



DESAFIAMOS LOS LÍMITES

Informe Anual Integrado 2022

DESAFIAMOS LOS LÍMITES

DESTACADOS DE LA GESTIÓN ASG

4.0% **1,851.9Tn** **1° BONO**

de la utilidad
neta en
inversión social

de alimentos
donados

vinculado a la
sostenibilidad
(SLB)



DESAFIAMOS LOS LÍMITES

RESULTADOS FINANCIEROS

31,646 MDP

ventas netas

MDP: Millones de Pesos

+27.4%

utilidad de
operación

Flujo de
operación

3.2x

+vs. 2021

DESAFIAMOS LOS LÍMITES

DESEMPEÑO COMERCIAL

+50%

categorías
con mayor PDM

6

nuevas
categorías

+32.8%

en volumen
de ventas en
e-commerce

PDM: Participación de mercado



MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL

A los accionistas de Grupo Herdez:

No existe un manual que describa, paso a paso, cómo convertirse en una de las compañías de alimentos más relevantes del país. Sin embargo, con una voluntad admirable, en *Grupo Herdez lo hemos logrado y mantenido por más de un siglo*.

A tres años de iniciada la pandemia, el panorama mundial no deja de sorprendernos. Las cadenas de suministros y el tráfico en tiendas siguen sin regularizarse, la inflación ha sido una constante, el precio de los insumos y la disponibilidad de materias primas fueron impredecibles, la escasez de agua no da marcha atrás y vimos el estallido de una guerra con implicaciones difíciles de pronosticar.

Pero a lo largo de 2022, *demostramos de qué somos capaces para nunca fallarle a nuestros consumidores: **desafiamos los límites*** de lo conocido y le apostamos a formas innovadoras para dar resultados en nuestras áreas de impacto.



DESAFIAMOS EL ENTORNO: NUESTRO DESEMPEÑO ECONÓMICO

Con la proactividad y flexibilidad que nos caracterizan, transitamos un año de grandes desafíos económicos para el país y para el mundo. La recuperación post-pandemia nos exigió lo mejor de nosotros, teniendo que encarar escenarios de mucha incertidumbre.

Logramos un nuevo récord: nuestras **ventas netas consolidadas** crecieron 21.0%, alcanzando los \$31,646 millones de pesos.

El segmento de **Conservas** creció 20.8% para llegar a \$25,343 millones de pesos. Esto se lo atribuimos a los aumentos en precios y, en menor medida, a mayores volúmenes de venta.

En este contexto, el consumo se mantuvo sólido y los mexicanos demostramos lealtad a nuestras marcas de siempre, originando que la mitad del portafolio tuviera un desempeño estelar. Eso permitió que ganáramos participación de mercado en

las principales categorías que manejamos, destacando **maionesas, pastas, puré de tomate y vegetales enlatados**.

En el segmento de **Impulso**, las ventas incrementaron 19.7% a \$3,917 millones de pesos, derivado de la continua recuperación del tráfico en nuestras tiendas y un incremento en el ticket promedio por encima de los números que veíamos en 2019.

En **Helados Nestlé®**, decidimos optimizar nuestro portafolio priorizando la rentabilidad e impulsamos productos *premium* en el canal tradicional, lo que nos trajo un aumento en ventas del 19.0%.

Las ventas en el segmento de **Exportación** incrementaron 25.3% para llegar a \$2,386 millones de pesos, siendo mole y salsas caseras las categorías con mayor crecimiento.

Derivado del incremento en el precio de las materias primas, vimos una reducción de 1.5 puntos porcentuales en el **margen bruto consolidado**, pero compensado de forma parcial por nuestros propios ajustes en precios, resultando así en un 35.4%.

Por otro lado, el enfoque en el **apalancamiento operativo y la disciplina en gastos** fue fundamental para revertir la presión en el margen bruto. Los gastos generales como proporción de las ventas disminuyeron 1.4 puntos porcentuales.

La **utilidad de operación antes de otros ingresos y gastos** incrementó 20.3%, alcanzando una cifra sin precedentes de \$3,712 millones de pesos. El segmento de Conservas registró un incremento de 16.4% en este indicador. La **utilidad de operación consolidada** fue 27.4% superior al año anterior con una expansión en margen de 0.6 puntos porcentuales hasta 12.1%.

Por su parte, la **UAFIDA** fue de \$4,943 millones de pesos, 25.3% por encima del 2021, con una expansión del margen de 0.5 puntos porcentuales a 15.6%.

En cuanto a la participación en asociadas en el **Estado de Resultados**, vimos una disminución del 42.0% principalmente por el desempeño de **MegaMex** que, si bien situó sus ventas netas 11.4% por arriba de 2021 para un total de \$16,337 millones de pesos, se vio fuertemente impactada por el alto costo de distribución y del aguacate en Estados Unidos, ocasionando una baja en la utilidad neta del 42.8%, llevándola a \$870 millones de pesos.

A raíz de esto, la **utilidad neta consolidada** del Grupo creció sólo 9.0% para ubicarse en \$2,266 millones de pesos; mientras que la **utilidad neta mayoritaria** fue de \$777 millones de pesos, 7.0% por encima del año anterior, con un margen de 2.5%, apenas 0.3 puntos porcentuales por debajo del obtenido el año anterior.

La combinación de nuestros resultados financieros y nuestra estrategia de sostenibilidad hicieron posible la exitosa **emisión de \$3,000 millones de pesos en un bono ligado a la sostenibilidad en el mercado local**, con el menor diferencial en la tasa en la historia de la Compañía.

Con estos recursos, pagamos un crédito bancario, invertimos \$726 millones de pesos en activos, adquirimos acciones propias por un monto de \$421 millones, invertimos \$587 millones en la adquisición de Interdeli y Deli Dips & Snacks y, aún así, terminamos con una **posición de efectivo** de \$2,406 millones, \$190 millones más que en 2021.

La **deuda total** del Grupo al cierre del año fue de \$11,274 millones de pesos, con un ligero incremento de 3.4% en comparación con el año anterior. La **razón de deuda neta a UAFIDA** bajó a 1.8 de 2.2 veces.

El **rendimiento total a los inversionistas** se situó en 7.1%, considerando la recompra de acciones y los dividendos pagados.

Estos resultados en el año nos recuerdan y demuestran que, a pesar de los desafíos persistentes, estamos preparados para enfrentar lo que el entorno nos presente.

DESAFIAMOS EL ALCANCE DE NUESTRO PORTAFOLIO

Los consumidores están en el centro de nuestra estrategia, incursionamos en nuevas categorías o desarrollamos herramientas tecnológicas innovadoras para descifrar sus comportamientos, siempre buscando formas de satisfacerlos más y mejor.

A través de nuestra asociada Herdez Del Fuerte, nos adentramos en el segmento de comida mediterránea al adquirir Interdeli y Deli Dips & Snacks, **ampliando así nuestro portafolio con las marcas Libanius®, Flaveur® y Liguria®, entre otras**, pioneras en la producción y comercialización en México de productos libaneses listos para consumir.

Esto nos abre el camino en la categoría de *dips*, que presentó un crecimiento de 8.6% en 2022 a nivel nacional, para desarrollar el concepto "mexiterráneo", una fusión explosiva entre las dos cocinas.

Y así como ayudamos a McCormick & Company a entrar en el mercado mexicano hace 75 años con la receta de mayonesa con limón, ahora nos apoyamos en ellos para **lanzar en el Reino Unido uno de los productos más icónicos de nuestro catálogo y del país: la salsa Herdez.**

No es sorpresa para nadie el gran apetito de los consumidores por productos y sabores mexicanos auténticos, en un mercado internacional actualmente dominado por lo *tex-mex*. Como la cuarta cocina internacional de mayor demanda, la categoría de comida mexicana en el Reino Unido está en auge con un crecimiento interanual del 19.0% y un valor de mercado de £228 millones.

La cartera de productos que llevamos a las mesas europeas —que incluye kits de comida, salsas y condimentos—, le brinda a los consumidores la inspiración y los ingredientes que necesitan para disfrutar y celebrar los verdaderos sabores de nuestro México.

Con este lanzamiento nos reafirmamos como reconocidos embajadores de la cocina mexicana ya que, en menos de un año, obtuvimos 5.5% de participación en el anaquel de la cadena de supermercados Tesco, la cual nos reconoció como el lanzamiento de cocina internacional con mejor desempeño de 2022.

Por último, seguimos dando pasos agigantados para fortalecer nuestra **transformación digital**.

El siguiente objetivo es integrar estas herramientas de inteligencia artificial en todos los procesos de nuestra cadena de suministro e incluso predecir la venta en nuestras tiendas de retail y cafeterías.

A través de nuestros esfuerzos de posicionamiento e interacción en **plataformas digitales**, incrementamos 7 veces nuestra venta por canales de *e-commerce* y logramos, al menos, 32 impresiones durante el año en cada mexicano con internet. Esto se debe a la constante escucha digital y el riguroso estudio de los datos para entender mejor nuestro rol en la cocina.

De esto se trata innovar: nunca dejar de ampliar nuestras capacidades para adaptarnos y adelantarnos para estar a la cabeza de los tiempos que corren.

