Grupo Bafar 4T24 - Llamada de Resultados

Operadora: 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 cuarto 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 18 de febrero, 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 Carlos Piñón, controlador corporativo de Grupo BAFAR, quien compartirá los resultados de la compañía. Sin más preámbulo, le doy la palabra a Luis Carlos. Adelante.

Luis Carlos Piñón, Contralor: Hola, buenos días a todos. Agradecemos su presencia en la conferencia de hoy y su interés en Grupo BAFAR. Pues este 2024 fue un año de cambios y desafíos, pero también de crecimiento para Grupo BAFAR.

Nos adaptamos a un entorno económico dinámico impulsado por la tendencia a la baja de las tasas de referencia y una reducción en la inflación. Para nosotros, este año presentó logros importantes y una consolidación estratégica. Los esfuerzos en modernización y digitalización empezaron a dar frutos, fortaleciendo nuestras unidades de negocio y generando un crecimiento sólido.

Alcanzamos ingresos por poco más de 28.491 millones de pesos. Esto representó un 11% más que el año anterior. También mejoramos nuestra eficiencia operativa con una utilidad de operación de 4,354 millones, mostrando un crecimiento del 17% y un EBITDA que creció un 18%, llegando a 5,207 millones de pesos.

Estos resultados reflejan nuestro compromiso con la rentabilidad y la mejora continua, cerrando el año con una utilidad neta de 2,051 millones y una empresa más fuerte que nunca. En 2024 avanzamos con fuerza en nuestra transformación digital. Formalizamos una alianza estratégica con Google Cloud y Salesforce, con la cual fortalecemos la estrategia de digitalización que comenzamos ya hace algunos semestres.

En el sector Retail, implementamos tiendas inteligentes en la mayoría de nuestras sucursales y digitalizamos nuestra planta en varias líneas de producción, sumándose a

muchos otros procesos que ya veníamos automatizando en los periodos pasados. Seguimos incrementando nuestra presencia en el mercado de productos de valor agregado con las marcas Parma y Sabori, al tiempo que consolidamos nuestro liderazgo en el segmento de congelados y hamburguesas. Nuestros resultados financieros reflejan este crecimiento.

Las ventas consolidadas alcanzaron 27,268 millones de pesos, un 11% más que el año anterior, mientras que la utilidad operativa creció poco más de 16%, cerrando en 2.289 millones. Mientras que el EBITDA aumentó en 21%, alcanzando 3.290 millones, con un margen del 12%. Con ello, reforzamos nuestra expansión con inversiones de poco más de 2,000 millones de pesos enfocadas en la automatización de nuestros productos de valor agregado.

Incremento de capacidades de producción y nuevas aperturas de tiendas CarneMart. En cuanto a la deuda neta, cerramos el año con 5,859 millones de pesos para la división de alimentos. Como podrán ver, un sólido crecimiento en la división más grande del grupo.

Por otro lado, en cuanto a los resultados de Fibra Nova, cerramos el año con un portafolio compuesto por 123 propiedades y un total de 662,206 m2 de área bruta rentable, además de las 2,118 hectáreas de nuestro portafolio agroindustrial. Los ingresos totales de Fibra Nova en el año alcanzaron 1,288 millones de pesos, un crecimiento del 23% respecto al 2023, impulsado por nuevos contratos de arrendamiento y un tipo de cambio más favorable. Mientras que el EBITDA aumentó un 25%, alcanzando 1,203 millones de pesos con un margen superior al 90%.

Realizamos inversiones por poco más de 2,230 millones de pesos destinados a la construcción y desarrollo de los parques industriales en Chihuahua y Ciudad Juárez. Además, reforzamos nuestro compromiso con la construcción sostenible al lograr la certificación EDGE en 16 naves, abarcando más de 163,000 m2 de área certificada bajo la metodología EDGE. En cuanto a la deuda, cerramos el año con 4,750 millones de pesos, manteniendo nuestra razón de apalancamiento Loan-to-Value en 22%, la cual mejora significativamente en comparación al cierre del año anterior.

