el derecho de negociación colectiva, de los 9,762 colaboradores, 38% están adheridos a un contrato colectivo, mismo porcentaje que el año anterior.



En 2018 invertimos 15 millones de pesos en capacitación impartiendo un total de 158,058 horas.



Logramos reducir en 19% la tasa de accidentes y en 22% los días perdidos.



Impartimos 2,881 consultas nutricionales, lo que se tradujo en la pérdida de 1,507 Kg de nuestros colaboradores.

Desarrollo continuo

En 2018 el presupuesto destinado para capacitación fue de 15 millones de pesos, que permitió impartir un total de 158,058 horas, lo que equivale a un promedio de 16 horas promedio por colaborador.

De igual manera, el 22% de nuestros colaboradores de tiempo completo, no sindicalizados, fueron evaluados en referencia a su desempeño laboral.

El desempeño y crecimiento de nuestros colaboradores es evaluado por lo menos una vez al año a través de distintas metodologías como: administración por objetivos con metodología 9 box, evaluaciones trimestrales o cuatrimestrales y evaluación 360.

En cuanto al personal sindicalizado, se evalúa mensualmente en relación con los índices de producción de la planta o centro de distribución en el que labora cada colaborador.

Control Ambiental, Seguridad e Higiene

Desde 2012, el área de Control Ambiental Seguridad e Higiene (CASH), se encarga de salvaguardar la integridad y bienestar del personal operativo; prevenir y mitigar incidentes que puedan afectar el ambiente, y mantener una cultura de seguridad y prevención de riesgos, garantizando así la continuidad de nuestras operaciones.

Durante 2018, logramos reducir la tasa de accidentes en un 19% y disminuimos la tasa de días perdidos en un 22%.

El principal proceso para identificar los peligros relacionados con el trabajo y evaluar los riesgos es a través del Sistema de Administración Integral de Control Ambiental, Seguridad e Higiene (SAI CASH). Este sistema interno se basa en un seguimiento legal normativo incluyendo la observación preventiva.

De igual manera, de acuerdo a las condiciones inseguras identificadas en cada sede, establecemos un programa anual de exámenes generales y especiales.

Alimentación Saludable

El programa de Alimentación Saludable brinda a asesoría alimenticia a nuestros colaboradores a través de planes de alimentación saludable y seguimiento a través de consultas mensuales.

Actualmente, el programa opera en 3 localidades siendo San Luis Potosí, Los Mochis y Ciudad de México.

Durante 2018 se impartieron 2,881 consultas nutricionales que se tradujeron en la pérdida de peso con un total de 1,507 Kg entre los colaboradores de la Ciudad de México, San Luis Potosí, Estado de México y Sinaloa.

Lactancia materna

En Grupo Herdez estamos comprometidos con mejorar las condiciones laborales de las mujeres como un mecanismo para la promoción de la equidad de género que trae consigo un mayor rendimiento y una menor tasa de ausentismo entre nuestras colaboradoras.

En México, solamente 1 de cada 10 mujeres puede ejercer su derecho a la lactancia materna por lo que inauguramos nuestras primeras salas de lactancia, un espacio en el que nuestras colaboradoras pueden extraer y almacenar leche materna, para posteriormente llevarla a donde están sus bebés.

En febrero de 2019, concluimos con la instalación de las primeras tres salas de lactancia en nuestras oficinas corporativas, mismas que ya se encuentran en completo funcionamiento. El proyecto incluye la instalación de por lo menos diez salas de lactancia adicionales, nueve de ellas en nuestras plantas.

Nuestras salas de lactancia cumplen con las especificaciones del Instituto Mexicano del Seguro Social y UNICEF. Son espacios higiénicos, privados, de fácil acceso y equipados para ser utilizados por una usuaria a la vez.

La equidad de género es parte esencial de nuestra estrategia de sustentabilidad, alineada a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Para consultarla ir a Confiamos en un Mundo Mejor.