DESAFIAMOS NUESTROS ESTÁNDARES DE DESEMPEÑO SOSTENIBLE

Tras una década de sumarnos al Pacto Mundial de las Naciones Unidas (ONU), reafirmamos nuestro empeño por cumplir con la Agenda 2030. Este año, tenemos resultados contundentes y medibles que aportan a los **Objetivos de Desarrollo Sostenible** de Hambre Cero, Producción y Consumo Responsables, Agua Limpia y Saneamiento, Acción por el Clima, Trabajo Decente y Crecimiento Económico, e Igualdad de Género.

Después de obtener por decimocuarto año consecutivo el distintivo de Empresa Socialmente Responsable, el **Centro Mexicano para la Filantropía** nos otorgó por primera vez las insignias de “1% Inversión Social” e “Inclusión Social”. Anualmente, invertimos más del 2.5% de la utilidad neta en programas sociales.

EMITIMOS NUESTRO PRIMER BONO VINCULADO A LA SOSTENIBILIDAD

A su vez, siendo congruentes con la *CFO Coalition* de la ONU y el impulso de las finanzas como detonador de la gestión sostenible, nuestro primer bono vinculado a la sostenibilidad nos compromete a **reducir en un 25% el consumo de agua** por tonelada producida para el año 2030 tomando como año base el año 2018.

Obtuvimos una calificación de 52/100 en el **Corporate Sustainability Assessment** (CSA) de S&P, una evaluación anual de prácticas sustentables, posicionándonos en el lugar 14 de las empresas del sector a nivel global.

También firmamos el **Pacto por la Comida**, una iniciativa nacional impulsada por el Banco de Alimentos de México en la que las empresas nos comprometemos de forma voluntaria a reducir en 50% las pérdidas y desperdicios de alimentos en los próximos 10 años.

Alianzas así fortalecen y hacen más sólidos nuestros compromisos con la agenda global de sostenibilidad.

En el incansable afán por impulsar la gastronomía mexicana, abrimos las puertas de la **Casa Doña María Pons**, extensión de la Fundación en San Luis Potosí, y renovamos la exhibición permanente del Museo Galería Nuestra Cocina Duque de Herdez en el Centro Histórico de la Ciudad de México.

Nuestro programa de responsabilidad social **Saber Nutrir®**, que tiene más de 15 años de gestión en el Estado de México, Chiapas y Yucatán, amplió su alcance para llegar a la comunidad de Santa Elena en Lagos de Moreno, Jalisco, donde opera nuestra planta de helados.

Con este nuevo proyecto, capacitamos y trabajamos muy de cerca con 20 familias para la instalación de 20 huertos, 20 sistemas de captación de agua de lluvia y 20 sistemas de agua y saneamiento. Aunado a esto, realizamos el monitoreo nutricional de 60 niños menores de 12 años.

Y para cerrar, potenciando la visibilidad y liderazgo de nuestros colaboradores, arrancamos la primera etapa del **Programa de Diversidad e Inclusión** —a partir de los resultados del diagnóstico que corrimos en 2020— y firmamos los **Women Empowerment Principles** de las Naciones Unidas, cuyo objetivo es promover la equidad en los espacios de trabajo, el mercado laboral y las comunidades.

DESAFIAMOS LO POSIBLE

Desafiar los límites no se trata sólo de superar obstáculos, sino de confiar en nosotros mismos y en nuestra capacidad de hacer cosas extraordinarias.

Al ver el cierre de un año más de operaciones con resultados tan alentadores, es evidente cómo la cultura de innovación, confianza y excelencia se ha arraigado profundamente en la estructura de Grupo Herdez.

Es gracias al compromiso de nuestros accionistas, socios y proveedores, junto a la preferencia de nuestros consumidores y clientes, que hemos logrado alcanzar los objetivos más ambiciosos, superando incluso las expectativas más altas y los entornos más retadores.

La capacidad de nuestra gente para proponer soluciones creativas, trabajar en equipo y perseverar para lograr un impacto positivo en todo lo que hacemos es un ejemplo para la industria. Es nuestra manera de contribuir al desarrollo de México.

Que nada nos detenga de ir más allá de lo que creemos posible.



Héctor Hernández-Pons Torres
Presidente del Consejo y Director General

+21.0%
ventas netas

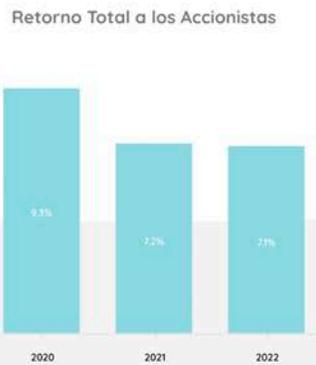
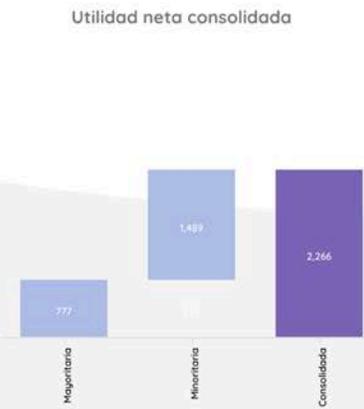
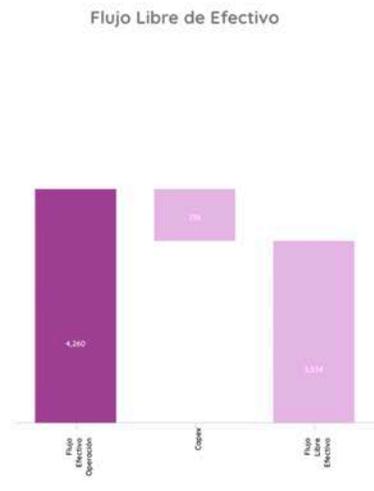
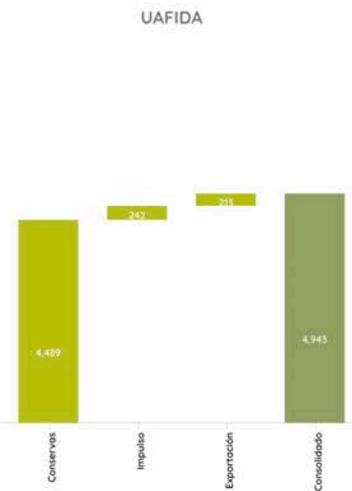
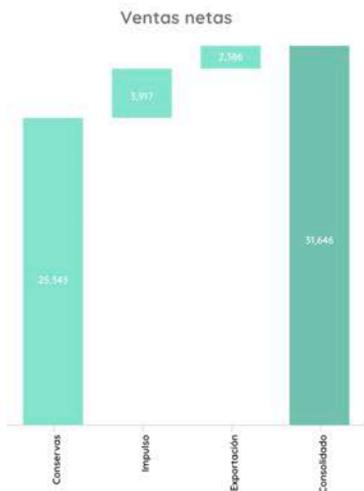
+25.3%
UAFIDA

1.8
deuda neta/
UAFIDA

IMPACTO ECONÓMICO

+2,886 MDP
flujo de efectivo

MDP: Millones de Pesos



Deuda Financiera

Costo Promedio	9.12%
Deuda Neta/UAFIDA	1.8x
Vida Promedio	5 años

Notas:

- Crecimiento Porcentual en Ventas Netas en comparación de 2021
- Capex no incluye Adquisiciones
- Retorno Total a Accionistas considera Recompra de Acciones y Dividendos

Resultados sobresalientes

	2022	Margen (%)	2021	Margen (%)	Var (%)
Ventas Netas	31,646		26,153		21.0
Utilidad Bruta	11,206	35.4	9,652	36.9	16.1
Utilidad de Operación	3,831	12.1	3,007	11.5	27.4
Utilidad Neta Consolidada	2,266	7.2	2,078	7.9	9.0
UAFIDA	4,943	15.6	3,944	15.1	25.3
Activo Total	37,554		35,969		4.4
Deuda Total	11,274		10,906		3.4
Pasivo Total	20,407		18,546		10.0
Capital Contable Total	17,147		17,423		(1.6)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	4,260		1,314		224.1
Deuda Neta / UAFIDA	1.8		2.2		
Deuda Neta / Capital Contable	0.5		0.5		



INFORME DE LA ADMINISTRACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Análisis del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2022

En 2022, las ventas netas consolidadas alcanzaron una **cifra récord de \$31,646 millones**, 21.0% superiores al año anterior, beneficiadas en su mayoría, por los incrementos de precios realizados en los últimos doce meses y, en menor medida, por incrementos en el volumen de algunas categorías clave. Sin considerar la adquisición de Mediterráneo*, las ventas crecieron 20.3% en el año.

En el segmento de Conservas, las ventas crecieron 20.8% a \$25,343 millones. En las principales categorías del portafolio, la Compañía superó al mercado en participación de mercado.

Las ventas netas de Impulso alcanzaron \$3,917 millones, 19.7% superiores al año anterior. La recuperación del segmento se debe a una combinación de: i) un incremento en el ticket promedio, y ii) la recuperación consistente del tráfico en las tiendas. En Helados Nestlé, el canal tradicional mantuvo la tendencia de recuperación.

Las ventas de Exportación fueron \$2,386 millones, 25.3% mayores que en 2021, beneficiadas por incrementos de precio realizados en el año, así como por mayores volúmenes de venta de salsas caseras y mole, principalmente.

Al final del año, Conservas representó el 80%, Impulso el 12% y Exportación el 8% del total de las ventas netas, reportando así una mezcla muy similar a la del 2021.

