

RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE 2006

Verzatec, S.A. de C.V.

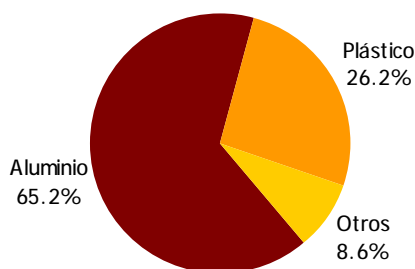
RESULTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

	Segundo Trimestre			Ene - Jun		
	2006	2005	Var. %	2006	2005	Var. %
Ventas	1,861	1,727	7.8%	3,502	3,176	10.3%
Nacional	877	824	6.4%	1,748	1,527	14.5%
Exportación	984	903	9.0%	1,754	1,649	6.4%
UAFIR	144	124	15.8%	237	199	19.1%
UAFIRDA	172	148	16.7%	293	249	17.7%
Margen de UAFIRDA	9.3%	8.5%		8.4%	7.8%	
Costo Integral de Financiamiento	45	(26)	-273.1%	49	(9)	-644.4%
Utilidad Neta Mayoritaria	41	91	-54.9%	100	128	-21.9%
Deuda Neta	1,059	1,380	-23.3%			

Las cifras están expresadas en millones de pesos del 30 de Junio del 2006

Las **ventas consolidadas** en el segundo trimestre fueron de \$1,861 con un aumento del 7.8% comparado contra el mismo trimestre del 2005, esto como resultado de un mayor crecimiento de los mercados en los que participa la compañía, el lanzamiento de nuevos productos y un adecuado manejo de precios para compensar el incremento de las principales materias primas además de que el segundo trimestre es de mayor actividad.

Las ventas por segmento tuvieron la siguiente participación en los resultados consolidados:



Las ventas en el mercado nacional se incrementaron en un 6.4% y las ventas en el mercado de exportación en un 9.0% comparado contra el mismo trimestre del 2005. El crecimiento en el mercado nacional es resultado del dinamismo que continúa observando la industria de la construcción la cual beneficia a los segmentos de aluminio y plástico.

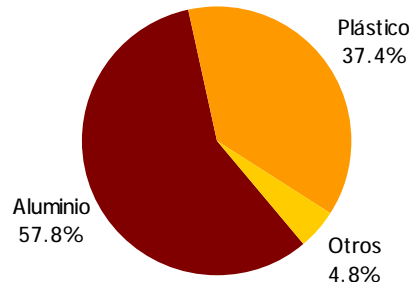


En el primer trimestre del 2006 el **costo de ventas** aumentó 7.9% comparado contra el mismo trimestre del 2005 para un total de \$1,522 a causa de un mayor costo registrado en el aluminio primario.

En el segundo trimestre del 2006 los **gastos operativos** como porcentaje de las ventas muestran una importante disminución al pasar de 11.2% en el 2005 a 10.5%.

La **Utilidad de Operación** en el segundo trimestre del 2006 creció un 16.1% contra el mismo trimestre del año anterior para un total de \$144. Durante este trimestre se tuvieron record históricos en diversas líneas productivas, como resultado de la eficiencia en la operación que se ha logrado gracias a la continuidad en la implementación de proyectos de Seis Sigma, Manufactura Esbelta y a la cultura de Mejora Continua.

El **flujo de operación (UAFIRDA)** fue de \$172 registrando un aumento del 16.7% en el segundo trimestre comparado contra el mismo trimestre del año anterior. El margen de UAFIRDA se incrementó de 8.5% registrado en el segundo trimestre del 2005 a 9.3% en el segundo trimestre del 2006. La participación por segmento de negocio en el UAFIRDA consolidado es la siguiente.



El **costo integral de financiamiento** fue de \$44.5 en el segundo trimestre del 2006 comparado contra \$26.6 registrado en el segundo trimestre del año anterior. Este cambio es resultado de pasar de una ganancia cambiaria de \$40.8 en el segundo trimestre del 2005 a una pérdida cambiaria de \$29.0 debido a la depreciación que mostró el tipo de cambio durante el período.

