

Grupo Bafar 3T24 - Llamada de Resultados

Coordinadora: Buenos días a todos. Mi nombre es Leonor y seré quien coordine esta llamada. Les doy una cordial bienvenida a la conferencia trimestral de Grupo BAFAR correspondiente al tercer trimestre de 2024.

Quiero informarles que todos los participantes se encuentran silenciados para evitar cualquier interferencia de fondo. Después de las presentaciones de los ponentes, tendremos una sesión de preguntas y respuestas, y en ese momento les proporcionaremos las instrucciones para participar. Me complace informarles que el día martes 28 de octubre, Grupo BAFAR publicó sus resultados.

Si alguno de ustedes no ha recibido el reporte, les recomiendo que se pongan en contacto con el equipo de relación con inversionistas, quienes estarán encantados de enviarles la información. Quiero enfatizar que esta llamada está dirigida exclusivamente a inversionistas y analistas, por lo que no se tomarán preguntas de prensa y no se debería reportar sobre la llamada en medios de comunicación. Es importante mencionar que cualquier declaración a futuro realizada durante esta llamada trimestral está basada en la información disponible en este momento.

Les sugerimos revisar la declaración en el reporte trimestral para obtener más detalles sobre este tema. En este momento, contamos con la presencia de Luis Eduardo Ramírez, Director de Finanzas y Administración de Grupo BAFAR, y Luis Carlos Piñón, Contralor Corporativo de Grupo BAFAR, quienes compartirán los resultados de la compañía. Sin más preámbulo, les doy la palabra a Luis Eduardo y a Luis Carlos.

Adelante. Buenos días a todos y agradecemos su presencia en la conferencia de hoy y su interés en Grupo BAFAR. Muchas gracias.

Luis Eduardo Ramírez, CFO: Este trimestre se caracterizó por una creciente incertidumbre en los mercados y una volatilidad en el tipo de cambio, causada, entre otras cosas, por el cambio de gobierno en México y el paquete de reformas aprobadas por el Congreso. Además de esto, anticipamos que la volatilidad continuará debido a las próximas elecciones en nuestro país vecino a Estados Unidos. Esta situación ha provocado un aumento en los precios de las materias primas, causando también un incremento en nuestros costos de producción.

Sin embargo, hemos tomado algunas medidas para mitigar estos riesgos, realizando compras estratégicas que aseguran nuestra rentabilidad y continuidad. Entre las buenas noticias, el Banco de México y la Reserva Federal han recortado sus tasas de interés, lo que beneficia nuestros costos de financiamiento. Frente a estos desafíos y oportunidades, estamos listos para avanzar y aprovechar las circunstancias actuales.

Este periodo registramos un aumento del 8% en ingresos y un 14% en EBITDA en comparación con el tercer trimestre del 2023, fortaleciendo otra vez nuestra posición en el mercado. En la división de alimentos, nos enfocamos en impulsar el crecimiento de nuestra participación de mercado en Estados Unidos y aumentar la mezcla de productos de valor agregado. Esto impactó de manera positiva nuestras ventas netas, logrando un incremento

del 13.9%. La división inmobiliaria reportó ingresos totales de \$331.5 millones, lo que equivale a un aumento del 26.8% respecto al periodo anterior.

Impulsado por las rentas de nuevos contratos en cuanto al sector financiero, también cerramos el trimestre una cartera récord de \$3,668 millones y un notable crecimiento de los ingresos del 28%. Con estas cifras reafirmamos nuestro compromiso con el crecimiento sostenible y la adaptabilidad ante un entorno desafiante, manteniendo nuestra perspectiva optimista para el cierre del año. Lo que se refiere a alimentos, el volumen de ventas ha mostrado crecimiento sólido.

En comparación con el año anterior, las ventas netas del tercer trimestre alcanzaron los \$6,810 millones, representando un incremento del 13.9%. Este crecimiento se debe a un aumento del 5.9% en el volumen de ventas, resultado de una mayor participación en el mercado de productos de valor agregado, además del crecimiento significativo en Estados Unidos. También hemos observado mejoras en nuestros márgenes gracias a la optimización de nuestra mezcla de productos y la reducción de costos en nuestras materias primas. Nuestro EBITDA alcanzó los \$809 millones, con un incremento del 23% y un margen sobre ventas del 12%.