El margen bruto consolidado se contrajo 1.5 puntos porcentuales a 35.4%. Esto se explica por una disminución de 1.9 puntos porcentuales en el margen de Conservas como resultado del incremento en el precio de los principales insumos y materiales de empaque. Por otro lado, el margen bruto de Impulso se expandió 1.5 puntos porcentuales, principalmente, derivado de una mayor participación del canal tradicional en la mezcla de venta de Helados Nestlé.

Los gastos generales consolidados disminuyeron 1.4 puntos porcentuales a 23.7% como proporción de las ventas netas gracias al apalancamiento operativo que contrarrestó los aumentos en las tarifas de fletes experimentadas durante el año.

La utilidad de operación consolidada antes de otros ingresos también alcanzó un nivel récord de \$3,712 millones, 20.3% superior al año anterior, con un margen de 11.7%, en línea con 2021.

La Compañía registró otros ingresos por \$119 millones en el año. **La utilidad de operación fue 27.4% superior al año anterior** para alcanzar \$3,831 millones, lo que significa una expansión de 0.6 puntos porcentuales en el margen para llegar a 12.1%.

El costo integral de financiamiento neto ascendió a \$767 millones, 9.0% superior al año anterior debido a: i) un mayor nivel de deuda promedio en el año, y ii) el incremento en las tasas de interés.

La participación en los resultados de asociadas totalizó \$466 millones, 42.0% por debajo de 2021, debido al impacto del incremento en el precio del aguacate y los gastos logísticos y de mano de obra en MegaMex.

La utilidad neta consolidada y utilidad neta mayoritaria crecieron 9.0% y 7.0%, a \$2,266 y \$777 millones, respectivamente. Por su parte, el margen neto consolidado y mayoritario se situaron en 7.2% y 2.5%, lo que representó disminuciones de 0.5 y 0.3 puntos porcentuales, respectivamente, al compararse con el año anterior.

La utilidad antes de intereses, impuestos, depreciación, amortización y otras partidas virtuales (UAFIDA) del año ascendió a \$4,943 millones, 25.3% superior al 2021 y representó 15.6% de las ventas netas, 0.5 puntos porcentuales por encima del año anterior.

La inversión neta en activos totalizó \$726 millones y fueron principalmente destinados al proyecto de transformación digital, proyectos de mantenimiento, aumentos de capacidad de salsas para exportación, pasta corta y puré de tomate.

Al 31 de diciembre de 2022, la posición de efectivo alcanzó \$2,406 millones, un incremento de 8.6% respecto a 2021.

El **flujo de efectivo** proveniente de la operación del año ascendió a **\$4,260 millones**, \$2,945 millones por encima del año anterior, derivado, principalmente, de las iniciativas para mejorar el capital de trabajo en cuentas por cobrar y por pagar. Lo anterior permitió la inversión neta en activos por \$726 millones, la adquisición de Mediterráneo por \$587 millones, el pago de intereses por \$979 millones, el pago de dividendos por \$409 millones y la recompra de acciones por \$421 millones.

El total de los pasivos con costo al cierre del año fue de \$10,500 millones, \$500 millones más que el año anterior. Al cierre del año, la deuda se encontraba 100% denominada en pesos mexicanos, de los cuales 76% se encontraba en tasa fija.

La deuda neta consolidada a UAFIDA fue 1.8 veces, mientras que la deuda neta respecto al capital contable consolidado se mantuvo en 0.5 veces.

El retorno anual a los accionistas considerando los dividendos y la recompra de acciones fue de 7.1%.



+42.0%
crecimiento
en Food Service

+6.5%
ticket promedio
de impulso

40.0%
ventas netas
en sistemas de IA
IA = inteligencia artificial

INFORMACIÓN COMERCIAL

Interdeli y Deli, Dips & Snacks

Brindamos soluciones a la vida diaria de nuestros consumidores al ofrecerles variedad y conveniencia para diferentes estilos de vida y momentos del día. En 2022, ampliamos nuestras capacidades a nuevas categorías como hummus, jocoque seco, pan pita, queso de cabra, entre otras, con la adquisición de las compañías **Interdeli y Deli, Dips & Snacks** —a través de la sociedad Herdez Del Fuerte— por un monto de \$587 millones de pesos.

Estas compañías son propietarias de las marcas **LIBANIUS®**, **FLAVEUR®**, **LIGURIA®** pioneras en la producción y comercialización de productos libaneses listos para consumir. Además de marcas como **SEÑOR CACTUS®** y **ROMANDIE®**.

Adquisición por
\$587 millones
de pesos



20.8%

de incremento en
ventas de CONSERVAS

19.7%

de crecimiento en
ventas de IMPULSO

Categorías destacadas

Mejor desempeño en volumen de ventas



Mayonesa



Puré de
Tomate



Pasta



Especias



Salsas
Caseras



por encima del PIB
Nacional de Alimentos en
los últimos 5 años de
crecimiento compuesto



DESEMPEÑO DE CONSERVAS

En el segmento de Conservas, **las ventas crecieron 20.8% a \$25,343 MDP**. A pesar de los desafíos del contexto económico, el consumo en México se mantuvo sólido. Esto permitió que ganáramos participación de mercado en las principales categorías del portafolio, destacando el desempeño de mayonesas, pastas, puré de tomates y vegetales enlatados. Todos los canales tuvieron crecimiento de doble dígito destacando por encima del promedio el canal institucional, clubes de precio y mayoreo.

Herdez® en el Reino Unido

Incursionamos en el mercado de cocina internacional con el lanzamiento de productos Herdez en este país. De la mano de nuestro socio McCormick & Company, Inc., llevamos a las mesas europeas lo más icónico de la cocina mexicana a través de kits de comida, salsas y condimentos bajo la marca Herdez®. Con este lanzamiento nos reafirmamos como reconocidos embajadores de la cocina mexicana. En menos de un año obtuvimos 5.5% de participación en el anaquele de la cadena de supermercados Tesco.



McCormick®, Del Fuerte® y Herdez®

Dentro del listado de "Las 50 marcas más elegidas en México" de Kantar



Grupo Herdez, proveedor del año

Proveedor Preferido del Año por la Asociación Nacional de Abarroteros Mayoristas (ANAM)
Proveedor del Año por Sam's Club México



1º lugar

lanzamiento de cocina internacional con mejor desempeño para Herdez, por Tesco UK

TESCO

+1,500 sku
en el portafolio



696

tiendas Cielito Querido
Café, Chilim Balam,
Lavazza, Moyo y Nutrisa



2º lugar

a nuevo producto de cocina internacional para Herdez, por The Grocer UK

Relanzamiento paleta Mega®

Con la finalidad de contar con una plataforma de experiencias innovadoras de chocolate, relanzamos la marca Mega® en México con dos productos: Mega® Almendra y Mega® Brownie. Así, logramos renovar la imagen de la marca y su portafolio, al mismo tiempo que conectamos con el consumidor milenario mexicano, por medio de una experiencia de placer e indulgencia.

En el último trimestre de 2022, Mega se posicionó como la marca número uno en ventas del portafolio de Helados Nestlé®. El proyecto generó tal impacto en comunicación y crecimiento en participación de mercado que fue nombrado "Best Practice" por Nestlé® global, para que pueda replicarse en otros mercados a nivel mundial.



Chilim Balam®

Consolidamos la integración de Chilim Balam® a las marcas de retail, marca líder en el segmento de snacks. Con 25 años en el mercado mexicano, ofrece más de 500 productos de calidad y una experiencia en tienda única con gran variedad de dulces, bebidas y botanas. Brinda al cliente la oportunidad de crear y combinar productos para cumplir cualquier tipo de antojo creando sus propias combinaciones y preparados.



Cielito Querido Café®: Sabores que Suenan

Sabores que Suenan fue una campaña que retó los límites de la innovación en el portafolio de nuestras cafeterías de Cielito Querido Café®. De la mano de la chef Gaby Ruiz, se desarrolló una serie de bebidas y alimentos inspiradas en canciones de cantautores mexicanos.

Además de captar el interés de los consumidores milenial mexicanos, Sabores que Suenan impulsó la visibilidad del talento mexicano en la industria musical, dando continuidad al propósito de la plataforma Talentos Caídos del Cielo (2021) y posicionando a Cielito Querido Café® como una marca que ofrece experiencias disruptivas a sus consumidores.

Esta campaña posicionó el valor de la innovación en el portafolio de Cielito Querido Café® en 10%.



MegaMex

Las ventas netas de MegaMex totalizaron \$16,337 MDP. A pesar de los retos por los incrementos en los precios del aguacate y los costos logísticos en Estados Unidos, durante los últimos cinco años la marca Herdez se ha posicionado como una de las marcas de más rápido crecimiento en el canal de *retail* en la Unión Americana.

HERDEZ® Avocado Dip

IncurSIONamos en el mercado de dips en Estados Unidos con el nuevo dip de aguacate HERDEZ®, brindando una nueva experiencia a nuestros consumidores en este país, para disfrutar con papas fritas y verduras o como un delicioso complemento para cualquier comida.

En Estados Unidos, la categoría de dips representó más de \$875 millones de dólares en ventas, y es consumido por casi 50 millones de compradores al año.



