

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.

Somos líderes en el sector de alimentos procesados y un jugador importante en la categoría de helados en México, además de ser la empresa de mayor crecimiento en el segmento de comida mexicana en Estados Unidos a través de MegaMex. La gestión del negocio se divide en tres segmentos: Conservas, Impulso 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, incrementar la participación de mercado, reducir las brechas de distribución, innovar con base en el entendimiento del consumidor y la segmentación, e incrementar el tráfico en las tiendas propias.

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 incluyen cambios relacionados con la presentación contable de estos conceptos.

Los resultados del año no son comparables en su totalidad, debido a 3 factores: i) desinversión en el negocio de atún, ii) integración de la terminación del acuerdo de distribución con Ocean Spray en diciembre 2020. Por otro lado, vale la pena mencionar que, a partir del tercer trimestre del año, el segmento de Congelados cambio de nombre a Impulso.

Durante el año 2021, las ventas netas consolidadas alcanzaron una cifra récord de \$26,153 millones, 8.8% mayores al año anterior, principalmente a los incrementos de precios realizados en los últimos doce meses. En términos comparables, es decir, sin considerar las ventas de atún fresco y de la marca Nair, Ocean Spray y General Mills, las ventas crecieron 10.0% en el año.

Las ventas netas en el segmento de Conservas crecieron 8.0% a \$20,977, impulsadas por incrementos de precio. En términos comparables, las ventas crecieron 10.7% en el año. Por otro lado, 70% de las principales categorías incrementaron su participación de mercado en el año.

Las ventas netas de Impulso fueron \$3,273 millones, 25.5% superiores al año anterior y en línea con 2019. La recuperación del segmento se debe a una combinación de: i) incremento en el ticket promedio, y ii) un mayor tráfico en las tiendas en comparación con 2020. Las ventas de Helados Nestlé mantuvieron un desempeño favorable en los canales de autoservicio y clubes de precio, mientras que, los canales tradicional y de conveniencia experimentaron una recuperación durante la segunda mitad del año. Excluyendo la incorporación de General Mills a partir de abril, las ventas netas del segmento aumentaron 16.3% .

Las ventas de exportación fueron \$1,904 millones, 5.1% menores que en 2020 impactados por la apreciación del peso frente al dólar.

Al final del año, Conservas representó el 80%, Impulso el 13% y Exportación el 7% del total de las ventas netas.

El margen bruto consolidado se contrajo 0.5 puntos porcentuales a 36.9%. Esto se explica por una contracción de 0.4 puntos porcentuales en el margen de Conservas como resultado del incremento en el precio de los principales insumos y materiales de empaque, así como de la incorporación del portafolio de General Mills que tiene un costo por tonelada mayor. De la misma manera, en el segmento de Exportación, el margen disminuyó 7.9 puntos porcentuales. Por otro lado, el margen bruto del segmento de Impulso se mantuvo en línea con el año anterior principalmente debido a la incorporación del portafolio de Häagen-Dasz.

Los gastos generales consolidados disminuyeron 0.4 puntos porcentuales a 25.1% como proporción de las ventas netas gracias a la absorción de gastos en el segmento de Impulso debido a la recuperación de los ingresos.

La utilidad de operación consolidada antes de otros ingresos también alcanzó un nivel récord de \$3,085 millones, 8.3% superior al año anterior, manteniendo el margen constante en 11.8%. La Compañía registro otros gastos por \$78 millones en el año.

La utilidad de operación fue \$3,007 millones, lo que significa una contracción de 2.0 puntos porcentuales en el margen para llegar a 11.5%, como resultado de la fuerte presión proveniente de los incrementos en los precios de las materias primas y materiales de empaque en la segunda mitad del año. El segmento de Impulso tuvo una recuperación de \$222 millones en comparación con el año anterior.

El costo de financiamiento neto ascendió a \$703 millones, 5.0% superior al año anterior, que se explica por una menor utilidad cambiaria en comparación con 2020.

La participación en los resultados de asociadas totalizó \$803 millones en 2021, 6.1% más que en 2020, debido al comportamiento del tipo de cambio y un incremento en el resultado de otras asociadas.

La utilidad neta consolidada y utilidad neta mayoritaria disminuyeron 12.3%, a \$2,078 y \$726, respectivamente. Sin considerar los ingresos extraordinarios del año anterior, la utilidad neta consolidada se mantuvo sin cambios, mientras que el margen disminuyó 0.7 puntos porcentuales a 7.9%.

La utilidad antes de intereses, impuestos, depreciación, amortización y otras partidas virtuales (UAFIDA) del año fue \$3,944 millones, 15.1% de las ventas netas, 2.4 puntos porcentuales menor al año anterior. En términos comparables –sin incluir los ingresos extraordinarios del 2020– la UAFIDA incrementó 4.0% respecto a 2020, con una contracción en margen de 0.7 puntos porcentuales a 15.1%.

La inversión neta en activos totalizó \$667 millones y fueron principalmente destinados a proyectos de mantenimiento, aumentos de capacidad y mejora en plantas.

El flujo de efectivo ascendió a \$1,314 millones, \$1,518 millones menor al año anterior, derivado de la inversión neta en activos por \$667 millones, pago de intereses, pago de dividendos y recompra de 17.8 millones de acciones. Considerando estos dos últimos, el retorno total a los accionistas en el año fue de 7.2%.

Al 31 de diciembre de 2021, la posición de efectivo alcanzó \$2,216 millones, una disminución de 39.8% respecto a 2020 principalmente debido a la recompra de acciones por \$757 millones. El total de los pasivos con costo al cierre del año fue de \$10,000 millones, \$500 millones más que el año anterior.

Al cierre del año, la deuda se encontraba 100% denominada en pesos mexicanos, mientras que 65% se encontraba en tasa fija, incluyendo los instrumentos financieros derivados.

La deuda neta consolidada a UAFIDA fue 2.2 veces, mientras que la deuda neta respecto al capital contable consolidado alcanzó 0.50 veces.

