

México, D.F., a 1 de Marzo de 2012

Señores Accionistas:

El año de 2011 se caracterizó por un muy difícil entorno en la economía mundial. Se intensificó el problema de la deuda soberana en la zona del euro, alcanzando a economías muy importantes y repercutiendo en los sistemas financieros tanto de la región como fuera de ésta. Ante la falta de crecimiento en Europa y la imposibilidad de alcanzar acuerdos políticos para estabilizar el funcionamiento de los mercados y retomar el rumbo del crecimiento, se deterioró la confianza de los consumidores y de las empresas a nivel global, lo que condujo a un debilitamiento de la actividad económica mundial.

A pesar de ello, Estados Unidos logró una modesta mejoría en su crecimiento, pero se vislumbra una lenta y paulatina recuperación, ya que persisten varios factores estructurales que siguen restringiendo un impulso económico más fuerte.

Por lo que hace a los mercados emergentes, el ritmo de crecimiento disminuyó de manera importante frente al año previo, excepción hecha de China donde se moderó ligeramente el ritmo de expansión, pero sigue siendo muy robusto.

En México, la situación económica fue buena en general, pero sigue muy lejos de su potencial y de lo que requerimos como país para avanzar más en la creación de una clase media amplia y fuerte. Seguimos generando empleos, pero no los suficientes ni con mayor valor agregado, lo que se traduce en que el mercado doméstico no crece con la fuerza que todos quisiéramos. Además, no hay duda de que la inseguridad ha afectado la economía de diversas zonas del país.

Los mercados financieros en México también mostraron un desempeño negativo y volátil particularmente en la segunda parte del año, ocasionando que el tipo de cambio se depreciara fuerte y desordenadamente.

No obstante este entorno, los precios de las materias primas mostraron incrementos substanciales durante los primeros siete u ocho meses del año, y no fue sino hasta los últimos meses que mostraron bajas, precisamente influidos por el deterioro de las perspectivas de crecimiento de la economía mundial, así como por las mejores condiciones de abastecimiento de algunas de ellas. Sin embargo, al mismo tiempo las divisas de la mayoría de los países emergentes se depreciaron fuertemente frente al dólar, lo cual ha impedido que disminuyan los precios en moneda local de muchos de los insumos.

Resultados Financieros:

El 2011 no fue un buen año en términos financieros para Kimberly-Clark de México. Frente al entorno antes descrito, incrementamos nuestros apoyos promocionales y mercadológicos y nos enfocamos en sostener los volúmenes de venta y aumentar las participaciones de mercado.

Así, logramos record histórico para las ventas netas de la compañía al crecer 2 por ciento, 1 por ciento por mayores volúmenes y 1 por ciento por mejores precios y mezcla de productos. Incrementamos nuestra participación en varios negocios de productos al consumidor y 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, el efecto de la depreciación del peso, que se aceleró en el segundo semestre del año, ha sido mucho mayor que algunas de las bajas que hemos experimentado. Adicionalmente, el costo de energía también tuvo incrementos importantes en el año. Sólo la energía eléctrica que compramos subió 28% durante 2011. Ante este escenario, continuamos con nuestros esfuerzos internos en programas de reducción y contención de

costos, mismos que sumaron más de 500 millones de pesos, pero éstos no fueron suficientes para compensar el total de los impactos sufridos. En perspectiva histórica, en tiempos recientes, no habíamos resentido impactos tan fuertes provenientes de incrementos de precios históricos en los insumos y de una devaluación que desde su punto más bajo en el 2011, hacia el fin de ese año fue de más del 20 por ciento.

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 la del año anterior.

Por su parte, la utilidad neta del año fue 14 por ciento menor, ya que tuvimos un mayor costo integral de financiamiento, producto de un mayor gasto financiero y por el efecto de pérdidas cambiarias ocasionadas por la depreciación del peso ya mencionada.

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.

Innovación:

El diseñar, producir y llevar al punto de venta las mejores alternativas para nuestros clientes y consumidoras ha sido, y siempre será, una prioridad para la empresa. En ese sentido no escatimamos esfuerzos ni recursos en la innovación, para así seguir siendo favorecidos con su preferencia.

A continuación hacemos un resumen de las principales innovaciones llevadas a cabo en el año que terminó.

En pañales incorporamos avena a la cubierta interna de Huggies Supreme® Pure & Natural, ingrediente natural que contiene propiedades importantes para cuidar, hidratar y conservar la delicada piel del bebé.