La **utilidad neta mayoritaria** registrada fue de \$41 mostrando una disminución del 54.9% en este trimestre comparada contra el mismo trimestre del año anterior debido al mayor costo integral de financiamiento.

La utilidad neta por acción en el segundo trimestre del 2006 fue de \$0.07. Al 30 de Junio del 2006 el número de acciones en circulación era de 560,031,158

Al finalizar el primer trimestre del 2006 la **deuda neta** se ubicó en \$1,059, una disminución del 23.3% comparada contra el mismo trimestre del 2005, la razón de deuda neta a UAFIRDA (últimos doce meses) fue de 1.8 veces y la **cobertura de intereses** de 7.6 veces.



SEGMENTOS DE NEGOCIO



ALUMINIO

Las ventas en el segmento de aluminio aumentaron un 7.6% en el segundo trimestre del 2006 respecto del mismo trimestre del 2005. Este incremento está apoyado por el dinamismo en el mercado doméstico cuyas ventas registraron un crecimiento del 8.5% respecto al año anterior.

En el mes de Marzo la empresa inauguró su Tienda Alutodo #28 en Chetumal, Quintana Roo.

Dentro del segundo trimestre se realizó el lanzamiento de dos productos con un alto valor agregado; La ventana Básica II enfocada el sector de interés medio y la Eurovent Premium la cual está dirigida al segmento alto del mercado.

El ventas de escaleras registraron un crecimiento del 6.3% en el segundo trimestre del 2006 al compararlo contra el mismo período del año anterior. Continúa destacándose el desempeño en el mercado nacional con un aumento del 12.1% y en el mercado de Centro América y el Caribe con un incremento del 24.3% respecto a lo logrado el año previo.

Durante el segundo trimestre la empresa logró niveles de producción récord en varias de sus plantas; fundición de lingote, escaleras, anodizado y herramientas para fabricación de perfiles de aluminio.

Se llevó a cabo una modernización en la planta de pintura Monterrey con el objetivo de incrementar la productividad. Se lograron además importantes avances en la reducción de costos en las plantas de perfiles y escaleras.

El UAFIRDA aumentó un 26.6% comparado contra el mismo trimestre del año anterior y el margen del UAFIRDA pasó de 7.6% en el segundo trimestre del 2005 a 9.0% en este trimestre. Lo anterior es resultado de mejoras en los costos de conversión e incrementos en la productividad a través de los sistemas de gestión de Mejora Continua. Esta mejora se da a pesar de que el precio internacional del aluminio primario, principal materia prima en este segmento, alcanzó un nuevo récord histórico siendo un 48.2% superior al nivel registrado durante el segundo trimestre del año anterior.

El monto de inversión de capital acumulado al segundo trimestre es de \$51 y representa un 44.5% del total que planea invertirse en el segmento durante el ejercicio 2006.

PANELES Y PRODUCTOS PLÁSTICOS



El segmento de paneles y productos plásticos reforzados con fibra de vidrio observó un crecimiento del 9.0% en ventas al compararlo con el segundo trimestre del 2005. Este incremento continúa siendo soportado por un crecimiento del 10.4% en las ventas en el mercado doméstico.

En los Estados Unidos se registró un crecimiento importante de 28.9% en el segmento carroceros, el cual la empresa considera de un muy alto potencial.

En el mercado Europeo se registró un incremento del 8.2% en ventas en relación al mismo período del 2005. Este crecimiento es resultado de la estrategia de acortar el canal de distribución y del reposicionamiento del producto acrílico principalmente en el mercado Español además de lograr una mayor penetración en otros países de Europa con paneles translúcidos de poliéster.

Durante el trimestre, la empresa firmó un acuerdo mediante el cual se distribuirán sus productos en la República de China.

El UAFIRDA aumentó 29.2% en el segundo trimestre del 2006 comparado con el mismo trimestre del año anterior. El margen del UAFIRDA aumentó de 12.1% en el segundo trimestre del 2005 a 14.4% en el segundo trimestre del 2006.

El incremento registrado en el UAFIRDA es resultado del enfoque de la empresa hacia productos de mayor valor agregado así como de mayores eficiencias operativas con la implementación de iniciativas de Mejora Continua.

