

México, D. F. a 19 de Enero de 2012

Puntos sobresalientes:

- Record de ventas netas para un trimestre y año.
- 4 por ciento arriba en el trimestre y 2 por ciento arriba en el año.
- Incrementos en participaciones de mercado.
- Resultados financieros afectados por el alza de precio en insumos y la depreciación del peso.
- Inversión en CAPEX mayor a \$1,900 millones en los doce meses.
- Consejo de Administración autorizó adquisición de Evenflo.

RESULTADOS DE OPERACIÓN ACUMULADOS EN EL AÑO

Millones de pesos, excepto utilidad por acción

	Doce meses terminados el 31 de Diciembre de				
	<u>2011</u>	<u>%</u>	<u>2010</u>	<u>%</u>	<u>%</u> <u>Cambio</u>
VENTAS NETAS	26,732		26,197		2
UTILIDAD DE OPERACIÓN	6,378	24	6,881	26	(7)
UTILIDAD NETA	3,641	14	4,223	16	(14)
UTILIDAD POR ACCIÓN (Pesos)	3.44		3.95		(13)
EBITDA	7,614		8,071		(6)

El 2011 no fue un buen año en términos financieros. Se caracterizó por un ambiente económico que no acaba de recuperarse y por un consumidor cauteloso. Ante este entorno, incrementamos nuestros apoyos promocionales y mercadológicos y nos enfocamos en sostener los volúmenes de venta e incrementar las participaciones de mercado. Resentimos una muy importante inflación en los precios de las materias primas, el incremento de los energéticos y la fuerte depreciación del peso, lo que dio como resultado un decremento en la utilidad de operación y en la utilidad neta.

Logramos record histórico para las ventas netas de la compañía en un año; las mismas crecieron 2 por ciento, 1 por ciento por mayores volúmenes y 1 por ciento por mejores precios y mezcla de productos. A pesar de que la demanda continuó lenta, los volúmenes de productos al consumidor se sostuvieron y en varias categorías ganamos participación de mercado. Hubo categorías que tuvieron un muy buen desempeño, como es el caso de servilletas, higiénicos, toallitas húmedas y protección femenina. Las divisiones de professional y exportación mostraron importantes crecimientos en ventas.

Los impactos de los fuertes incrementos en los precios de algunos insumos se resintieron durante todo el año. Varios continúan en niveles muy altos, pero algunos ya empezaron a mostrar una tendencia a la baja. Sin embargo, los efectos de la depreciación del peso, que se aceleró en el segundo semestre del año, ha sido mucho mayor que algunas de las bajas en materias primas que hemos experimentado. Adicionalmente, el costo de energía

también tuvo incrementos importantes en el año. Ante este escenario, continuamos con nuestros esfuerzos internos en programas de reducción y contención de costos, pero éstos no fueron suficientes para compensar el total de los impactos sufridos. En perspectiva histórica en tiempos recientes, no habíamos sentido impactos tan fuertes sumados entre incrementos de precios históricos en los insumos y una devaluación que desde su punto más bajo en el 2011 a fin de año fue de más del 20 por ciento.

Durante el año, efectuamos importantes inversiones en el mercado con el objeto de incentivar la demanda e incrementar los volúmenes y la participación de mercado de nuestros principales productos. Aunque este objetivo se logró, los mayores costos y el incremento en inversión en publicidad y promoción dieron como resultado que la utilidad de operación fuera 7 por ciento menor que el año anterior.

La utilidad neta del año fue 14 por ciento menor, ya que, además de la disminución en la utilidad de operación, ésta se vio impactada negativamente por un mayor costo integral de financiamiento, producto de un mayor gasto financiero requerido para hacer frente a las nuevas inversiones y por el efecto de pérdidas cambiarias ocasionadas por la repentina, fuerte y desordenada depreciación del peso ocurrida en la segunda mitad del año.