Contamos con un Código de Ética y, desde 2013, una Política de Equidad de Género, ambas disponibles para consulta en <https://grupoherdez.com.mx/sustentabilidad/codigos-y-politicas/>



En México, solamente 1 de cada 10 mujeres puede ejercer su derecho a la lactancia materna

“El principal beneficio de las salas de lactancia es fomentar la equidad de género en el trabajo”

*Jimena Pérez
Coordinadora de
Sustentabilidad*

Mexicanos activos

Como parte de nuestro programa de fortalecimiento de la cultura en Grupo Herdez, en 2018 ampliamos nuestro programa de Salud #SomosSaludables. El objetivo principal es la mejora de hábitos de salud y la promoción de actividades bajo tres ejes:

- Me activo
- Me prevengo
- Me cuido

En 2018 nos aliamos con Mexicanos Activos, asociación civil sin fines de lucro que fomenta la activación física. El objetivo es concientizar a nuestros colaboradores sobre la importancia de la activación física y así poder modificar su patrón actual de comportamiento.

Iniciamos el programa con una revisión médica a los colaboradores de 2 de nuestras plantas y 3 oficinas corporativas, logrando una participación del 24% de nuestra plantilla laboral.

Adicionalmente realizamos las siguientes actividades:

- Reto “Actívate 10 mil pasos” con 232 participantes
- Campañas de vacunación, sumando un total de 150 vacunas aplicadas
- Invitación a nuestros colaboradores a 4 carreras
- Organizamos 3 torneos de fútbol (Plantas y Corporativos)



Informe de la Administración y análisis de resultados

El objetivo del siguiente Informe de la Administración y Análisis de Resultados es ayudar al lector a comprender las operaciones y los resultados de Grupo Herdez.

Grupo Herdez es líder en el sector de alimentos procesados y uno de los principales jugadores en la categoría de helados en México, así como uno de los líderes en la categoría de comida mexicana en Estados Unidos. La gestión del negocio se divide en tres segmentos: Conservas, Congelados y Exportación. Los resultados de MegaMex, la asociación con Hormel en Estados Unidos, están registrados en el renglón de Participación en los Resultados de Asociadas.

Las principales oportunidades de crecimiento para todos los segmentos de la Compañía están en incrementar la penetración de los hogares, reducir las brechas de distribución, innovar con base en el entendimiento del consumidor y la segmentación, e incrementar el tráfico en las tiendas de Nutrisa.

En 2018, las ventas netas consolidadas alcanzaron una cifra record de \$20,971 millones, 4.5% mayores al año anterior, principalmente como resultado de incrementos de precios. El crecimiento en el año fue menor al promedio de los últimos años como resultado de: i) la racionalización del inventario entre los clientes; y ii) el impacto de la reubicación de congeladores en el segmento de Congelados en el segundo trimestre del año.

Las ventas netas en el segmento de Conservas crecieron 3.1% a \$16,455 millones. Las categorías con los mayores crecimientos fueron: mermeladas, mole, salsas caseras, pasta y té. Los principales motores de crecimiento durante el año fueron la continua penetración de hogares, el lanzamiento de versiones premium en varias categorías y la diferenciación de empaques.

Con respecto al desempeño por canal, el canal moderno y el institucional superaron el crecimiento promedio. En el canal moderno, los productos de la Compañía lograron capitalizar las temporadas de alto consumo, tales como cuaresma y verano, gracias al portafolio diferenciado; mientras que, en el canal institucional, el crecimiento se explica por un incremento en la base de clientes.

La división de Congelados alcanzó \$2,985 millones en ventas netas en el año, 3.6% mayor que en 2017, impulsadas por el crecimiento de Helados Nestlé en los canales moderno y conveniencia. En Nutrisa, las ventas mismas tiendas fueron impulsadas por el ticket promedio que creció 10%.

Las ventas de exportación alcanzaron \$1,531 millones, 24.5% mayores que en 2017 debido al crecimiento del volumen, los incrementos de precio y el fortalecimiento del dólar estadounidense.