Nuestras marcas en México



Nuestras marcas en Estados Unidos



Acuerdos de distribución en México



INNOVACIÓN

\$48.2 MDP

millones de pesos invertidos en investigación y desarrollo



Mermelada con chile McCormick®
Premio Sabor del Año 2022

4.8%

de las ventas provienen de innovación*

Herdez® Salsa Avocado Hot



Premio "The Best Of The Best" de Hormel 2022

*Un producto se considera innovación durante los primeros 5 años a partir de su lanzamiento.
MDP= Millones de Pesos.

IP-7

Trabajamos bajo una cultura de innovación basada en la escucha para atender las necesidades de nuestros consumidores, el mercado y la industria. A través de nuestra área de Innovación, capitalizamos tendencias y las necesidades no cubiertas de nuestros consumidores, para generar productos y comunicaciones diferenciadoras que impulsen el crecimiento de nuestras diferentes categorías de productos.

Herdez® Salsas Tatemadas

Vivimos el orgullo de ser mexicano con las nuevas salsas tatemadas y martajadas.

El tatemado hace que un ingrediente llegue al punto de quemarse para poder concentrar mayor su sabor y hacerlo más picante y el proceso de martajar hace que la consistencia no quede totalmente líquida.



McCormick® Balance: Té Buenas Noches y Mermelada con Semillas

Continuamos con una combinación ideal para entrar en un estado de relajación; y llevamos las mermeladas a una nueva experiencia añadiendo semillas de superfruits



McCormick® Sazonadores

Acompañamos a cada vez más personas a que se animen a cocinar haciéndoles fácil la cocina de todos los días.

Introdujimos los nuevos sabores mexicanos Pastor, Mojo de Ajo y Pibil.

Nuestro producto más importante, el [Aderezo Buffalo Wings McCormick](#) de 12oz con el que puedes conseguir este espectacular sabor de EEUU de las Buffalo Wings



Yemina® Fibra

Yemina® es la pasta que por décadas ha servido con energía a los hogares mexicanos, por eso somos la pasta preferida de quienes desean alimentar a su familia de la manera más rica y nutritiva.



Transformación digital

23.4%

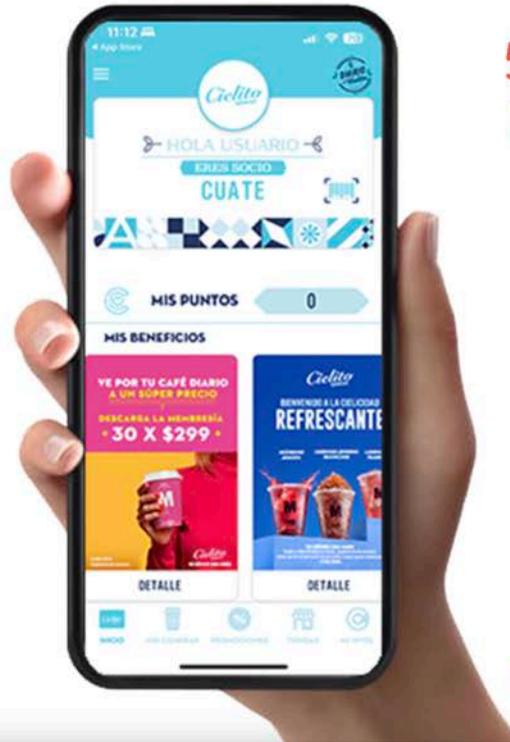
de incremento en
ventas por
e-commerce

95%

de asertividad en
predicción de la
demanda con IA

98%

de asertividad en los
pronósticos de
volumen
realizados con IA



Ranking
500 Marcas con
Mayor Dominio
Digital
por Merca 2.0





1° bono

vinculado a la sostenibilidad

2.0%

utilidad neta destinada a proyectos ambientales

-2.4%

de reducción en descargas de agua

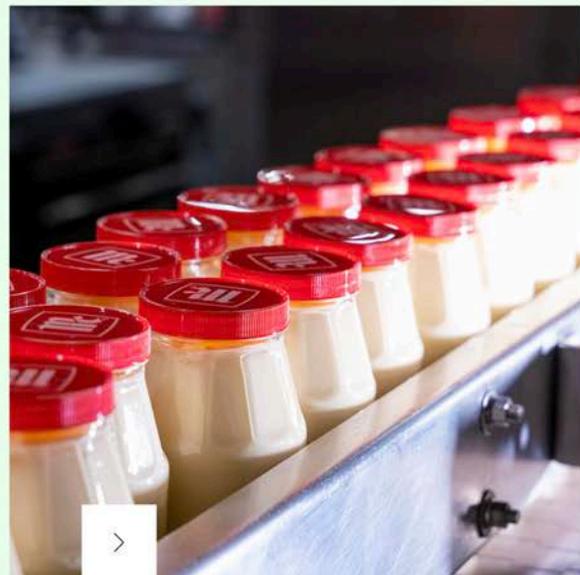
IMPACTO AMBIENTAL

Nuestro compromiso en materia ambiental tiene un enfoque preventivo que favorezca el desarrollo sustentable, fomente iniciativas y difunda nuevas tecnologías para disminuir los impactos ambientales de nuestras operaciones, dentro de las directrices y alcances establecidos en el sistema de gestión ambiental.

RECONOCIMIENTOS A NUESTRA GESTIÓN AMBIENTAL

Certificación ISO 50001:2018 Gestión energética

Nuestras Plantas McCormick México y El Duque obtuvieron la certificación en ISO 50001:2018 por contar con un sistema de altos estándares de eficiencia y seguridad energética, por medio del plan de mejoras continuas y sistemáticas al uso, consumo y eficiencia de la energía. Al día de hoy contamos con 3 instalaciones certificadas bajo esta norma.



Premio Bosque Urbano BioPappel

Recibimos el Premio Bosque Urbano otorgado por Bio Pappel. Este premio reconoce el compromiso ambiental de las empresas por utilizar empaques de cartón 100% reciclado



Certificado de sustentabilidad CHEP

Recibimos el certificado de sustentabilidad de CHEP por mantener el uso de pallets sustentables en nuestra cadena de suministro. Por medio del método de *pooling*, entre ambas compañías logramos reducir más de 14 toneladas de emisiones de CO2, y evitar el uso de madera para la construcción de nuevos pallets, equivalente a la tala de 37,467 árboles.



AGUA: EMISIÓN DEL BONO VINCULADO A LA SOSTENIBILIDAD

Ahora más que nunca, evaluar y buscar mejoras en nuestra gestión del agua es vital.

Alineados al Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 6 Agua limpia y saneamiento, de la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), nos comprometimos a **reducir en 25.0% nuestro consumo de agua por tonelada producida para el año 2030**.

Colocamos **\$3,000 MDP en certificados bursátiles** vinculados a la sustentabilidad, posicionándonos como la primera emisora del sector de alimentos en realizar una emisión de este tipo en México.

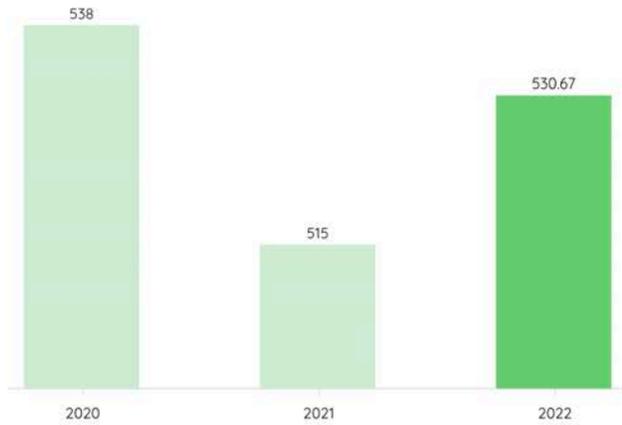
-25.0% en nuestro consumo de agua por tonelada producida para el año 2030

GESTIÓN DEL AGUA

Consumo de agua

GRI 303-5

Durante este año, tuvimos un incremento de **3.0% en el consumo de agua** debido al incremento en la producción que demandó mayor número de lavados, el arranque de nuevas líneas de producción y cambios en los formatos de la producción en Planta Barilla y Hedez, en San Luis Potosí, y Planta Helados, en Jalisco.

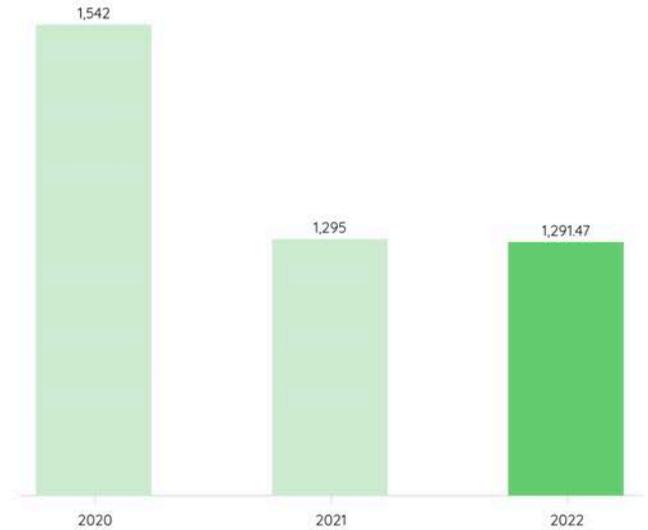


Cifras expresadas en millones de litros.