Estos resultados reflejan nuestra solidez financiera y el crecimiento sostenido de Fibra Nova en el sector inmobiliario. Por otra parte, la división financiera en 2024 cerró un año sobresaliente, manteniendo la tendencia positiva con un sólido crecimiento en la colocación y en la cartera. Estos ingresos se mantuvieron de forma creciente y con la morosidad por debajo del promedio de la industria, por lo que al cierre del año la colocación alcanzó poco más de 5,000 millones de pesos en cartera colocada, un 28% más que en 2023, impulsado principalmente por la colocación de créditos empresariales.

Como resultado, los ingresos anuales crecieron 23% respecto al año anterior, sumando esto 956 millones de pesos. Por otra parte, en el resto de las divisiones y ya consolidados como Grupo BAFAR, cerramos las ventas totales del grupo por poco más de 28,491 millones de pesos, un crecimiento del 11% respecto al 2023. Estos resultados consolidados fueron impulsados por la expansión de tiendas propias en la división de alimentos y una mayor participación en el mercado de autoconsumo en México y en Estados Unidos, mientras que Fibra Nova y la división financiera registraron crecimientos por arriba del 20%.

Por su parte, la utilidad bruta consolidada de Grupo BAFAR alcanzó 8,920 millones de pesos, un crecimiento de casi el 16% y un margen bruto del 31%. Mientras que EBITDA presentó un desempeño muy destacado, alcanzando los 5,207 millones de pesos, con un margen del 18%. Por último, la utilidad neta consolidada de Grupo BAFAR cerró en 2,051 millones de pesos, con un margen neto del 7%.

En resumen, estos resultados consolidados durante el 2024 estuvieron marcados por la expansión y un crecimiento sostenido en todas nuestras unidades de negocio y, a su vez, conservamos los márgenes de rentabilidad que históricamente nos han caracterizado. Por otra parte, en cuanto a la situación financiera de Grupo BAFAR, en términos de capital de trabajo, las cuentas por cobrar ascendieron a 1,938 millones de pesos que, pese a este incremento, los días promedio se situaron en 24 días, mientras que los inventarios aumentaron un poco más del 31%, alcanzando 2,382 millones de pesos, con un promedio de 42 días de rotación. Este incremento se da por algunas compras estratégicas de materias primas que llevamos a cabo, como respuesta ante el alza de algunos de los precios de los comodities.

Las cuentas por pagar a proveedores, por su parte, se situaron en 1,943 millones de pesos, con un promedio de 34 días, mejorando en 7 días en comparación al año pasado. Como consecuencia, el ciclo de conversión de efectivo cerró en 34 días, manteniéndose a un nivel muy similar al recortado al año pasado. En cuanto a las inversiones, destinamos en todo el grupo poco más de 4,811 millones de pesos, principalmente al desarrollo de las propiedades industriales de Fibra Nova, mientras que en la división de alimentos seguimos con la expansión de tiendas propias, remodelación de centros de distribución y modernización de tiendas y plantas.

También reforzamos la logística con nuevas rutas de distribución. Estas iniciativas fortalecen nuestra capacidad operativa para apuntalar el crecimiento en los próximos 5 años del grupo. A continuación, les platicaré cómo vemos las expectativas para este 2025.

Primeramente, estamos estimando tener ventas que crezcan poco más del 16%. El crecimiento en EBITDA estimamos que debe estar arriba del doble dígito. Estimamos crecer cercanos al 10%.

Y los márgenes de EBITDA estamos estimando que crezcan entre el 16 y el 17%. Por otra parte, estamos estimando realizar inversiones por más de 5 mil millones de pesos, siendo consistente en las últimas inversiones que hemos hecho en años pasados. Con esto concluyo mis comentarios.