Al final del año, Conservas representó el 79%, Congelados el 14% y Exportación el 7% del total de las ventas netas.

El margen bruto consolidado en el año fue 39.3%, sin cambios en comparación con el año anterior, como resultado de los incrementos de precios que contrarrestaron las alzas en los precios de ciertas materias primas, y una mezcla de ventas favorable, principalmente en el segmento de Conservas, donde el margen se mantuvo estable.

En el segmento de Congelados, el margen bruto aumentó 1.4 puntos porcentuales a 63.9% debido al incremento en las ventas, así como a un incremento en la productividad de Helados Nestlé; mientras que en el segmento de Exportación, el margen bruto aumentó 90 puntos base a 14.2%, que se explica por mayores ventas.

Los gastos generales consolidados disminuyeron 30 puntos base a 25.6% como proporción de las ventas netas debido a un menor gasto en promoción que compensó un incremento en el gasto logístico y de almacenamiento durante el año.

Por su parte, el margen de operación en el año alcanzó 14.3%, 40 puntos base más que en 2017, beneficiado por la mejora de 2.4 puntos porcentuales en el segmento de Congelados. Lo anterior se explica por mayores ventas durante el segundo semestre del año, así como por la disminución de 50 puntos base en los gastos generales como resultado de la optimización del gasto en publicidad y promoción.

El costo de financiamiento neto ascendió a \$491 millones, 1.4% menor que el año anterior, que se explica principalmente por el beneficio de mayores intereses ganados relacionados con un monto promedio más alto de caja y el incremento en las tasas de interés, así como por menores intereses pagados como resultado de la capitalización de la deuda corporativa en el primer semestre de 2017.

La participación en los resultados de asociadas totalizó \$916 millones en 2018, 9.8% mayor que en 2017. Lo anterior se explica por resultados sobresalientes en MegaMex: i) las ventas netas crecieron 9.0%, impulsadas por el desempeño de las categorías de guacamole y salsas; ii) los márgenes bruto y de operación se expandieron 4.9 y 3.7 puntos porcentuales, respectivamente, debido a un menor costo del aguacate; iii) el margen UAFIDA fue 18.3%, 3.3 puntos porcentuales mayor que en 2017; y iv) la utilidad neta ascendió a \$1,774 millones, 12.1% por arriba del año anterior, beneficiada en parte por un comparativo fácil en los primeros tres trimestres del año de 2018 debido a la menor tasa de impuestos en Estados Unidos.

La utilidad neta consolidada creció 11.9% a \$2,424 millones, mientras que la utilidad neta mayoritaria creció 10.5 por ciento. Es importante considerar que la tasa de impuestos efectiva disminuyó 1.5 puntos porcentuales a 29.2% en 2018, de 30.7% en 2017, principalmente debido al beneficio fiscal en la participación en los resultados de asociadas.

La UAFIDA del año fue \$3,517 millones, mientras que el margen creció 20 puntos base a 16.8%. Esta expansión se debe a la mejora en la mezcla de ventas, así como a menores gastos generales en los segmentos de Conservas y Congelados.

La inversión neta en activos totalizó \$499 millones y fue destinada principalmente a proyectos de mantenimiento, la adquisición de congeladores y camionetas de reparto para Helados Nestlé.

Al 31 de diciembre de 2018, la posición de efectivo alcanzó \$2,027 millones, un crecimiento de 36.5% respecto a 2017. Lo anterior se explica principalmente por los \$300 millones para capital de trabajo que se obtuvieron en la emisión de Certificados Bursátiles realizada en mayo y la recuperación de impuestos. La deuda total al cierre del año fue de \$6,638 millones, o \$287 millones más que en 2017. La deuda se encuentra 100% denominada en Pesos con una mezcla de tasas 75% fija y 25% variable, incluyendo los instrumentos financieros derivados de tasas de interés.

La deuda neta consolidada a UAFIDA fue 1.3 veces, mientras que la deuda neta respecto al capital contable consolidado alcanzó 0.25 veces.