Durante el trimestre llevamos a cabo inversiones de capital por \$857.5 millones, concentradas en proyectos destinados a aumentar nuestras capacidades de producción, así como en la remodelación y construcción de nuevos puntos de venta. Lo cual impulsará el crecimiento de esta división para los próximos años. Igualmente, seguimos apostando a nuestra estrategia de digitalización en la búsqueda por modernizar nuestros procesos y optimizar la eficiencia operativa.

Finalmente, al cierre del tercer trimestre, la deuda bancaria neta se colocó en \$5,756 millones, con una razón de deuda neta a EBITDA de 1.8 veces. En la división inmobiliaria Fibra Nova, en el tercer trimestre logramos ingresos que superaron los \$331 millones. A lo largo de los últimos 12 meses, hemos alcanzado ingresos totales de \$1,216 millones, lo que representa un crecimiento de 15.8% en relación con los \$1,050 millones reportados al final del ejercicio 2023.

Además, el EBITDA se situó en \$300 millones, creciendo un 28% respecto al mismo periodo del año anterior y manteniendo un margen superior al 90%. El Flujo Libre de Operación, o FFO, también mostró un aumento del 22%, con un margen del 92%. Durante este trimestre, llevamos a cabo la emisión de poco más de \$132 millones de certificados, lo que nos permitió recaudar \$3,451 millones.

Estos recursos se destinaron a la reestructuración de pasivos bancarios y al financiamiento del desarrollo de nuevas naves industriales. Como resultado, la deuda bancaria al cierre del trimestre fue de \$5,003 millones de pesos, con un índice de apalancamiento del 23%. La reestructuración de la deuda nos permitió disminuir de manera importante el costo de financiamiento.

Sobre la división financiera, durante el trimestre alcanzamos una cifra récord, como lo comentaba en nuestra colocación y cartera, cerrando en \$3,668 millones. Este logro es resultado de nuestra estrategia comercial centrada en ofrecer soluciones de liquidez a pymes y proveedores.

En cuanto a los ingresos, registramos \$314 millones en el trimestre y \$726 millones en el acumulado del año, lo que representa un crecimiento del 28% en comparación con el tercer trimestre del 2023 y del 19% respecto al acumulado a septiembre del año anterior. La utilidad de operación creció un 11%, alcanzando los \$67 millones. A pesar del crecimiento acelerado, logramos reducir el índice de morosidad a 1.4%, esto gracias a nuevos procesos en el análisis de crédito y un monitoreo constante de nuestros clientes.

Finalmente, estabilizamos los sistemas de backend de nuestro nuevo producto B-Catch y ampliamos la prueba piloto a cinco ciudades más, con planes de lanzamiento nacional para el primer trimestre del próximo año. Los resultados de grupo en cuanto al trimestre, las ventas netas consolidadas alcanzaron \$7,115 millones, es un crecimiento del 14.8% en comparación con el tercer trimestre del año 2023. Este incremento se debe a un aumento, como lo mencionaba, principalmente en alimentos del 5.9% en el volumen de ventas y al crecimiento en productos de valor agregado, así como un importante crecimiento en nuestra división internacional o exportaciones.

El costo de ventas se registró en \$4,959 millones, presentando un incremento del 16.4% respecto al año anterior. Sin embargo, mantenemos un nivel estable en nuestras operaciones, con una utilidad bruta que muestra un incremento del 11.3%. Los gastos operativos ascendieron a \$1,305 millones, lo que representa un aumento solamente del 1.3% en relación al ingreso. Por otro lado, la utilidad de operación experimentó un notable incremento del 18.4%, alcanzando un total de \$851 millones.

Asimismo, el EBITDA creció 24.5%, llegando a \$1,069 millones en comparación con los \$859 millones del mismo periodo del año anterior. El margen EBITDA se situó en un 15%. Sobre nuestra situación financiera, el capital de trabajo, el ciclo de conversión de efectivos se posicionó en 41 días, en donde los días de cartera alcanzaron 23 días promedio, los días de inventario en 41 días promedio y los días de pago a proveedores se situaron en 23 días promedio.