Se lanzaron al mercado las “Nuevas cintas Elásticas de Uso Rudo” en Kleenbebé® Suavelastic Max®, y renovamos los diseños del parche con la Licencia de Monsters Inc. Dichas innovaciones han permitido que la marca continúe siendo la líder individual en el mercado.

También relanzamos Huggies® Pull-Ups® Niño con la licencia de Cars para estar al día con las tendencias del mercado, toda vez que la secuela de dicha película, se estrenará en el verano de este año.

En toallitas húmedas, incorporamos una nueva formulación con triple glicerina para mejorar la humectación en la piel de los bebés en Huggies® Natural Care y tapa rígida en Kleenbebé® Suavelastic Max® para evitar que las toallitas se sequen. En todos los casos, seguimos poniendo énfasis en la ventaja competitiva de nuestra tecnología exclusiva, el Coform®, que contiene fibras naturales que sí absorben y limpian mejor que las demás.

Además lanzamos al mercado shampoos y geles bajo Huggies® y Kleenbebé®, con lo que buscamos participar en estas categorías y ofrecer a las mamás una gama completa y de la mejor calidad de productos para sus bebés y niños. Con esta misma intención es que recién adquirimos el negocio de accesorios para alimentación de bebés de Evenflo, Inc.

En Productos del Hogar y concretamente en la categoría de papel higiénico, destaca el lanzamiento de Kleenex® Cottonelle® Elegance® y la mejora tecnológica de Kleenex® Cottonelle® Vitamina E, que impulsaron el crecimiento de nuestras ventas en el segmento Premium. Pétalo® Ultra Care® también se renovó al incorporar el concepto de grabado 3D, que le

proporciona atributos de mejor desempeño y confort, lo que inmediatamente se reflejó en la preferencia de los consumidores.

Se extendió la línea de presentaciones de Suavel® con lo que consolidamos la posición de liderazgo en el segmento medio del autoservicio, y con el lanzamiento de Vogue® 650 e higiénico Scott®, ampliamos las alternativas de compra para las consumidoras que buscan productos de muy alto rendimiento en el segmento económico.

En las categorías de servilletas y Servitoalla® destacan el lanzamiento de nuevos conteos y formatos diferenciados en las marcas Kleenex®, Pétalo®, Suavel® y Lys®, que sumado a una estrategia de entrada y salida de productos con diseño de temporada y uso de licencias, resultaron en importantes crecimientos de venta y participación de mercado.

En Protección Femenina, Kotex® Rosa y Kotex® Manzanilla incorporaron un nuevo sistema de canales para lograr mejor distribución y por lo tanto mayor absorbencia, así como nuevas alas que permiten un mejor ajuste de la toalla.

También en toallas femeninas, la nueva Kotex® Unika® rompió todos los paradigmas de la categoría al presentar su nueva comunicación y diseño

con empaque negro y colores muy llamativos. Kotex® Unika® es la única con una cubierta que ofrece sequedad y suavidad al contacto con la piel y ahora la única con una propuesta de comunicación verdaderamente relevante para las jóvenes.

Finalmente, Kotex® Unika® también lanzó el primer pantiprotector con Control pH, que ha sido muy bien recibido por las consumidoras.

En cuidado personal pañuelos Kleenex® lanza al mercado los nuevos Kleenex® Dúo que ofrecen la posibilidad de tener dos tipos de pañuelos en una misma caja y continúa ofreciendo nuevas y atractivas formas.

En productos para incontinencia, se agregó manzanilla a la marca Diapro® convirtiéndola en la única en el mercado con este ingrediente cuyas propiedades ofrecen importantes beneficios al consumidor.

Por otro lado, Depend® Feminine® lanza al mercado el nuevo sistema Odor-Lock® con el que no solo nos diferenciamos de los productos de protección femenina, sino que además nos posicionamos como las únicas toallas dentro del mercado de incontinencia con un aditivo que controla el olor.

Y finalmente en Professional, la nueva Toalla para Manos Kleenex® Antibacterial revolucionará la categoría al ofrecer por primera vez un producto que elimina el 99 por ciento de las bacterias en las superficies, brindando a los usuarios mayor protección y salud.

En prácticamente todas las categorías y marcas se han realizado esfuerzos de comunicación importantes, incluyendo en las redes sociales, con muy buenos resultados.

Operaciones:

El enfoque operativo continuó en la identificación y ejecución de diversas iniciativas para lograr mayor eficiencia, mayor capacidad y calidad y menores costos en todos los equipos de manufactura y conversión. Adicionalmente, a lo largo del año se implementaron diversas estrategias de suministro y consumo de celulosas y fibras para reciclar, a raíz de la volatilidad en la oferta y demanda de dichos insumos.