Extracción de agua

GRI 303-3

Respecto a la operación, **redujimos en 0.3% m³/Tn** producida el volumen de la extracción total de agua en nuestras 10 plantas.



Cifras expresadas en millones de litros.

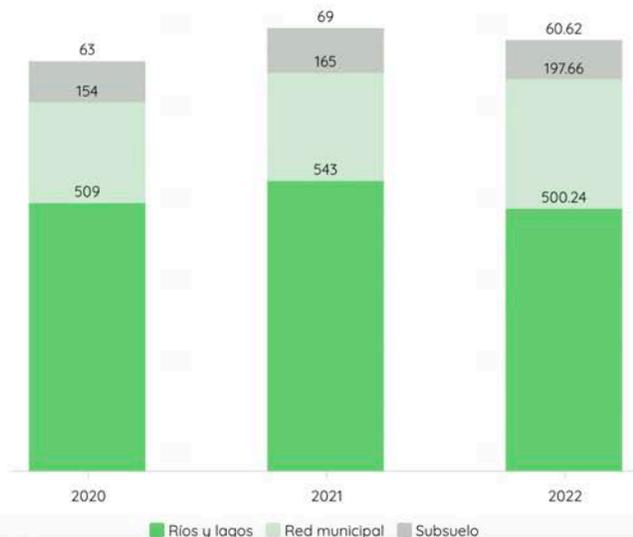
A partir de 2022, las cifras absolutas se expresan con dos puntos decimales, de acuerdo a los estándares de reporte para el Bono Vinculado a Sostenibilidad.

A partir de 2022, las cifras absolutas se expresan con dos puntos decimales, de acuerdo a los estándares de reporte para el Bono Vinculado a Sostenibilidad.

Descarga de agua

GRI 303-5

El volumen total de descargas de agua **disminuyó 2.4%** en m³ absolutos respecto a 2021, debido a un menor consumo de agua en nuestras operaciones.



Cada instalación cuenta con un sistema de tratamiento, el cual se planea y diseña conforme a las características de la descarga de agua residual y en función del cumplimiento de las normas de descarga que aplican para cada instalación.

Todos nuestros sistemas de tratamiento consideran las siguientes etapas: pre-tratamiento, tratamiento primario, tratamiento secundario, biológico y tratamiento terciario simple.

Captación de agua pluvial

IP-4

El volumen de aguas pluviales captadas y almacenadas anualmente es de **76 megalitros**, correspondientes a la capacidad máxima instalada en el Complejo Duque de Herdez, Planta México y Cedis México. Este recurso hídrico lo utilizamos para el riego de jardines.

AGRICULTURA SUSTENTABLE Y PROVEEDORES



Programa de Agricultura Sustentable y Regenerativa

IP-6 Sustentabilidad Agrícola

Con el propósito de obtener materias primas de calidad, procurando la conservación del medio ambiente, a través del Programa de Agricultura Sustentable **orientamos, capacitamos, supervisamos y damos seguimiento a las prácticas de producción de nuestros proveedores agrícolas** de materias primas frescas, especialmente en relación a las zonas o áreas protegidas, el uso eficiente del agua, la conservación del suelo y la limpieza del aire, para obtener materias primas sin residuos químicos.

Entre las materias primas perecederas que consumimos están el tomate rojo, tomate verde, chiles, cilantro, cebolla, nopal y té (limón, manzanilla y hierbabuena) así como las materias primas no perecederas y/o manufacturadas como el maíz, sémola, miel, fresa, etc.

Resultados del programa de Capacitaciones sobre Buenas Prácticas Agrícolas



MATERIALES Y RESIDUOS

GRI 306-3 y 2-6

En 2022 se consumieron materiales en 3 categorías: materias primas agrícolas, materias primas no perecederas y material de empaque (no renovable y renovable).

El **93.5%** de los proveedores de materias primas son nacionales.

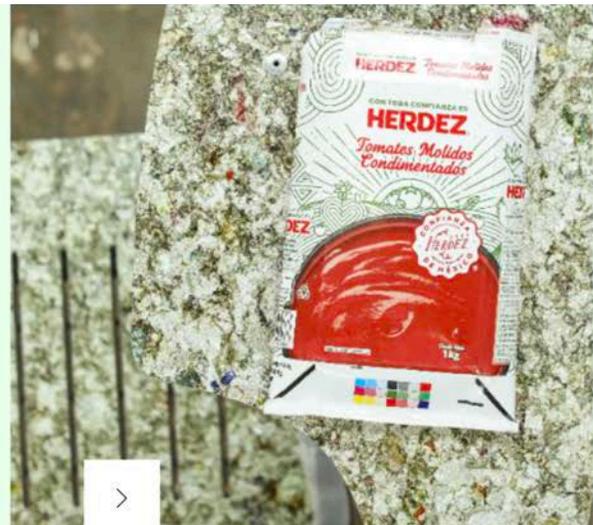
El **10.25%** del material total adquirido es reciclado: cartón corrugado en cajillas, cajas y charolas.

Este año disminuimos **3.0%** la generación de residuos peligrosos y no peligrosos con respecto al año pasado. El **84.3%** de estos residuos fueron reciclados



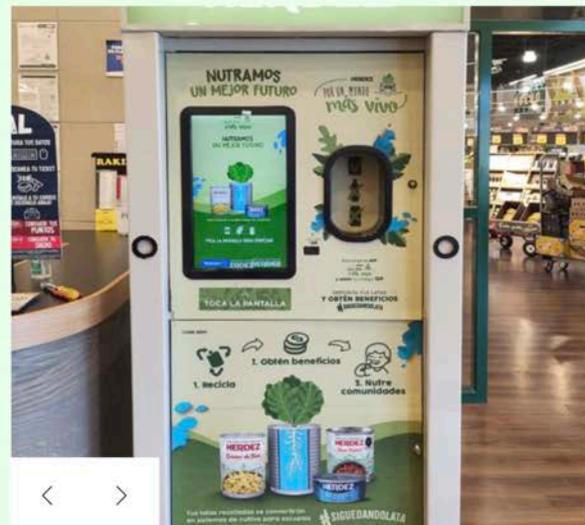
Por un futuro brillante

A través de la plataforma de Por Un Mundo Más Vivo® recolectamos 54,078 envases de Tetrapak® (equivalentes a 1.7 Tn de material) con los que se elaboraron y donaron **30 pupitres, un escritorio y una silla de material reciclado**, para la Escuela Secundaria de la Comunidad Santa Elena en Comanja de Corona (Lagos de Moreno, Jalisco).



Recicla la lata

Este año recuperamos y reciclamos 2.4 Tn de **hojalata** que se utilizó para la fabricación de sistemas de cultivos, con los que fomentamos la sustentabilidad en escuelas de comunidades rurales.

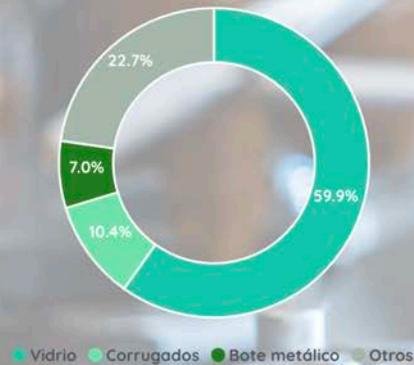


Limpieza de playas

En este año retomamos la iniciativa de limpieza de playas logrando la participación de: **875 voluntarios**, para limpiar **8 playas**, recuperar **2,900 kg de basura**, **+7,000 colillas** y **49 Tn de sargazo** que se transformarán en fertilizante orgánico.



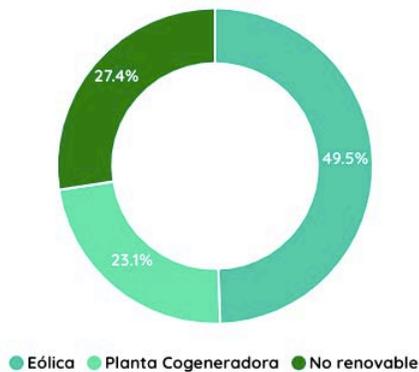
120,729 Tn de materiales reciclables y/o reutilizables en nuestros empaques



ENERGÍA

IP-10

Para este año, logramos incrementar el consumo energético proveniente de fuentes limpias así como el consumo de energía eólica.



72.6% de la energía proviene de fuentes limpias

La reducción de consumo energético lograda a partir de las iniciativas de conservación y eficiencia fue de **41,010.91 GJ**, comparada contra el consumo 2021.

Esto incluye energía de combustibles (gas natural, diesel, gas LP y combustóleo) y energía eléctrica.

GRI 302-3

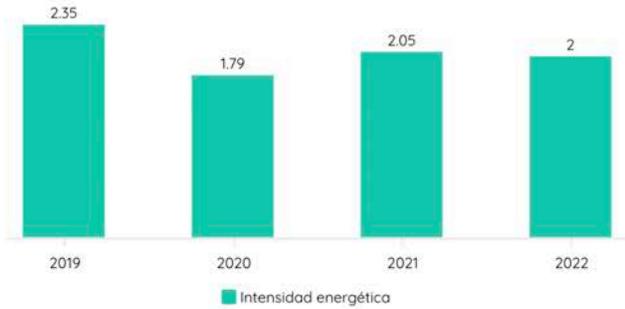
El ratio de la intensidad energética de Grupo Herdez es de **2.00 GJ/Tn producida**, una reducción del 2.5% en comparación con 2021.