Este incremento en el ciclo de conversión de efectivo se atribuye a un incremento de inventario del 15.7% en comparación con el tercer trimestre del 2023, resultado de compras estratégicas de materias primas realizadas durante el periodo, sobre todo para estabilizar y asegurar el costo de ventas. Finalmente, la deuda bancaria alcanzó los \$16,850 millones, de los cuales el 83% está en moneda extranjera, donde para ello contamos con una cobertura natural gracias a nuestros ingresos en dólares, lo que nos ayuda a mitigar el riesgo a cambiar. Es importante destacar que en el trimestre refinanciamos \$43 millones de pasivos de corto plazo a largo plazo.

Además, durante los primeros días de octubre se refinanciaron otros \$88 millones de dólares que también se mandaron a largo plazo. Esta operación nos proporciona una mayor flexibilidad, mayor liquidez y, sobre todo, una solvencia para nuestras estrategias de mediano y largo plazo. Sobre nuestras expectativas para este año, vemos un crecimiento en ventas alrededor del 11%, un crecimiento de nuestro EBITDA del 18%, un margen EBITDA entre el 17% y 18% y un CAPEX estimado de \$5,265 millones.

Y bueno, con esto concluyo mis comentarios. Muchas gracias a todos por escuchar. Ahora voy a devolver la llamada a la operadora para la sesión de preguntas y respuestas. Muchas gracias.

Coordinadora: Comenzaremos con la sesión de preguntas y respuestas. Si quieres hacer una pregunta, por favor da clic en el botón de alza la mano, ubicado en la parte inferior de la pantalla.

Si estás conectado vía telefónica, por favor marca asterisco 9. Les recuerdo que todas las líneas se encuentran silenciadas. Cuando sea tu turno para preguntar, se habilitará tu micrófono y podrás quitar el silencio para hacer tu pregunta. Haremos una pausa para preguntas.

Nuestra primera pregunta viene de Martín Lara. Por favor da tu nombre completo y nombre de tu compañía antes de preguntar.

Martín Lara: ¿Qué tal? Buenos días, Martín Lara de Miranda Global Research.

Felicidades por los resultados. Tengo varias preguntas. ¿Creen que el volumen de exportación del negocio de alimentos se mantenga en el cuarto trimestre o fue un volumen extraordinario en este trimestre? Y la otra es, en México el crecimiento del volumen también en alimentos fue un poco menor que en el segundo trimestre. ¿Podrían explicarnos este desempeño?

Luis Eduardo Ramírez, CFO: ¿Qué tal Martín? Me da mucho gusto saludarte. Igualmente. Mira, sí, sí creemos que vamos a mantener un crecimiento en el volumen y en las ventas de estados de exportación, tanto en este trimestre como en los próximos años.

Acompañado de dos cosas fundamentalmente, la estrategia, una estrategia donde estamos poniendo mucho énfasis en crecer, sobre todo en Estados Unidos, tanto en nuestro canal de productos de consumo como en tiendas propias. Y bueno, sí, sí te puedo decir que seguimos pensando y con lo que estamos ejecutando actualmente y con el plan que tenemos para, como te decía, para los próximos 24, 36 meses, que vamos a seguir viendo crecimientos muy relevantes en exportaciones en lo internacional. Y bueno, en México sí tuvimos el tipo de cambio, aún que nosotros nos adelantamos un poco y aseguramos mucho de las materias primas.

Con eso nuestro costo de ventas no se vio tan afectado como en algunas otras industrias o otras empresas de alimentos. Pero sin duda tuvo una repercusión en el consumo. Te puedo decir que consumo general, no? Entonces aún así, bueno, pues nuestro volumen sí creció contra el año anterior y creemos que está ya de alguna manera descontado donde vamos a estabilizar o se va a estabilizar el consumo para los próximos meses.

Sin duda, ahora con la elección de Estados Unidos, pues sí vemos que de cualquier manera va a haber un poco de incertidumbre de aquí al cierre de año, a lo mejor inclusive el primer mes del 2025. Pero bueno, creemos que ya no va a tener el impacto que tuvimos estas últimas tres, cuatro semanas con una devaluación realmente sensible.

Martín Lara: Ok, muchas gracias y una última pregunta, ¿en cuánto quedó el porcentaje de certificados que tienen de Fibra Nova?