Además integramos la Planta Toluca, producto de la adquisición de los activos productivos de Georgia Pacific en México, lo que contribuyó a lograr un volumen de producción récord en las categorías de Productos para el Hogar y Productos Institucionales.

Otras inversiones ejecutadas durante el año fueron:

- El arranque de una máquina nueva de pañal en Cuautitlán; proyecto que se llevó a cabo con una importante integración de ingeniería mexicana y que además arrancó sin curva de aprendizaje.
- La re-construcción de una línea de telas no tejidas en Tlaxcala con el fin de reducir el costo de varios materiales usados en la fabricación de pañales.
- La conversión de varios equipos para papel higiénico en Bajío, Ecatepec, Orizaba, Ramos Arizpe y Toluca con el fin de aumentar la capacidad, calidad y flexibilidad de fabricación.
- La adecuación de todas las máquinas de pañal en Ramos Arizpe y Tlaxcala para envolver el producto con un material que le da una mayor integridad y un menor costo.
- La re-ingeniería de la mayoría de las máquinas en Cuautitlán para, por un lado, mejorar el grabado de pañales Absorsec® y por otro, mejorar la imagen y funcionalidad de toallas femeninas.
- El arranque, también con ingeniería mexicana, de cuatro líneas para servilletas en Texmelucan.
- El inicio de la fabricación en México de la línea de Toiletries.

Es importante mencionar, que en muchas de nuestras operaciones somos bench-mark en el mundo de nuestro socio Kimberly-Clark Corporation.

Recursos Humanos:

Atraer y mantener personal talentoso es uno de los retos fundamentales para el logro de los resultados. Personal con liderazgo y pasión, audaces y creativos que hagan suya la cultura de la empresa. En esto creemos y por ello continuamos invirtiendo en la formación y desarrollo de los cuadros básicos de personal y de los equipos de trabajo en todas nuestras localidades.

Durante el año, los aumentos de sueldo otorgados al personal, así como las revisiones de tabuladores salariales y de los contratos colectivos de trabajo, se efectuaron dentro de parámetros competitivos, en un clima de cordialidad y respeto mutuo que la empresa siempre ha guardado en su relación con sus colaboradores. De igual manera, los resultados de la empresa en el año 2010 permitieron otorgar un Reparto de Utilidades, que año con año, es reconocido como uno de los más altos en el país y consecuente con nuestra filosofía de hacer partícipes a los trabajadores en los resultados de la empresa.

En Seguridad Industrial logramos un tercer año continuo de resultados sobresalientes al tener seis accidentes incapacitantes en el año y con índices de frecuencia y severidad muy favorables. Entendemos que la seguridad es un valor primordial y continuaremos invirtiendo en nuestros programas de seguridad y salud ocupacional hasta lograr que nuestras localidades sean lugares libres de accidentes y enfermedades profesionales.

Agradecemos a todo el personal por su esfuerzo realizado durante el año y los exhortamos a redoblar esfuerzos para lograr los resultados sobresalientes que siempre han caracterizado a la Empresa.

Relación con Kimberly-Clark Corporation:

La asociación con Kimberly-Clark Corporation (KCC) continúa siendo clave para apoyar tanto las iniciativas de innovación de productos y procesos, como para implementar tecnología de punta. A través de nuestra relación con KCC tenemos una ventana al mundo y acceso a innovación y desarrollos tanto en productos como en procesos. Además, se participa con ellos en compras a nivel global de algunos materiales claves y constantemente se comparte información de mejores prácticas, tanto operativas como comerciales. En suma, esta asociación estratégica es muy

favorable para ambas partes puesto que permite impulsar y favorecer la competitividad de las compañías.

Liderazgo:

Ser líderes en nuestros mercados implica un gran compromiso con nuestros consumidores y con nuestros accionistas. Manifestamos esa vocación de líderes en todo lo que hacemos, en calidad, en proyectos de innovación, en inversiones en equipo productivo, en nuestro accionar dentro del mercado, en el manejo responsable de los recursos de la empresa y en la continua búsqueda de nuevas áreas de crecimiento.

Como reflejo de este compromiso, su empresa es líder en prácticamente todas las categorías en que participa y aún en un entorno económico no favorable, logramos sostener y en varios casos incrementar nuestras importantes participaciones de mercado.