El monto de inversión de capital acumulado al segundo trimestre es de \$15 y representa un 39.2% del total que planea invertirse en el segmento durante el ejercicio 2006.

OTROS



En el segmento de productos para infraestructura vial y transmisión de energía eléctrica se tuvo un crecimiento del 1.5% en las ventas del segundo trimestre respecto del período equivalente del 2005.

El incremento logrado en los productos del sector construcción (alcantarillas, defensas y señalamientos viales) fue compensado con un menor dinamismo en el segmento de torres de conducción eléctrica.

El UAFIRDA tuvo un incremento de un 19.5% en relación con el segundo trimestre del 2005.

Al cierre del mes de mayo, la empresa concluyó exitosamente su desinversión en el segmento de productos para empaque y sujeción de acero y plástico vendiendo su participación del 50% a la empresa Illinois Tool Works (ITW) con la cual Verzatec tuvo una sociedad en coinversión por espacio de 13 años. Con esta desinversión, Verzatec continúa avanzando en su estrategia de realineamiento de su portafolio de negocios.

El monto recibido por la desinversión en IMSA ITW se utilizó para pagar deuda.

Los resultados de IMSA ITW aparecen en los estados financieros de este trimestre como operaciones discontinuas.



El Lic. Felipe Muzquiz Ballesteros Director General de Verzatec comentó: "Al término de éste segundo trimestre del 2006 los resultados fueron mejores que lo planeado, no obstante el importante aumento no previsto en los costos de los energéticos y en las principales materias primas. Enfatizó que las estrategias de productos nuevos y diferenciados, un servicio superior al cliente y la cultura de Mejora Continua están dando los frutos que se esperaban".

Este informe contiene comentarios de resultados futuros los cuales están sujetos a variaciones e incertidumbre económica y de mercado que pudieran ocasionar que los resultados difieran a los esperados por la administración de la Compañía.

Relación con inversionistas: Lic. Heriberto G. Martínez de León
Tel. (81) 8305-8548
Mail: heriberto.martinez@verzatec.com





VERZATEC

VERZATEC, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADOS AL 30 DE JUNIO DE 2006 Y 2005
(Millones de pesos de poder adquisitivo del 30 de Junio de 2006)

ACTIVO	Junio	
	2006	2005
Circulante:		
Efectivo e Inversiones Temporales	449	39
Cuentas por Cobrar, Neto	1,187	1,084
Inventarios	1,527	1,388
Otros Activos Circulantes	489	316
Activo circulante por operaciones discontinuas		127
	<u>3,652</u>	<u>2,954</u>
Propiedades, Planta y Equipo, Neto	2,492	2,332
Otros Activos neto	84	54
Exceso del costo sobre el valor contable de las acciones	367	367
Activo Fijo por operaciones discontinuas		176
	<u>5,883</u>	<u>5,883</u>
ACTIVO TOTAL	6,595	5,883
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE		
Circulante:		
Porción circulante de la deuda de largo plazo	0	0
Préstamos Bancarios	1,496	98
Cuentas por pagar a Grupo Imsa	0	1,298
Proveedores	595	779
Anticipos de clientes	55	56
Otras cuentas por pagar y pasivos acumulados	328	221
Pasivo circulante por operaciones discontinuas	0	34
	<u>2,474</u>	<u>2,486</u>
Deuda a largo plazo	12	23
Impuestos diferidos	208	383
Otros pasivos a largo plazo	234	214
Pasivo a largo plazo por operaciones discontinuas	0	4
	<u>454</u>	<u>624</u>
TOTAL PASIVO	2,928	3,110
Capital contable:		
Capital social	505	505
Prima adicional de capital	528	528
Reserva para recompra de acciones	0	0
Utilidades retenidas	2,443	2,243
Insuficiencia en la actualización del capital contable	191	-503
Efecto inicial de impuestos diferidos	0	0
	<u>3,667</u>	<u>2,773</u>
Interés mayoritario	3,667	2,773
Interés minoritario	0	0
	<u>3,667</u>	<u>2,773</u>
TOTAL CAPITAL CONTABLE	3,667	2,773
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	6,595	5,883
	0	0
Deuda Total	1,508	1,419
Efectivo	449	39
Deuda Neta	1,059	1,380