GRI 302-1 y 302-4 SASB FB-PF-130a.1

El consumo total de todos los energéticos fue de **1,210,504 GJ**, incluyendo combustibles y energía eléctrica.

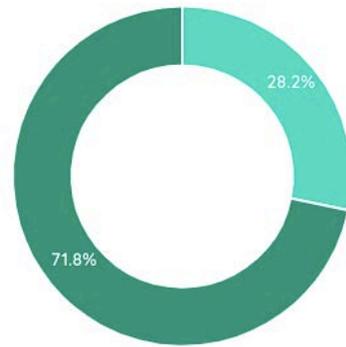
INTENSIDAD ENERGÉTICA

(GJ/Tn)



CONSUMO ENERGÉTICO

(GJ)



● Electricidad: 341,106 GJ ● Combustible: 869,397 GJ

EMISIONES

4,036 Tn
de CO₂e

-5.0%
en emisiones
de alcance 1

-21.3%
en emisiones
alcance 2

Cifras comparadas contra el año anterior.
GEI= Gases de Efecto Invernadero



36
comunidades
beneficiadas
por Saber Nutrir®

1,851.9 Tn
alimento donado
por Fundación Herdez

**IMPACTO
SOCIAL**

Inversión social
4.0% utilidad
neta

COLABORADORES

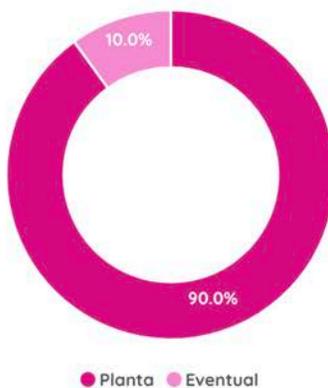
GRI 401-1,401-5

En Grupo Herdez buscamos formas de impulsar las mejores condiciones laborales para nuestros colaboradores, respetamos su dignidad y con cada uno de los programas que implementamos garantizamos sus derechos humanos en un marco de igualdad y así, promovemos el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible.

Colaboradores por ubicación

Región	Total	Porcentaje
Oficinas Corporativas	1,356	12.8%
Planta	4,050	38.3%
Cedis	764	7.2%
Tiendas	1,999	18.9%
Rutas de Ventas	2,418	22.8%
Total	10,587	100.0%

Colaboradores por contrato



10,587 personas
conforman
nuestro equipo
de
colaboradores.

Colaboradores por categoría laboral y género

Categoría laboral	Hombre	Hombre (%)	Mujer	Mujer (%)
Operativo	5,029	82.7%	3,778	83.8%
Operativo-Normativo	766	12.6%	575	12.8%
Táctico	199	3.3%	126	2.8%
Estratégico	84	1.4%	30	0.7%
Total	6,078	100%	4,509	100%
		57.4%		42.6%



En 2022, **3,236** nuevos colaboradores se integraron a nuestro equipo

Tasa de rotación en 2022 del **18.0%**

Bienestar laboral

GRI 403-1, IP-5

El área de **Control Ambiental, Seguridad e Higiene (CASH)** mantiene la cultura de prevención, cuidando la integridad de las personas y garantizando la continuidad del negocio.

En nuestras áreas operativas, contamos con recorridos a cargo del personal de servicio médico, donde buscamos identificar alguna condición insegura y prevenir todo tipo de accidentes.

*Los datos aquí presentados no incluyen al personal de ruta de ventas

Redujimos en **9.8%** los días perdidos por accidentes *



Certificación ISO 45001 Salud y seguridad en el trabajo

Nuestra planta Helados, ubicada en Lagos de Moreno, Jalisco, obtuvo la certificación ISO 45001. Esta certificación avala los estándares del sistema de prevención de accidentes y lesiones laborales, así como la cultura de prevención y control de riesgos en el personal de planta, tanto en el ámbito de seguridad como en el de salud ocupacional.

Plato del Buen Vivir

Implementamos una campaña de bienestar integral para promover hábitos saludables en nuestros colaboradores en tres dimensiones (salud física, salud mental y salud financiera), a través de talleres, pláticas y retos.

SALUD FINANCIERA

+470

participantes
en pláticas y talleres

+24 horas
de capacitación

16 localidades

SALUD MENTAL

+100

participantes
en círculo positivo

+20

colaboradores
en taller de
meditación



SALUD FÍSICA

+200

colaboradores
registraron su índice
de condición física

+240

colaboradores
realizaron el reto
10,000 pasos

Diversidad e inclusión

GRI 401-1, 405-1

En Grupo Herdez tenemos un firme compromiso con la igualdad de género y con promover el crecimiento económico, inclusivo y sustentable.

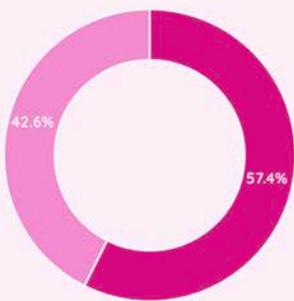
Contamos con una [Política de Equidad de Género](#) desde 2012, donde reflejamos nuestro compromiso con fomentar un entorno incluyente y diverso, en el que todos los colaboradores y colaboradoras se sientan incluidos, respetados y empoderados para tomar decisiones.

Dentro de nuestros seis objetivos de la Estrategia de Sustentabilidad está incluido el **Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 05: Igualdad de Género**.

Colaboradores por categoría laboral y edad

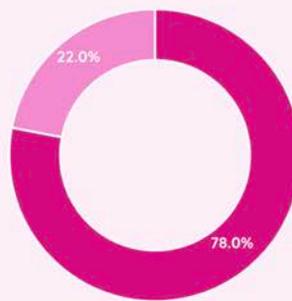
Año	Categoría laboral	<30		30-50		>50	
		Total	Porcentaje (%)	Total	Porcentaje (%)	Total	Porcentaje (%)
2022	Operativo	3,567	91.8%	4,325	77.5%	915	81.8%
	Operativo-Normativo	297	7.6%	932	16.7%	112	10.0%
	Táctico	20	0.5%	248	4.4%	57	5.1%
	Estratégico	0	0.0%	79	1.4%	35	3.1%
	Total	3,884	100%	5,584	100%	1,119	100%
	Porcentaje sobre el total de la plantilla		37%		53%		11%

Colaboradores por género



● Hombres ● Mujeres

Diversidad en el Consejo de Administración



● Hombres ● Mujeres

15 colaboradores con discapacidad en el equipo del Complejo Duque de Herdez, San Luis Potosí.

In support of

WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES

Established by UN Women and the UN Global Compact Office

Compromiso con los Principios de Empoderamiento Femenino

Firmamos los [Principios para el Empoderamiento de las Mujeres \(WEPs\)](#) de las Naciones Unidas (ONU), que tienen el objetivo de impulsar a las empresas a promover la igualdad de género y empoderar a las mujeres en el lugar de trabajo, el mercado y en las comunidades a través de una metodología basada en 7 principios.

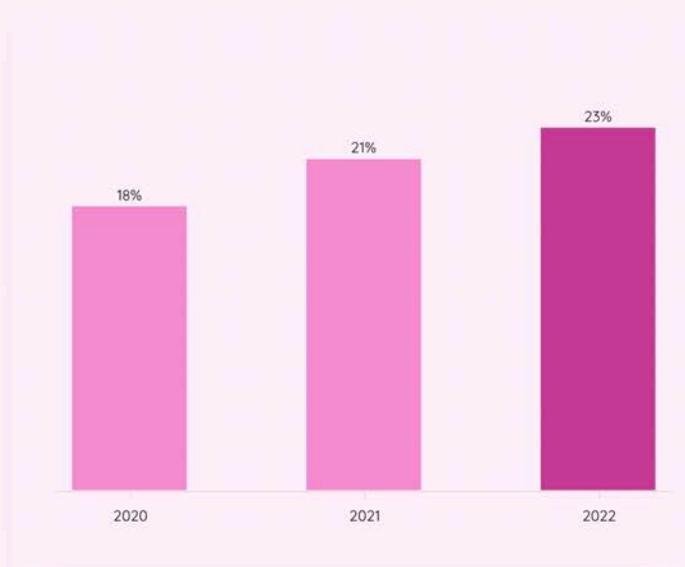
Semillero Nutrisa

IP-4, IP-2

Comprometidos con la participación económica de las mujeres, el programa Semillero Nutrisa tiene como objetivo capacitar e impulsar a emprendedoras en temas críticos para el crecimiento sostenido de sus empresas.

Cada generación ha observado un incremento en las ventas mensuales tras concluir el programa:

33 emprendedoras capacitadas en 3 años.



Capacitación

GRI 404-1, 205-2

Durante 2022 brindamos **261,982.47 horas de formación a nuestros colaboradores**, lo que equivale a una inversión de más de **\$14.5 MDP** en diversos programas de formación de competencias técnicas, normatividad y liderazgo, sostenibilidad entre otras, que fomentan el desarrollo personal y profesional de los colaboradores.