El flujo de efectivo alcanzó \$2,115 millones, 3.5% más que en 2017, lo que permitió financiar la inversión en activos

, hacer frente a los compromisos de financiamiento, pagar dividendos y recomprar acciones. Lo anterior a pesar de experimentar un efecto negativo en el capital de trabajo, ya que los inventarios aumentaron su rotación en ocho días y las cuentas por cobrar en cinco, debido a la entrada de la facturación electrónica. Lo anterior fue parcialmente compensado por un incremento de seis días en la rotación de las cuentas por pagar.

De los \$1,000 millones autorizados por la Asamblea de Accionistas para comprar acciones propias, al 26 de marzo de 2019 se tenía un remanente de \$595 millones. Durante 2018, se recompraron 7.1 millones de acciones, equivalentes a \$287 millones.

A partir del 1 de enero de 2019, de conformidad con la Norma Internacional de Información Financiera 16 – Arrendamientos, la cual establece los principios para el reconocimiento, medición, presentación e información a revelar de activo por derecho de uso, pasivo por arrendamiento y, posterior al 1 de enero de 2019, cambios en depreciación y en costo financiero, los estados financieros incluirán cambios relacionados con la presentación contable de este concepto. En el estado de flujos de efectivo, los pagos por arrendamientos que se hayan reconocido como pasivo financiero serán un flujo de actividad de financiamiento (antes considerado flujo de operación).

Comenzando con el reporte de resultados del primer trimestre de 2019, los pagos por arrendamiento se capitalizarán en el balance como un activo por derecho de uso y pasivo por pagos futuros, neto del pago a valor presente por la duración de todos los contratos. En el estado de resultados, los gastos de arrendamiento se eliminarán y se agregará la depreciación adicional relacionada con estos activos por derecho de uso, y el gasto por intereses se reconocerá en el costo financiero.

Por lo anterior, con base en la información actualmente disponible, el Grupo estima que reconocerá activos por derecho de uso y pasivos por arrendamiento de \$910 millones al primero de enero de 2019. Posteriormente, al cierre del año, se estima un valor neto en libros de dicho activo correspondiente a \$630 millones. De esta cantidad, la mitad está relacionada con los arrendamientos de las tiendas de Nutrisa, y el resto corresponde a los contratos de bienes raíces, transporte y equipo en el resto de los segmentos de negocio.

Por su parte, en el estado de resultados, esto tendrá un efecto no material sobre la utilidad de operación y la utilidad neta consolidada. Sin embargo, el efecto sobre el UAFIDA será de aproximadamente 10%.

En resumen, para 2019 se han estimado los siguientes impactos: un beneficio de \$54 millones en la utilidad de operación, que asciende a 1%; un beneficio de \$330 millones en el UAFIDA, que representa aproximadamente 10%; y una disminución de \$29 millones en la utilidad neta consolidada, debido a un aumento de \$83 millones en los intereses pagados. Como resultado de lo anterior, no se espera ningún cambio significativo en los índices de apalancamiento.



Informe del Comité de Prácticas Societarias

A los accionistas de Grupo Herdez:

A continuación, me permito presentar a usted el Informe Anual sobre las actividades del Comité de Prácticas Societarias del Consejo de Administración correspondientes al año 2018, a que se refiere el Artículo 43, fracción I, de la Ley del Mercado de Valores.

En el desarrollo de nuestro trabajo, observamos las regulaciones contenidas en la Ley del Mercado de Valores, las Disposiciones de Carácter General Aplicables a Emisoras de Valores y Otros Participantes del Mercado de Valores, el Reglamento Interior de la Bolsa Mexicana de Valores, las recomendaciones del Código de Principios y Mejores Prácticas de Gobierno Corporativo, el Reglamento del Comité y el Programa Anual de temas a tratar.

Durante el periodo que se informa, el Comité sesionó puntualmente en las juntas convocadas, en cada caso se formuló la Agenda con los temas a tratar y se elaboró el Acta respectiva. A las juntas asistieron los consejeros designados y los invitados.

