



Julio 20 de 2006

Estimados Consejeros:

Durante el segundo trimestre del presente año, el volumen de ventas en toneladas registró un incremento de 9.6% gracias a un sólido comportamiento en las ventas nacionales, mismas que aumentaron 7.6% mientras que las ventas a Estados Unidos lo hicieron en 24.2 por ciento.

Las ventas netas en valores ascendieron a \$1,433.8 millones, un crecimiento de 6.0% en términos reales impulsadas por las exportaciones que, de forma acumulada, representaron 9.5% de las ventas netas.

El costo de ventas en el trimestre representó 56.7% de las ventas netas, una mejoría de tres puntos porcentuales en comparación con el año anterior, incrementando así la utilidad bruta en 13.9 por ciento. El gasto de operación aumentó 8.1% al pasar de 27.7% a 28.3% como porcentaje a ventas, derivado principalmente por mayores inversiones promocionales con objeto de mantener el liderazgo de nuestras marcas en el mercado.

De esta forma, la utilidad de operación en el periodo abril – junio alcanzó \$215.2 millones, 26.6% más que la obtenida durante el mismo periodo de 2005, mientras que el flujo de

operación “EBITDA” ascendió a \$245.4 millones, 17.1% sobre ventas netas, o bien, 1.9 puntos porcentuales más que el año anterior.

El costo integral de financiamiento se incrementó \$13.4 millones, originado por una pérdida cambiaria y un efecto monetario desfavorable comparados con el mismo periodo del año anterior, por lo que la utilidad neta se incrementó 11.2% en el segundo trimestre de 2006 al pasar de \$70.3 en 2005 a \$78.2 millones.

De forma acumulada, durante los primeros seis meses del presente año, el volumen de ventas en toneladas creció 11.3% mientras que las ventas en valores alcanzaron \$2,808.0 millones, un incremento de 8.7% con respecto al mismo periodo del año anterior. La utilidad bruta representó 41.9% de las ventas, una mejoría de 2.2 puntos porcentuales en comparación con la registrada durante el primer semestre de 2005.

La utilidad de operación ascendió a \$423.5 millones, 27.4% más que la obtenida en el periodo enero-junio de 2005, mientras que el flujo de operación “EBITDA” alcanzó \$483.0 millones, equivalente a un margen “EBITDA” de 17.2%, es decir registrando una expansión de 2.1 puntos porcentuales durante el periodo.

Por lo tanto, en los primeros seis meses del año, la utilidad neta pasó de \$ 126.1 millones a \$161.6 millones, un incremento de 28.2 por ciento.

La situación financiera de la compañía se mantiene sana, ya que el capital contable total representa 61.4% de los activos totales, cifra que compara favorablemente con la relación de 53.7% al 30 de junio de 2005. El capital contable mayoritario se incrementó 20.4% en términos reales durante los últimos doce meses.

La deuda neta, es decir, los pasivos bancarios menos el efectivo disponible al 30 de junio de 2006, fue de \$784.6 millones, \$324.0 millones nominales menos que la registrada al 30 de junio de 2005.

Por otra parte, y refiriéndome al futuro de nuestra empresa, vale la pena mencionar que la estrategia de Grupo Herdez tiene cuatro pilares fundamentales:

- i) crecimiento orgánico de nuestras actuales líneas;
- ii) sólido crecimiento de nuestras exportaciones a Estados Unidos;
- iii) desarrollo de nuevos productos y canales; y
- iv) adquisiciones y/o alianzas estratégicas.

Dentro del rubro de alianzas estratégicas, se enmarcan los recientes acontecimientos con Embotelladoras Arca, SA de CV que, por la magnitud y complejidad de la transacción no se logró concretar satisfaciendo los intereses de ambas partes. Sin embargo, es importante enfatizar que la estrategia del Grupo se mantiene firme y con una clara meta, por lo que seguiremos analizando diversas opciones con objeto de generar valor para la compañía.

Bajo este contexto, en junio firmamos un contrato de distribución con Ocean Spray International, Inc. líder mundial en la comercialización de bebidas de arándano, para distribuir de manera exclusiva sus productos en territorio mexicano. Esperamos que en la medida que este negocio crezca se convierta en una asociación estratégica para nuestro Grupo.

El futuro, aunque presente retos a nivel nacional e internacional, lo vemos con optimismo y estamos preparados para ejecutar nuestra estrategia de manera eficaz y con flexibilidad financiera.

A t e n t a m e n t e

Héctor Hernández-Pons Torres.  
Presidente y Director General.