

Operaciones

En el 1T16, Sigma vendió 400,100 toneladas de productos alimenticios, 1% menos que en 1T15. Los precios promedio de venta de Sigma en dólares disminuyeron 5% vs. el 1T15, debido principalmente a la apreciación del dólar vs. el peso mexicano y el euro. Sin embargo, excluyendo dicho efecto cambiario, los precios promedio aumentaron 5%.

Resultados financieros

Los ingresos de Sigma en el 1T16 sumaron U.S. \$1,354 millones, 6% menos año vs. año. Esto se debió básicamente a la apreciación del dólar, que aumentó 21% y 3% año vs. año contra el peso y el euro, respectivamente. Exceptuando dicho efecto cambiario, los ingresos de Sigma hubiesen aumentado 5%. Las ventas en México representaron el 42% del total, mientras que Europa fue 36%, EE.UU. 15% y América Latina 7%. La Utilidad de Operación y el Flujo ascendieron a U.S. \$118 millones y U.S. \$163 millones, aumentos de 2% y cero año vs. año, respectivamente. El crecimiento en la utilidad de operación vino principalmente de las operaciones de Europa y América Latina. Excluyendo el efecto de la apreciación del dólar, el Flujo hubiese crecido 13% año vs. año.

Inversiones en activo fijo y adquisiciones; deuda neta

Durante el 1T16, las inversiones en activo fijo fueron de U.S. \$40 millones. Esto incluye un desembolso de U.S. \$17 millones correspondientes a la inversión inicial para la reconstrucción de la planta de Burgos, España. Los recursos restantes fueron invertidos en activos en varias instalaciones y otros proyectos.

Al cierre del 1T16 la deuda neta fue de U.S. \$1,955 millones, cifra superior en U.S. \$180 millones a la del 1T15, resultado de las adquisiciones realizadas durante 2015 (37% restante de la CFG y Ecarini) y pago de dividendos. La Deuda Neta de Caja a Flujo fue 2.2 veces y la Cobertura de Intereses, 8.9 veces, razones que se comparan favorablemente con las registradas en el 1T15, que fueron de 2.6 y 5.6 veces, respectivamente.

Comentarios sobre la industria

En México, el índice de confianza del consumidor mostró una disminución en comparación con el 4T15 y fue ligeramente inferior que el del 1T15. De acuerdo a la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), las ventas mismas tiendas en pesos nominales subieron 7% año vs. año, porcentaje superior al aumento de 6% año vs. el 4T15.

En los EE.UU., la confianza del consumidor se mantuvo sólida en el 1T16, aunque fue menor que la del 1T15. Por otra parte, las ventas de alimentos al menudeo han permanecido estables en los últimos tres trimestres. Finalmente, el índice de confianza del consumidor europeo disminuyó durante 1T16. Con respecto a materias primas, en el 1T16, los precios en dólares de las materias primas clave para los productos de Sigma permanecieron por debajo de los niveles del 1T15. Específicamente, los precios de carne de cerdo disminuyeron aproximadamente 5%, mientras que de muslos de pavo y leche fueron 25% y 29% inferiores, respectivamente. Los precios de pechuga de pavo fueron 30% menores que los del 4T15, pero permanecieron 29% arriba de los del 1T15. A pesar de los menores precios de las principales materias primas ya comentados, la apreciación del dólar vs. el peso mexicano continuó neutralizando las reducciones de costos de la mayoría de los productores mexicanos de alimentos, debido a que la mayoría de sus insumos provienen de los EE.UU.

TABLA 1 | CAMBIOS EN VOLUMEN Y PRECIOS (%)

	1T16 vs.	
	4T15	1T15
Volumen Total	(2.1)	(0.6)
Precios Promedio en Dólares	(6.7)	(5.3)

TABLA 2 | INFORMACION FINANCIERA SELECCIONADA (MILLONES DE DÓLARES)

	1T16	4T15	1T15	(% 1T16 VS.)	
				4T15	1T15
Ventas	1,354	1,482	1,440	(9)	(6)
Utilidad de Operación	118	237	115	(50)	2
Flujo de Efectivo	163	287	162	(43)	-

TABLA 3 | BALANCE GENERAL E INDICADORES FINANCIEROS (MILLONES DE DÓLARES)

	1T16	4T15	1T15
Activos Totales	4,977	4,858	5,127
Pasivo Total	4,028	4,024	4,134
Capital Contable	949	834	993
Capital Contable Mayoritario	918	805	786
Deuda Neta	1,955	1,925	1,775
Deuda Neta/Flujo*	2.2	2.2	2.6
Cobertura de Intereses*	8.9	8.5	5.6

* Veces: UDM = últimos 12 meses

JOSÉ VIVANCO

jvivanco@sigma-alimentos.com

GERARDO GUERRA

gguerraq@sigma-alimentos.com