Año	Género	Personas	Horas	Horas promedio
2022	Hombre	6,079	147,122.33	24.20
	Mujer	4,508	114,860.14	25.47
	Total	10,587	261,982.47	24.74



+9,000
colaboradores
formados en
Código de
Ética, Legalidad
y/o Derechos
Humanos

El **3.2% (344)** de
los
colaboradores
tuvo algún tipo
de formación
en temas de
sostenibilidad

Formador de formadores

Más de **1,380 colaboradores** recibieron capacitación como formadores internos y/o mentores, quienes desarrollaron y fortalecieron diversas habilidades para transmitir sus conocimientos y experiencia a otros miembros de la organización.

Logramos compartir el conocimiento técnico e institucional en **más de 4,600 eventos formativos** a lo largo del año en los que se beneficiaron más de **7,000 colaboradores**.



Talento joven

28 aprendices participaron en las diferentes iniciativas, como prácticas profesionales y "Jóvenes Construyendo el Futuro" del Consejo Mexicano de Negocios (CMN), de los cuales **6 fueron contratados** en diferentes vacantes.

Obtuvimos **2 reconocimientos** por "Capacitación Integral de calidad" y "Compromiso con la red CCE-Talento Aplicado" otorgados por el CMN y la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

Adicionalmente, 3 jóvenes representaron a Grupo Herdez en los programas de Líderes en Movimiento Media Superior y Líderes en Movimiento Universitarios, los cuales son organizados por el CNM y el Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE).



Líderes Herdez

Más de 1,900 colaboradores han participado en alguno de los programas de *Harvard Business School*, **38% más** que el año anterior.

El objetivo de esta iniciativa es desarrollar las competencias y conocimientos necesarios para que los colaboradores del Grupo puedan crecer y avanzar en su carrera profesional.



Universidad Grupo Herdez

Se llevó a cabo el re-lanzamiento de la Universidad Grupo Herdez, ahora conformada por **8 Escuelas de Negocio** permiten brindar una oferta formativa diferenciada, según las necesidades de capacitación requeridas: Escuela Corporativa, Escuela de Operaciones, Escuela Abastecimiento, Escuela Comercial, Escuela Mercadeo, Escuela Helados, Escuela Impulso y Escuela para Proveedores.



5,457 colaboradores participaron
114,662 horas de capacitación en línea impartidas
285 recursos formativos digitales disponibles



8º lugar

Las 100 Empresas Más Responsables en el
Ámbito Interno y Social de MERCOSUR



Insignia 1%

Inversión Social de CEMEFI



Insignia

Inclusión Social de CEMEFI



COMUNIDAD

IP-2, IP-4, IP-3

Impulsamos la seguridad alimentaria de las comunidades donde operamos, para que todas las personas tengan acceso a alimentos suficientes, seguros y nutritivos para cubrir sus necesidades nutricionales, al tiempo que satisfacen sus preferencias culturales para una vida sana y activa.

La inversión social durante 2022 fue de **\$90.9 MDP**, lo que equivale al **4.0% de la utilidad neta**.

Esto incluyó las actividades realizadas por la Fundación Herdez, del programan de donación de alimentos, el programa Saber Nutrir® y otros proyectos del Grupo con un fin social, como el Programa Semillero Nutrisa®.

Pacto por la Comida

El Pacto por la Comida, **de la Red de Bancos de Alimentos de México (BAMX)** es un acuerdo voluntario que reúne a empresas y organizaciones a lo largo de la cadena de alimentos –desde los productores hasta los consumidores– para lograr que los sistemas de producción y consumo de alimentos y bebidas sean más sostenibles, y así evitar las Pérdidas y Desperdicio de Alimentos (PDA).

El proyecto tiene como objetivo contribuir a una reducción en 50.0% del PDA en México en los próximos 10 años, a través de la asesoría en los procesos de las empresas y organizaciones adheridas, para eficientar la gestión de los alimentos en la cadena de valor.



Nos comprometimos a mantener en menos del 1.0% de desperdicio de alimento en nuestra cadena de valor.

Reconocimiento Empresas Excepcionales

Grupo Herdez fue reconocida por segundo año consecutivo con una Práctica Excepcional en el certamen "Empresas Excepcionales", del Consejo de la Comunicación y el Instituto para el Fomento a la Calidad, en la categoría de aporte a los Objetivos del Desarrollo Sostenible por su estrategia de seguridad alimentaria.

Este reconocimiento se otorga a empresas e instituciones que han llevado a cabo prácticas sobresalientes con dimensión social, destacando la solidaridad, liderazgo e innovación.



EMPRESAS EXCEPCIONALES
Prácticas con Dimensión Social

FUNDACIÓN HERDEZ

Museo Galería
Nuestra Cocina Duque de Herdez

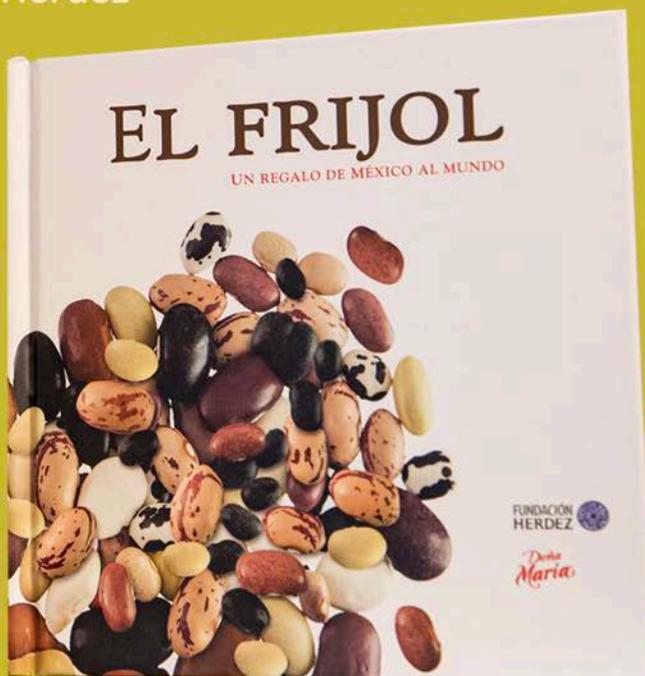
+3,000

visitas
en 2022

+1,000

capacitaciones
con eventos
académicos
y culturales

Nueva sede
Fundación Herdez
**Casa Doña
María Pons**
San Luis Potosí



25 aniversario
Biblioteca de la
Gastronomía Mexicana

7 mil

títulos disponibles
físicos

+50,000

visitas en
25 años

+700

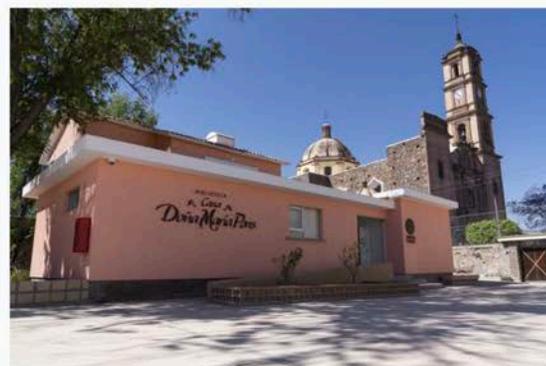
usuarios
atendidos
en 2022

Desde hace 35 años, **Fundación Herdez** tiene el objetivo de promover la investigación, la preservación, el rescate y difusión del rico patrimonio de la gastronomía mexicana, nuestra biodiversidad, así como nuestras tradiciones gastronómicas y los elementos que integran nuestra identidad nacional, así como el fortalecimiento de los procesos educativos y docentes con talleres que se llevan a cabo en el Centro de Interpretación.

Apertura Casa Doña María Pons

Celebramos la apertura de la nueva sede de Fundación Herdez en San Luis Potosí, también conocida como Casa "Doña María Pons", localizada en el Barrio de Tlaxcala, donde se ubicaba la primera fábrica de mole "Doña María".

Casa "Doña María Pons" ofrece una variedad de actividades educativas y culturales dirigidas a todas aquellas personas interesadas en aprender sobre gastronomía y la diversidad de la cocina mexicana, a través de un huerto educativo, una biblioteca gastronómica y la exposición "Doña María Pons Nicoux".





Exposición EL Cocinero Mexicano

Con motivo del 25 aniversario de la Biblioteca de la Gastronomía Mexicana, la Fundación elaboró y expuso una réplica casi exacta de El Cocinero Mexicano, el primer libro de cocina del México independiente, publicado en 1831.

Gracias a esta acción, los usuarios de la biblioteca ahora pueden acceder al texto como si se tratara del título auténtico sin poner en riesgo tan invaluable volumen que, debido a su valor y edad se encuentra resguardado en la Biblioteca.

SABER NUTRIR

\$5,577

ingreso mensual adicional por proyectos de comercialización

86%

de los proyectos productivos son liderados por mujeres

526

familias beneficiadas durante 2022

128

nuevos proyectos productivos

79

niños en el programa "Padrino Saber Nutrir"

Jalisco

inicio de operaciones

14%

de los niños se recuperaron de la desnutrición



Proyectos de comercialización

A través de **83 proyectos de comercialización** implementados entre 2019 y 2021, en comunidades mazahuas del Estado de México, se obtuvieron ganancias por un total de **\$5.1 MDP** en 2022, con las que se beneficiaron a **169 familias**.

Estos proyectos constan de invernaderos de fresa, jitomate, nopal, módulos para la producción de aves, borregos, cerdos, así como incubadoras de huevo.



