

Febrero 22, 2007.

Estimados Consejeros:

Uno de nuestros principales objetivos es el crecimiento rentable y precisamente durante el cuarto trimestre de 2006 nuestro desempeño financiero reflejó esta meta.

Incrementamos nuestra participación de mercado medido en unidades en categorías muy importantes mientras que la utilidad de operación registró crecimientos de dos dígitos.

De forma anual se rompieron dos barreras: rebasamos \$6,000 y \$1,000 millones en ventas netas y EBITDA consolidado respectivamente.

Durante el periodo octubre-diciembre de 2006 nuestras ventas en toneladas aumentaron 7.8% gracias a un favorable desempeño doméstico de salsas, pastas y bebidas, principalmente. Las ventas en valores fueron \$1,761.0 millones en comparación con \$1,716.7 del mismo periodo del año anterior, o bien 2.6% superiores en términos reales.

Tanto el costo de ventas como el gasto de operación disminuyeron 1.2 puntos porcentuales, una buena combinación que permitió un crecimiento de 21.3% en la utilidad de operación al pasar de \$232.7 a \$282.2 millones durante el cuarto trimestre de 2006.

Por su parte, la utilidad neta fue de \$96.2 millones, cifra \$6.5 millones inferior a la del año pasado, donde se registraron partidas extraordinarias no recurrentes, que agrupadas representaron ingresos netos por \$19.1 millones de pesos aproximadamente.

Durante el año 2006, el volumen medido en toneladas se incrementó 8.3% al pasar de 331.5 a 359.2 mil toneladas impulsadas por buenos desempeños en mayonesas, salsas, moles, vegetales y los recientes lanzamientos en el segmento de bebidas.

Las ventas en valores ascendieron a \$6,120.4 millones, \$183.7 millones más que en 2005, gracias a un crecimiento de 16.2% en nuestras exportaciones destacando las líneas Doña María en Estados Unidos.

Es importante mencionar que el precio promedio de ventas en el mercado doméstico disminuyó principalmente debido a un cambio en la mezcla de productos así como por una mayor actividad promocional en el punto de venta.

En el periodo enero-diciembre de 2006 el costo de ventas como porcentaje a ventas se redujo ligeramente al pasar de 59.9% a 59.3% mientras que los gastos de operación se mantuvieron prácticamente constante con relación a ventas, es decir en 26.1 por ciento.

Lo anterior ocasionó que la utilidad de operación se incrementara 6.9 por ciento al pasar de \$830.9 a \$888.4 millones. De igual manera y por primera vez, el flujo de operación EBITDA alcanzó \$1,008.1 millones, \$55.2 millones más que en el año anterior.

Por su parte, la utilidad neta fue de \$332.7 millones, un incremento de 6.4% con respecto a la obtenida durante 2005.

La situación financiera de la empresa se mantiene sólida, el capital contable consolidado representa 55.0% de los activos totales después del pago de un dividendo extraordinario, mientras que la deuda neta con relación al flujo EBITDA consolidado fue de 1.03 veces.

En 2006 ampliamos la capacidad del Centro de Distribución en San Luís Potosí y realizamos las inversiones necesarias en la Planta Herdez Av. Industrias en la misma ciudad para recibir las líneas provenientes de Veracruz. Estas dos inversiones representaron el 95% de las inversiones en activo fijo del Grupo mismas que ascendieron a \$92 millones.

Después de estas inversiones, incrementamos 26.1% el flujo libre de efectivo consolidado al pasar de \$495.6 en 2005 a \$ 625.3 millones durante 2006.

El rendimiento sobre el capital empleado consolidado antes de impuestos fue de 24.1% mientras que el rendimiento del capital mayoritario fue de 17.1 por ciento.

La sustancial mejora en los resultados de los dos últimos años han sido producto de el plan de reestructura operativa que implantamos en el 2004, sentando la plataforma y estructura para acelerar nuestro crecimiento bajo criterios de rentabilidad.

En 2007 continuaremos con la centralización de algunas actividades productivas buscando una mayor escala en nuestras fábricas así como la des-inversión de activos no estratégicos y sin lugar a dudas, optimizando el gasto de operación.

El entorno económico, si bien presenta retos en la parte externa, se vislumbra alentador con respecto al dinamismo interno. Sin embargo, el precio de las materias primas agrícolas ha registrado incrementos considerables en los últimos seis meses que difícilmente pueden trasladarse al consumidor. Nuestros esfuerzos se encaminarán a manejar eficientemente la política de precios y absorber a través de eficiencias la mayoría de estos impactos.

A t e n t a m e n t e

Héctor Hernández-Pons Torres.  
Presidente y Director General.