Se presentó al Consejo de Administración un Informe con los asuntos tratados en cada una de las juntas del Comité.

Los asuntos relevantes que se atendieron y que, en su caso, se recomendó su aprobación al Consejo de Administración, fueron los siguientes:

1. *Tomamos conocimiento de las políticas para la designación y retribución integral del Director General y de los demás directivos relevantes.*
2. *Conocimos el mecanismo para medir y revelar las observaciones del desempeño de los directivos relevantes. Durante el año, el desempeño de los directivos relevantes fue adecuado y se determinó en base a las políticas aprobadas.*
3. *Fuimos informados sobre el paquete de la remuneración integral del Director General y de los demás directivos relevantes.*

4. *Analizamos el Informe del auditor externo sobre las operaciones con personas relacionadas, como parte de los procedimientos convenidos a los que se refiere la norma aplicable. En su informe concluye que: i) no se observaron situaciones que indicaran que las operaciones realizadas con personas o partes relacionadas no sean del giro del negocio; ii) las operaciones se encuentran debidamente registradas en la contabilidad; iii) los resultados son consistentes con los obtenidos por terceros independientes en operaciones comparables bajo circunstancias similares.*

Dichas operaciones fueron por comisiones y servicios sobre venta, venta de exportación, venta de producto terminado y materiales, regalías, maquila, servicio de fletes, combustible, arrendamiento de inmuebles y equipo de transporte, intereses, servicios administrativos, almacenaje, servicios de personal, y otros, por un importe de 6,407 millones de pesos.

5. *No existieron dispensas otorgadas para que un consejero, directivo relevante o persona con poder de mando, aprovecharse oportunidades de negocio para sí o a favor de terceros que correspondan a la sociedad o a las personas morales que ésta controle o en las que tenga influencia significativa.*

Las franquicias de la subsidiaria Nutrisa, otorgadas a personas relacionadas, están de acuerdo con las políticas aprobadas por el Consejo de Administración.

6. *La administración de instrumentos financieros derivados, que está enfocada principalmente a la cobertura de ciertas materias primas, se lleva a cabo siguiendo las políticas establecidas y aprobadas por el Consejo de Administración.*

Atentamente,



C.P. Roberto Danel Díaz

Presidente del Comité de Prácticas Societarias.



Informe del Comité de Auditoría

A los accionistas de Grupo Herdez:

A continuación, me permito presentar a usted el Informe Anual sobre las actividades del Comité de Auditoría del Consejo de Administración por el ejercicio 2018, de conformidad con lo que establece el Artículo 43, fracción II, de la Ley del Mercado de Valores.

En el desarrollo de nuestro trabajo, observamos las regulaciones contenidas en la Ley del Mercado de Valores, en las Disposiciones de Carácter General Aplicables a Emisoras de Valores y Otros Participantes del Mercado de Valores, en el Reglamento Interior de la Bolsa Mexicana de Valores, las recomendaciones del Código de Principios y Mejores Prácticas de Gobierno Corporativo, y lo señalado en el Reglamento del Comité de Auditoría, así como en el Programa Anual de temas a tratar.

Durante el período que se informa, el Comité sesionó puntualmente en las juntas programadas y en cada caso se formuló la Agenda con los temas a tratar y se elaboró el Acta respectiva. A las juntas asistieron los consejeros designados y los invitados.

Se presentó al Consejo de Administración un Informe con los asuntos tratados en cada una de las juntas del Comité.

Los asuntos relevantes que se atendieron y que, en su caso, se dio la opinión favorable para su aprobación al Consejo de Administración, fueron los siguientes:

1. *Analizamos los Estados Financieros Dictaminados al 31 de diciembre de 2017 con cifras consolidadas y sus Notas.*

Por su importancia relativa se analizó también la información de la subsidiaria Herdez Del Fuerte, S.A. de C.V. que incluye las operaciones de Megamex Foods, LLC, y sus subsidiarias, en los Estados Unidos de América.

