



Abril 22, 2010.

Señores Consejeros

Iniciamos 2010 con mayores evidencias de una generalizada recuperación económica alrededor del mundo, especialmente en los sectores manufactureros que, aunque sea gradual, nos alienta a retomar el camino a un crecimiento sostenido.

Sin embargo, el consumo, particularmente en el mercado nacional se ha mantenido cauteloso, lo que se reflejó en un menor dinamismo en las ventas de la compañía durante los primeros meses del año.

En el primer trimestre de este año, las ventas netas de Grupo Herdez alcanzaron \$2,133 millones, 5.1% más que el mismo periodo del año anterior.

En este periodo destacaron en el mercado doméstico las mayonesas, los tés, la mostaza, el puré de tomate, el mole y el aceite de maíz, mientras que el atún disminuyó al no llegar a condiciones satisfactorias para la compañía en la negociación de precios con algunos clientes en el canal autoservicio.

Por su parte, en nuestra operación de Estados Unidos las ventas de MegaMex han registrado un buen desempeño en el canal moderno, mientras que el canal institucional -principalmente restaurantes- sigue presentando retos importantes ante la falta de creación de empleos en ese país.

El costo como porcentaje a ventas registró una caída de más de 5 puntos porcentuales derivado de menores precios de materias primas en comparación con el mismo periodo del año anterior, así como por mayores eficiencias en la planta productiva del grupo.

La utilidad bruta creció en más de 20%, lo que se tradujo en un significativo aumento en el margen operativo y en el margen EBITDA para que este último representara 20.5% de los ingresos netos, récord en toda la historia de la compañía; sin embargo, existieron algunos factores muy favorables en este periodo como el fortalecimiento del peso y el bajo costo de algunos insumos que probablemente en los siguientes trimestres pudieran presentar situaciones diferentes.

De esta manera, la utilidad de operación y el EBITDA ascendieron a \$410 y \$438 millones, lo que equivale a un incremento de 45.7 y 41.2 por ciento, respectivamente.

La utilidad neta en el periodo fue de \$214 millones, 41.9 por ciento más que la obtenida durante el mismo periodo del año anterior, representando 10.1% sobre ventas.

Con relación a la situación financiera de la compañía, durante los primeros tres meses del año, los créditos bancarios menos el efectivo disponible cayeron \$289 millones, al pasar de \$758 a \$469 millones, es decir 38 por ciento menos que la deuda bancaria neta al 31 de diciembre de 2009.

Nuestro plan de inversiones en el 2010 contempla la continuación de la construcción del centro de distribución en Teoloyucan, la relocalización de ciertas líneas de producción de México a San Luis Potosí, así como la reposición de un buque atunero.

Adicionalmente incrementaremos los recursos orientados al mercado a través de mayores inversiones en publicidad y promoción así como en innovación.

En otro ámbito de la compañía, en este trimestre el programa Herdez Nutre inició actividades en San Luis Potosí apoyando a 12 comunidades y a más de 1,200 niños con desnutrición. Asimismo, se enviaron más de ocho mil cajas a los hermanos de Haití a través de la Fundación Herdez.

A t e n t a m e n t e

Héctor Hernández-Pons Torres.  
Presidente y Director General