Gracias a todos por escuchar. Y ahora voy a devolver la llamada a la operadora para la sesión de preguntas y respuestas.

Operadora: Comenzaremos con la sesión de preguntas y respuestas. Si quieres hacer una pregunta, por favor da clic en el botón de alzar 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 Carlos Alcaraz. Por favor da tu nombre completo y nombre de tu compañía antes de preguntar.

Carlos Alcaraz: Hola, ¿qué tal, Luis? Buen día, Carlos Alcaraz de Apalache. Muchas gracias por la llamada y felicidades por los resultados. Un par de preguntas.

La primera, referente a la situación de commodities que se está observando en Estados Unidos, principalmente en el pollo. Pues a ver cuál es su expectativa, digamos, para este 2025 en términos de volumen de ventas hacia ese mercado y hacia el mercado mexicano. Y en línea con esta primera pregunta, sería mi segunda pregunta, ¿no? Referente a su proyección de ventas para este 2025, ¿cuáles creen que serían los principales drivers para lograr ese crecimiento? ¿Sería un tema de volumen o un tema de precios, ya que hay buena absorción en el mercado? Gracias, Carlos.

Luis Carlos Piñón, Contralor: Mira, sí, con respecto a la primera pregunta de los commodities, como bien dices, hemos visto un incremento importante en los costos de, no solamente del pollo, sino de algunas otras materias primas que, adicionada al incremento del precio, el tema del tipo de cambio, como lo hemos visto ya desde el cuarto trimestre del año pasado y que ahorita en 2025, en estos primeros dos meses, seguimos continuando viendo esa tendencia del tema del tipo de cambio alto. Lo que estamos haciendo en Grupo Baja primordialmente es, y lo hemos explicado en otras ocasiones, buscar alternativas de compra en otros países. Estamos realizando fuertes importaciones de materias primas principalmente de Brasil.

Entonces, eso nos ha permitido poder seguir conservando nuestros márgenes de rentabilidad. Nuestra cadena logística se ha venido adaptando ya desde hace algunos años en poder migrar a los mercados donde la coyuntura nos dé mejor precio. Entonces, las capacidades de compra y logística que tiene el grupo actualmente, pues cuando el mercado de Norteamérica se complica, pues fácilmente podemos migrar a adquisiciones en Sudamérica.

En el caso de lo que preguntaba sobre los drivers de crecimiento, primordialmente estamos viendo que el crecimiento viene apalancado por el crecimiento en nuestros puntos de venta propios. Es la avenida que vemos que va a contribuir el mayor porcentaje al crecimiento. El otro es que nuestro incremento en la participación en el canal del detalle sigue siendo constante el crecimiento.

El tema del canal moderno lo estamos viendo que seguirá con el crecimiento que está reportando la industria. Sin embargo, un cambio importante en el tema del canal moderno es que el tema de los márgenes de rentabilidad los estamos viendo diferentes a lo que veíamos en años pasados. Uno por el incremento en costos de materias primas, pero también por la mezcla de productos que estamos vendiendo en el canal moderno, principalmente en productos de mayor valor agregado, que esperamos que el cambio en la mezcla nos permita seguir mejorando nuestros márgenes de rentabilidad.

Y por otra parte, pues como sabes, tenemos otras divisiones que en términos de ventas no son muy significativos, llámese Fibra Nova o la división financiera o inclusive la división agroindustrial con la venta de nuez. Si bien en volumen no son muy importantes, pero que como cada año van incrementando su participación en nuestro pay de ventas como grupo,

estos siguen creciendo y con un margen de rentabilidad por mucho más alto que puedan ser otros segmentos de negocio.

Carlos Alcaraz: Perfecto, muchas gracias Luis Carlos y felicidades nuevamente.

Operadora: Nuestra siguiente pregunta viene de Martín Lara. Por favor, da el nombre de tu compañero antes de preguntar.