Comunidad Santa Elena, Jalisco

Como parte de nuestro compromiso con impactar positivamente a las comunidades en las que operamos, **adoptamos a la comunidad de Santa Elena, en el municipio de Lagos de Moreno, Jalisco**, donde también se encuentra nuestra Planta de Helados Nestlé®.

Detectamos que esta localidad en particular, no cuenta con servicio de agua potable y drenaje. Por ello, capacitaremos a **20 familias** para la instalación de **20 huertos**; se instalarán **20 sistemas para la captación de agua de lluvia** y **20 sistemas de saneamiento** (purificador y biodigestor). También se realizará el monitoreo nutricional de **60 niños** menores de 12 años.



Banco de Germoplasma

Con el objetivo de preservar la biodiversidad de la región y asegurar la seguridad alimentaria, en el banco de semillas de la comunidad mazahua "El Huizache", Estado de México, resguardamos **425 muestras de semillas de 31 especies** de maíz, frijol, haba, girasol, quelite y chía.



Alimentación saludable

IP-3

A través de este programa impartimos consultas nutricionales para cambiar los hábitos de alimentación de los niños en las comunidades a las que impactamos, así como en nuestros colaboradores.

En 2022 impactamos:

14 escuelas primarias de Teolyucan y Zumpango, Estado de México

5,378 alumnos, con una valoración nutricional

1,265 consultas nutricionales a colaboradores



CONSUMIDORES

IP-9, GRI 416-1, 417-1

El área de Investigación y Desarrollo, es la encargada de asegurarse que nuestros productos se adapten a los diversos gustos y estilos de vida de nuestros consumidores.

El 100% del portafolio de productos, tanto nacional como exportación, son evaluados en materia de salud y seguridad, y se cuenta con auditorías externas para obtener la certificación en FSSC22K.

En el caso de México el etiquetado de nuestros productos se diseña conforme al:

- Reglamento de Control Sanitario de Productos.
- NOM-050-SCFI-2004: Información Comercial; el Etiquetado General de Productos.
- NOM-051-SCFI/SSA1-2010: Especificaciones Generales de Etiquetado para Alimentos y Bebidas no Alcohólicas Preenvasados- Información Comercial y Sanitaria.





GOBIERNO CORPORATIVO

22%

de mujeres en el Consejo de Administración

67%

de miembros independientes en el Consejo de Administración

15%

de mujeres en el equipo directivo



CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Patrimoniales Relacionados

Héctor Hernández-Pons Torres
Presidente (M) 1991
Mexicano

[in](#)

Enrique Hernández-Pons Torres
Vicepresidente (M) 1991
Mexicano

Flora Hernández-Pons Torres
(M) 2004
Mexicana

Independientes

Anasofía Sánchez Juárez Cardoze
(M) 2019
Mexicana

[in](#)

Enrique Castillo Sánchez-Mejorada
(EF) (M) 1992
Mexicano

Eduardo Ortiz Tirado Serrano
(M) 2003
Mexicano

José Roberto Danel Díaz
(EF) (M) 2003
Mexicano

Luis Rebollar Corona
(M) 2004
Mexicano

Michael Bernhard Jost
(EF) (M) 2019
Suizo

[in](#)

(M) Miembro desde
(EF) Experto Financiero



ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

Práctica Excepcional

en la categoría
"Aporte a los ODS" de
Empresas Excepcionales 2022



36 colaboradores

OBTUVIERON LA
CERTIFICACIÓN

de la International Association For
Sustainable Economy (IASE)

11° lugar

Las 100 Empresas
Más Responsables a
Nivel Ético y de Gobernanza
de Merco

8° lugar

Las 100 Empresas Más
Responsables en el Ámbito
Interno y Social de Merco



+1,000 horas

HORAS DE CAPACITACIÓN
EN SOSTENIBILIDAD
a través de la certificación
International Association For
Sustainable Economy (IASE)



Grupo Herdez tiene como propósito ser pasión, cultura y referente mundial de innovación en desarrollo sustentable.

Desde 2021, se creó el Comité de Sustentabilidad conformado por el Comité Directivo del Grupo. La Dirección Ejecutiva de Finanzas y Tecnologías de la Información tiene bajo su mandato la Dirección de Finanzas y Sustentabilidad y el área de Sustentabilidad Ambiental, que en conjunto con las áreas técnicas, complementan el equipo de colaboradores dedicados al logro de los objetivos de la estrategia de sustentabilidad del Grupo.

Alineados a las tendencias y referencias internacionales sobre los temas ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ASG), redefinimos los objetivos de sustentabilidad para el Grupo:

1. Lograr una gestión con criterios ASG.
2. Identificar y mitigar los riesgos potenciales sociales y ambientales de las operaciones.
3. Impulsar en nuestras marcas proyectos de innovación en sustentabilidad.

Nuestros PILARES DE SOSTENIBILIDAD

PERSONAS



COMUNIDAD



PLANETA



Contribuimos a 7 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas para el cumplimiento de la Agenda 2030:



Adhesión a la AGENDA GLOBAL

Formamos parte del Grupo de Trabajo “Clima y Salud” de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), para co-crear soluciones y compartir las mejores prácticas en los temas de cadena de suministro global, y comida sana y sostenible.



Formamos parte de la iniciativa CFO Coalition de Pacto Mundial, que tiene como objetivo impulsar el remodelamiento del futuro de las finanzas corporativas y la inversión como un catalizador para el crecimiento, la creación de valor y el impacto social.



ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

Los temas que incluye la estrategia de sustentabilidad buscan dar respuesta a las preocupaciones y expectativas de nuestros principales grupos de interés: **consumidores, colaboradores, proveedores, clientes y accionistas/inversionistas.**

Los temas críticos y estratégicos sobre los que el Grupo trabaja son:

Temas críticos

- Salud, seguridad y bienestar del consumidor
- Confianza y reputación de marca/s
- Innovación (productos y procesos)
- Envase y embalaje sustentable, reutilización y reciclaje

Temas estratégicos

- Crecimiento rentable en los mercados y sustentabilidad financiera
- Gestión del agua
- Consumo y eficiencia energética
- Ética y anticorrupción
- Salud, seguridad y bienestar ocupacional
- Condiciones y relaciones laborales
- Calidad y seguridad en la cadena de valor
- Transparencia en la información de productos y etiquetado
- Capacitación y desarrollo de carrera
- Cumplimiento legal
- Experiencia del consumidor

CALIFICACIONES ASG



MSCI ESG Ratings

Grupo Herdez recibió una calificación de A (en una escala de AAA-CCC).

Fecha de actualización: Marzo 2023.



Carbon Disclosure Project (CDP)

Bosques: C
 Productos de madera: C
 Aceite de palma: C
 Soja: C
 Agua: C
 Cambio climático: C

*C= Reconocemos y reportamos los riesgos, problemáticas y potenciales impactos ambientales
 Fecha de actualización: Diciembre 2022.



S&P Global ESG Score
 52 puntos.

Fecha de actualización: Septiembre 2022.



Gender-Equality Index Methodology – Bloomberg
 GEI Score 73.18

Fecha de actualización: Enero 2023.

CULTURA DE LA LEGALIDAD

12

políticas vigentes sobre Ética, Legalidad y/o Derechos Humanos

100%

de las denuncias en Línea CONFIANZA atendidas

31,469

horas de formación en Código de Ética, Legalidad y/o Derechos Humanos

CERO demandas

relacionadas con prácticas monopolísticas o desleales



Desde 2012, Grupo Herdez está adherido al Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Nos hemos comprometido a priorizar y trabajar para dar cumplimiento a sus 10 principios, dentro de los que se considera cumplir con un enfoque ético y de legalidad en colaboradores y socios estratégicos, además de trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno, asimismo, respetamos el derecho de negociación colectiva.

Nuestro Código de Ética es el conjunto de principios básicos y lineamientos de conducta aplicables a todos los que formamos parte del Grupo, incluyendo nuestra cadena de proveedores, por lo que es nuestra responsabilidad cumplirlo y hacerlo cumplir.

Nuestro mecanismo de asesoramiento de preocupaciones éticas es la Línea de la CONFIANZA, donde se puede solicitar asesoramiento sobre la conducta ética y jurídica, la integridad de la organización e informar sobre preocupaciones relacionadas con conductas no éticas o ilegales.

Línea: 800 CONFIANZA (800 266342692)

Correo: confianza@herdez.com

Consulta nuestros códigos y políticas en nuestra página web.



ACERCA DE ESTE INFORME

En Grupo Herdez comunicamos nuestro desempeño en materia social, ambiental y económica desde 2008.

Este informe se elabora en conformidad esencial con la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) versión GRI Standards, Mexicana de Valores, los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los Objetivos del Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas.

La información financiera está preparada de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y expresada en pesos, a menos que se especifique lo contrario.

El alcance de este Informe abarca desde el 1º de enero de 2022 hasta el 31 de diciembre del mismo año.

El informe se publica durante el primer semestre del 2023.

Si tienes alguna duda o comentario respecto al contenido de este reporte, puedes comunicarte a:

Oficinas Corporativas: Monte Pelvoux 215, Col. Lomas de Chapultepec,
Alcaldía Miguel Hidalgo, C.P. 11000. Ciudad de México, México.

Teléfono: +52(55) 5201-5655
Contactos:

- media@herdez.com – Comunicación Corporativa.
- invrel@herdez.com – Relación con Inversionistas