VERZATEC

VERZATEC, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
ESTADO CONSOLIDADO DE RESULTADOS
ACUMULADOS AL TRIMESTRE
(MILLONES DE PESOS CONSTANTES AL CIERRE DE JUNIO 2006)

	Trimestre Jun-06	Trimestre Jun-05	Var. %	Acumulado Jun-06	Acumulado Jun-05
Ventas Netas	1,861	1,727	7.8%	3,502	3,176
Ventas nacionales	877	824	6.4%	1,748	1,527
Ventas en el extranjero	984	903	9.0%	1,754	1,649
Costo de Ventas	1,522	1,410	7.9%	2,876	2,600
Gastos de Operación	195	193	1.0%	389	377
Utilidad de Operación	144	124	16.1%	237	199
Gastos Financieros	15	22	-31.8%	35	42
Productos Financieros	-3	-4	-25.0%	-6	-8
Pérdida (Utilidad) Cambiaria	29	-41	-170.7%	22	-36
Ganancia por Posición Monetaria	4	-3	-233.3%	-2	-7
Costo Integral de Financiamiento	45	(26)	-273.1%	49	(9)
Otros Ingresos	2	7	-71.4%	8	9
Utilidad Antes de Impuestos	97	143	-32.2%	180	199
ISR	32	47	-31.9%	60	64
PTU	6	12	-50.0%	9	19
Utilidad antes de operación discontinua	59	84	-29.8%	111	116
Operación Discontinua	-18	7		-11	12
Utilidad Neta	41	91	-54.9%	100	128
Minoritario	0	0		0	0
Utilidad Neta Mayoritaria	41	91	-54.9%	100	128

VERZATEC, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
 ESTADOS CONSOLIDADOS DE CAMBIOS EN LA SITUACION FINANCIERA
 POR LOS SEIS MESES TERMINADOS AL 30 DE JUNIO DE 2006 Y 2005
 (Millones de pesos de poder adquisitivo del 30 de Junio 2006)

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
OPERACION:		
UTILIDAD NETA	100	128
PARTIDAS QUE NO REQUIRIERON (GENERARON)		
RECURSOS :		
Depreciaciones y amortizaciones	56	51
Impuesto sobre la renta diferido	10	8
Otros	<u>14</u>	<u>12</u>
	<u>180</u>	<u>199</u>
CAMBIOS EN ACTIVOS Y PASIVOS CIRCULANTES:		
Clientes	(174)	22
Inventarios	(124)	(43)
Otros activos circulantes	(24)	(41)
Proveedores	(59)	100
Anticipos de clientes	6	32
Otros cuentas por pagar y pasivos acumulados	<u>31</u>	<u>20</u>
	<u>(344)</u>	<u>90</u>
RECURSOS OBTENIDOS DE ACTIVIDADES DE OPERACION	<u>(164)</u>	<u>289</u>
FINANCIAMIENTO:		
Préstamos (pagos) bancarios a corto plazo	1,363	(31)
Préstamos (pagos) de deuda a largo plazo	1	23
Pago Afiliadas	(845)	135
Otros	<u>7</u>	<u>110</u>
RECURSOS OBTENIDOS DE ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	<u>526</u>	<u>237</u>
DESINVERSIONES (INVERSIONES):		
Adquisición de propiedades, planta y equipo	(229)	(573)
Otros Activos	(39)	62
Inversión en Acciones	<u>328</u>	<u>0</u>
RECURSOS (UTILIZADOS EN) OBTENIDOS DE ACTIVIDADES DE INVERSION	<u>60</u>	<u>(511)</u>
DISMINUCION EN EFECTIVO E INVERSIONES TEMPORALES	422	15
Efectivo e inversiones temporales al inicio del periodo	<u>27</u>	<u>24</u>
EFECTIVO E INVERSIONES TEMPORALES AL FINAL DEL PERIODO	<u>449</u>	<u>39</u>