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

Luis Carlos, muchas gracias por la llamada y felicidades por los resultados. Tengo varias preguntas. ¿Por qué cayó el volumen de alimentos en México en el trimestre y por qué subió en Estados Unidos? ¿Qué podemos esperar? Y la segunda es los gastos operativos bajaron 3%.

¿Esto incluyó el beneficio por evaluación de propiedades? Gracias Martín. Mira, sí, el volumen vimos y bueno, lo hemos estado platicando en trimestres pasados. El grupo tiene un fuerte interés en seguir creciendo su venta de exportación y su presencia en otros países.

El cambio de la mezcla de productos que vimos en el cuarto trimestre con el incremento tan fuerte en el tipo de cambio, más el cambio de mezcla de algunos commodities que ya lo platicaba, tuvieron un fuerte incremento de precio, nos hizo ser más competitivos en la venta de exportación. Entonces es por eso que se vio ese incremento que no veíamos en trimestres pasados. De manera más importante, tuvimos mayor venta principalmente en Estados Unidos y algunos otros países donde estamos exportando.

Mientras que en México vimos un poco la contracción en ciertos canales como el canal moderno, pero que precisamente este cambio mezcla nos generó una buena rentabilidad. ¿Cuál era tu otra pregunta, perdón Martín?

Martín Lara: Ah, lo de los gastos operativos que bajaron 3%. ¿Esto es porque revaluaron las propiedades de Fibra Nova o no está incluido ahí?

Mira, traemos varios efectos, uno es, efectivamente, viene incluida la revaluación de propiedades, pero principalmente traemos dos efectos. Hemos estado teniendo fuertes eficiencias en el tema de digitalización, el tema del incremento en precios tan importante en los commodities. Prácticamente realizamos eficiencias a nivel de gastos que tuvimos que hacer para contrarrestar los márgenes.

Por eso verás una eficiencia un poquito contra el año pasado. Y lo otro es que tenemos también algunos acuerdos comerciales con ciertos proveedores que precisamente al incrementar mucho el tema de productos de cierto valor agregado, nos genera ciertas eficiencias a nivel de costos y gastos que por parte de los acuerdos comerciales que tenemos, que muchos de ellos nos los transmiten las cadenas de autoservicio. Al igual manera nosotros lo transmitimos a nuestros proveedores.

Básicamente son esos tres efectos. Uno, las eficiencias por digitalización para poder mantener márgenes. El tema que ya lo platicaba de los acuerdos comerciales.

Y lo tercero, la revaluación de propiedades.

Martín Lara: Ok. Y una última. De acuerdo con el guidance, los ingresos crecen más que el EBITDA. O sea, hay un menor margen de EBITDA.

Luis Carlos Piñón, Contralor: Correcto. Sí, mira, lo platicaba ahorita. O sea, precisamente vemos que este año, si bien va a haber una inflación de precios importante, creemos que en parte por el incremento de materias primas y el tema del tipo de cambio, eso nos va a apretar los márgenes. Estamos viendo que sí va a ser un año de menores márgenes a lo que vimos en años pasados, por lo menos en los últimos dos años.

Por lo menos es como estamos viendo ahorita el inicio de año. Tenemos fuertes expectativas que precisamente las divisiones que ya lo comentaba, estamos viendo Fibra Nova con mejor perspectiva en este primer trimestre de lo que estimábamos. Estamos viendo que la edición financiera también está creciendo de manera importante.

Entonces creemos que el combinado de negocios pudiera hacer que este guidance mejorara en los siguientes meses.

Martín Lara: Perfecto. Muchas gracias, saludos.

Operadora: Haremos una pausa para preguntas. 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 Carlos para sus comentarios de conclusión.

Luis Carlos Piñón, Contralor: Pues muchas gracias por acompañarnos a la conferencia del día de hoy.

Pueden escribirnos si tienen alguna duda adicional. Apreciamos su interés en Grupo BAFAR y esperamos hablar con ustedes próximamente. Gracias.

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