



Julio 28, 2009.

Señores Consejeros

Durante los últimos meses han surgido indicadores económicos en Estados Unidos, demostrando una disminución en el grado de deterioro en la economía. Si bien no son signos de crecimiento, la evidencia es alentadora anticipando periodos de estabilización y posteriormente de recuperación.

En los dos primeros meses del segundo trimestre, nuestro país sufrió una epidemia de influenza A H1N1 que afectó de manera adversa la ya debilitada actividad económica y que contradictoriamente, tuvo un efecto positivo en las ventas de ciertas categorías de nuestro portafolio de productos.

Las ventas netas en el periodo abril - junio del presente año fueron \$1,932.8 millones, 12.2% más que el mismo periodo del año anterior destacando la línea de atún y pastas, entre otras.

A lo largo del trimestre, las ventas en el exterior mostraron signos de estabilización, destacando los productos y marcas dirigidos a la población hispana.

Las presiones en el costo de algunos insumos fueron más que compensados con una mayor eficiencia de los gastos generales, situación que se tradujo en una mejora en los márgenes de operación y EBITDA.

De esta manera, la utilidad de operación y el EBITDA fueron \$273.1 y \$302.6 millones, lo que equivale a un crecimiento de 20.6 y 19.2 por ciento, respectivamente.

La utilidad neta en el periodo ascendió a \$133.3 millones, 45.5 por ciento más que la obtenida durante el segundo trimestre de 2008.

De manera acumulada, las ventas netas del Grupo ascendieron a \$3,965.0 millones, 21.2% más que la primera mitad del año pasado.

De la misma manera que en el trimestre, la eficiencia en el gasto de operación compensó los mayores costos de ventas, originando que la utilidad de operación llegara a \$556.1 millones, 32.1% más que en el mismo periodo de 2008, mientras que el EBITDA también se incrementó 29.3% para ascender a \$614.4 millones.

Medido como porcentaje a ventas, ambos indicadores se expandieron en un punto porcentual aproximadamente.

Con relación a la situación financiera de la compañía al 30 de junio de 2009, los créditos bancarios menos el efectivo disponible fueron \$796.7 millones, después de haber adquirido un buque atunero y haber pagado dividendos decretados por la asamblea de accionistas.

La deuda bancaria menos el efectivo disponible representa 0.7 veces el flujo EBITDA de los últimos doce meses.

El pasado mes de junio anunciamos la creación de MegaMex Foods, LLC., una sociedad estratégica independiente para producir y comercializar comida mexicana bajo marcas líderes y con un claro enfoque en los diferentes segmentos de consumidores en la unión americana.

Considero que MegaMex será una plataforma robusta para llevar a cabo nuestra estrategia comercial en Estados Unidos bajo estrictos criterios de rentabilidad.

Estamos satisfechos de los resultados obtenidos en la primera mitad del año, cifras que nos alientan a seguir trabajando para conservar y acrecentar *la confianza* que nuestros consumidores y clientes tienen en la compañía.

A t e n t a m e n t e

Héctor Hernández-Pons Torres.

Presidente y Director General