De conformidad con las regulaciones de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, la información financiera fue elaborada y presentada bajo las Normas Internacionales de Información Financiera, y la auditoría fue realizada de acuerdo a las Normas Internacionales de Auditoría.

2. *Tomamos conocimiento del documento "Comunicación con los responsables del Gobierno de la Entidad", que con base en la Norma Internacional de Auditoría NIA 260 fue emitido por el Auditor Externo de la sociedad, con información que debía ser conocida por el Comité de Auditoría.*
3. *Analizamos el Informe sobre la Evaluación del Control Interno realizada por el auditor externo de la sociedad, durante el transcurso normal de su revisión para la auditoría del ejercicio 2017.*

El Informe señala que aplicó ciertos procedimientos de auditoría a los controles internos relacionados con determinadas áreas para la identificación de controles, el diseño e implementación de los controles, pruebas de eficacia operativa y la conclusión al objetivo de la auditoría. Menciona que derivado de su trabajo, no identificó diferencias que hicieran necesario modificar sustancialmente el enfoque de auditoría originalmente planeado. Se tomó conocimiento de las áreas de mejora y se dio seguimiento a su implementación.

4. *Conocimos los Estados Financieros Trimestrales del año 2018 y dimos nuestra recomendación para su presentación a la Bolsa Mexicana de Valores.*
5. *Analizamos y aprobamos el Programa de Trabajo del área de Auditoría Interna por el ejercicio 2018. Se le dio seguimiento a su desarrollo, conocimos sus hallazgos y la implementación de sus recomendaciones.*
6. *Las nuevas Normas Internacionales de Información Financiera utilizadas durante el ejercicio 2018, así como las que ya estaban en vigor, fueron aplicadas en forma consistente y sin tener efectos significativos.*
7. *Evaluamos el desempeño de la firma de auditoría externa KPMG Cárdenas Dosal, el cual se consideró satisfactorio y dentro de los criterios establecidos en el contrato de servicios. Así mismo, el socio encargado de la auditoría en su momento nos manifestó su independencia profesional y económica.*

De esta manera, se recomendó la confirmación de la firma KPMG Cárdenas Dosal como auditor externo de la sociedad y sus subsidiarias por el ejercicio 2018, con excepción de los componentes Herdez Del Fuerte, S.A. de C.V. y subsidiarias, así como McCormick de México, S.A. de C.V. cuyos auditores externos son otras firmas.

Sin embargo, al ser componentes significativos, el auditor externo de la sociedad ha estado involucrado en la conducción y resultado de sus auditorías.

8. *Los servicios adicionales a los de auditoría que proporcionó la firma de auditores externos de la sociedad durante 2018, estuvieron relacionados con precios de transferencia, contribuciones locales, asesoría fiscal-financiera y dictamen de seguridad social con un importe de 3.8 millones de pesos.*
9. *Analizamos las disposiciones de la llamada Circular Única de Auditores que entró en vigor en 2018 y conocimos el Calendario elaborado por la administración de la compañía para su cumplimiento por cada una de las partes involucradas.*
10. *Conocimos y evaluamos las actividades del Comité de Riesgos, incluyendo los mecanismos que tiene implementados la Dirección General para la identificación, análisis, administración y control de los riesgos estratégicos a los que está sujeta la sociedad, así como los criterios establecidos para su adecuada revelación.*

11. *En cada una de las juntas fuimos informados de las denuncias recibidas por faltas al Código de Ética, la forma como fueron atendidas y la protección que se dio a los informantes.*
12. *Tomamos conocimiento y dimos seguimiento a los asuntos fiscales y jurídicos pendientes, así como a la implementación adecuada de las disposiciones de las autoridades reguladoras del mercado de valores y los acuerdos de la Asamblea de Accionistas y del Consejo de Administración.*

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Roberto Díaz', with a stylized flourish at the end.

C.P. Roberto Danel Díaz

Presidente del Comité de Auditoría.