Durante el año, generamos EBITDA por \$7,614 millones de pesos. Hemos invertido en los últimos doce meses \$2,625 millones de pesos (\$1,907 en activos fijos o CAPEX y \$718 en la recompra de acciones propias) y se pagó un dividendo a nuestros accionistas por \$3,606 millones de pesos.

Al 31 de diciembre de 2011 terminamos con efectivo por \$4,028 millones de pesos.

Durante los doce meses nuestra inversión en activos fijos (CAPEX) superó los \$1,900 millones de pesos que incluyen la adquisición de ciertos activos productivos que nos darán más capacidad de conversión de productos para el hogar. Dichos activos ya se encuentran integrados a nuestra plataforma productiva.

Bajo principios de contabilidad generalmente aceptados en Estados Unidos de Norteamérica (USGAAP), los resultados del año fueron como sigue: ventas netas 4 por ciento arriba; utilidad de operación menor en 4 por ciento y utilidad neta menor en 11 por ciento.

RESULTADOS DE OPERACIÓN DEL 4o. TRIMESTRE

Millones de pesos, excepto utilidad por acción

	Cuarto trimestre terminado el 31 de Diciembre de		
	<u>2011</u>	<u>2010</u>	<u>% CAMBIO</u>
VENTAS NETAS	\$7,132	\$6,867	4
UTILIDAD DE OPERACIÓN	1,611	1,823	(12)
UTILIDAD NETA	938	1,196	(22)
UTILIDAD POR ACCIÓN (Pesos)	0.89	1.12	(21)
EBITDA	1,901	2,089	(9)

Durante el cuarto trimestre continuamos con nuestra estrategia de incrementar el volumen y nuestras participaciones de mercado. Logramos record en ventas netas para el trimestre al crecer 4 por ciento frente al mismo periodo del año anterior y la estrategia está dando resultado ya que nuestro volumen de ventas creció 4 por ciento y las participaciones de mercado se sostuvieron y en varios casos se incrementaron. Sin embargo, debido al escenario adverso en costos y tipo de cambio antes descrito, más el incremento en el esfuerzo mercadológico y promocional, tuvimos una menor utilidad de operación y menor resultado neto.

La utilidad neta fue 22 por ciento menor que el año anterior, ya que además de la disminución en la utilidad de operación, ésta se vio impactada negativamente por el efecto de pérdidas cambiarias ocasionadas por la repentina, fuerte y desordenada depreciación del peso ocurrida en el trimestre.

Al 31 de diciembre de 2011, tal y como se ha revelado en los Estados Financieros, la Compañía cuenta con un instrumento financiero derivado que se utiliza para reducir los riesgos de los efectos de las variaciones en las tasas de interés. Independientemente del valor de mercado de este instrumento, su efecto en los Estados Financieros no sería material.

Programa de Recompra de Acciones

	<u>2011</u>	<u>2010</u>
Acciones Compradas en los doce meses	10,125,600	15,324,100

Por último, el Consejo de Administración aprobó, en su sesión del día martes 17 de enero, la compra del negocio de accesorios para alimentación de Evenflo Company Inc por una cantidad que equivale a un múltiplo de 8.9 veces EBITDA, que es menor al múltiplo actual de KCM. El cierre de la operación será el día 31 de enero y la misma será financiada con recursos propios. Esta adquisición va en línea con nuestra estrategia de buscar nuevas avenidas de crecimiento.

Kimberly-Clark de México se dedica a la manufactura y comercialización de productos desechables para el consumidor de uso diario dentro y fuera del hogar, como son: pañales y productos para bebé, toallas femeninas, productos para incontinencia, papel higiénico, servilletas, pañuelos, toallas para manos y cocina, toallitas húmedas y productos para el cuidado de la salud. Entre sus principales marcas se encuentran: Huggies®, KleenBebé®, Kleenex®, Kimlark®, Pétalo®, Cottonelle®, Depend® y Kotex®.