Luis Eduardo Ramírez, CFO: Quedó alrededor del 76, 77 por ciento.

Martín Lara: Perfecto. Bueno, muchas gracias.

Luis Eduardo Ramírez, CFO: De nada, Martín.

Coordinadora: Nuestra siguiente pregunta viene de Andrés González. Por favor, da el nombre de tu compañía antes de preguntar.

Andrés González: Hola, ¿qué tal? Muy buenos días. Soy Andrés de Apalache Research. Muchas gracias por la llamada y felicidades por los resultados.

Tengo dos preguntas. La primera sería sobre si están planeando nuevas alianzas o adquisiciones para reforzar su presencia en el mercado estadounidense. Y la segunda, ¿cuál es su expectativa en cuanto a volumen e ingresos sobre los convenios con Costco y 7-Eleven?

Luis Eduardo Ramírez, CFO: ¿Qué tal, Andrés? Me agrada mucho saludarte.

Mira, sí, realmente nosotros ahorita en todo lo que es Estados Unidos estamos, como le comentaba también a Martín, ejecutando una estrategia orgánica que viene, pues, en distribuir y atender mucho más autoservicio hispano, en incrementar nuestra presencia de puntos de venta o tiendas propias en la franja fronteriza, en mandar más productos de valor agregado hecho en México y comercializado en nuestras tiendas propias. Pero, sin duda, seguimos ahorita analizando. Hemos tenido algunos prospectos, este, hoy por hoy, pues, siguen aquí en el pipeline y que estamos, pues, en ese proceso de análisis.

Como bien sabes, pues, cualquiera adquisición o alianza, pues, es, lleva un tiempo, ¿no? Y con ciertas complicaciones por el mismo proceso. Sí quisiéramos que pudiéramos concretar algo en el tiempo. No estamos ahorita en ninguna de estas como cerca para que se cerraran en los próximos tres, seis meses.

Pero, bueno, sí creemos que estamos aquí con los análisis pertinentes de varias alternativas y ojalá alguna de ellas en el tiempo se pudiera materializar. Entonces, a lo mejor no quise como redundar, pero sí estamos viendo la posibilidad de hacer alguna adquisición y, pues, estamos en eso, ¿no? Independientemente, seguimos ejecutando nuestro plan orgánico para seguir creciendo en Estados Unidos. Y, bueno, pues, mira, el Costco y 7-Eleven, pues, nosotros lo vemos, son dos formatos totalmente diferentes.

Uno de conveniencia y uno, pues, más high-end, porque ya no le podemos decir de superprecio. Realmente Costco tiene un modelo muy diferente. Nosotros en los dos, son nuestros clientes, en los dos seguimos empujando para establecer nuevos productos de mucho más valor agregado, ya no sé, practicidad en 7-Eleven, rapidez y disponibilidad y bueno, y en Costco, pues, precio, digamos, así una relación precio-beneficio, ¿no?, para los consumidores finales de Costco. Yo creo que van a seguir incrementándose los volúmenes en esos dos formatos y nosotros queremos seguir siendo, pues, un proveedor importante

para ellos. Entonces, sí vemos que, en el tiempo, sin duda, van a seguir creciendo y ojalá que nosotros ahí con ellos, ¿no?

Andrés Gonzáles: Perfecto, muchas gracias y nuevamente felicidades.

Luis Eduardo Ramírez, CFO: No, hombre, gracias, Andrés.

Coordinadora: Pausaremos para esperar preguntas adicionales. No hemos recibido ninguna pregunta adicional, así que eso concluye nuestra sesión de preguntas y respuestas. Muchas gracias. Me gustaría ceder la palabra a Luis Eduardo Ramírez para sus comentarios de conclusión.

Luis Eduardo Ramírez, CFO: Muchas gracias, pues nada, solamente agradecerles a todos por acompañarnos el día de hoy. Pueden inscribirnos si tienen alguna duda adicional y, bueno, pues apreciamos mucho su interés en Grupo BAFAR y esperamos hablar con ustedes próximamente. Venga, un buen día y muchas gracias.

Coordinadora: Eso concluye la llamada trimestral. Pueden desconectarse ahora.