Congruentes con nuestro compromiso, hemos fomentado una cultura de ejecución, innovación, aprendizaje, productividad, rapidez y de hacer más con menos, que nos ha permitido estar a la vanguardia, consolidar nuestra posición de liderazgo en el mercado y gozar de una posición financiera muy sólida.

Seguiremos trabajando bajo estos principios y buscaremos en todo momento ser mejores para fortalecer dicho liderazgo y ampliar nuestra presencia a otras categorías.

Responsabilidad Social:

Satisfacer las necesidades de nuestros consumidores, accionistas, clientes, proveedores y colaboradores implica un enorme compromiso con las millones de familias que confían en nuestras marcas y productos, incluyendo la gran responsabilidad que tenemos de ser una empresa sustentable.

Por ello, desde siempre, somos una organización comprometida con nuestra misión de promover el desarrollo en México y este compromiso inicia con nuestra gente, ofreciéndoles un ambiente de trabajo seguro, que propicie su desarrollo profesional y humano; continua con la cadena productiva que generamos, beneficiando con ello a decenas de miles de familias; y con el país, al cumplir cabalmente con todas nuestras obligaciones.

Asimismo, mantenemos un modelo de Sustentabilidad conformado por cinco “Rs”; las primeras tres conocidas y utilizadas por todos: **Reducir, Reciclar y Reutilizar**; así como dos que hemos agregado: **Renovar y Resultados**.

Este modelo nos ha permitido llevar a cabo acciones muy concretas y con buenos **Resultados** como:

- lo que **Reducimos** en energía, agua y gases efecto invernadero, tanto en nuestra producción, como en nuestra distribución y en los materiales que utilizamos para elaborar nuestros productos;
- los insumos que **Reutilizamos**, tal es el caso del agua ¡**Reutilizada** hasta 4.5 veces!, así como los subproductos de nuestros procesos;
- lo que **Reciclamos**, pues más del 60% de nuestra producción se elabora con fibras para reciclar, no sólo manteniendo, sino incluso incrementando la calidad y funcionalidad de nuestros productos;
- y los insumos naturales que **Renovamos**.

Aún cuando los desechos que generamos son producto del procesamiento de materiales naturales, es decir, de la combinación de celulosa y agua, y que contamos con la acreditación CRETI, la cual certifica que los desechos producidos por nuestras operaciones no son Corrosivos, ni Reactivos, ni Explosivos, ni Tóxicos, ni Inflamables, contamos con un innovador proceso para eliminarlos a través de su incorporación como materia prima en la industria de la construcción.

Contamos con certificaciones de Industria Limpia y nuestra Planta de San Juan del Río, Querétaro ha obtenido por 13 años consecutivos el certificado de Calidad del Agua.

También, como todos los años, apoyamos a más de 200 instituciones, con lo que beneficiamos a más de 70 mil familias, 58 mil mujeres, 152 mil adultos mayores y 90 mil bebés.

Se pueden consultar todos estos resultados y el detalle de nuestros esfuerzos en la materia, en nuestro Reporte de Sustentabilidad, disponible en la página www.kimberly-clark.com.mx/kcmsustentable.

Finalmente, es importante mencionar que Kimberly-Clark de México forma parte del nuevo Índice de Sustentabilidad de la Bolsa Mexicana de Valores. Continuaremos buscando oportunidades y llevando a cabo las inversiones necesarias para cumplir nuestros compromisos con la sociedad y con el medio ambiente.

Perspectivas:

El 2012 promete ser un año también difícil y volátil, particularmente por la situación que enfrentan los países miembros de la Unión Europea, muchos de los cuales muy probablemente entrarán en recesión. Sin embargo, datos

económicos recientes en Estados Unidos, la principal economía del mundo, y nuestro principal socio comercial, apuntan a una paulatina recuperación y las economías emergentes más grandes seguirán mostrando buenos crecimientos, siendo Asia nuevamente motor del crecimiento global.

En México seguiremos creciendo, pero sin aprovechar totalmente nuestro potencial. La economía mexicana cuenta con fundamentos macroeconómicos muy sólidos, no existen desequilibrios externos ni fiscales y el sistema financiero cuenta con niveles de capitalización muy robustos.

Por otro lado, como ya se mencionó, el epicentro de la crisis está en Europa y no en Estados Unidos, donde dos de los sectores más afectados por la crisis financiera, la construcción y el sector automotriz, que tuvieron un efecto adverso importante en la economía mexicana, se encuentran en mejor forma – el sector automotriz se ha reestructurado y recapitalizado, mientras que en el sector de vivienda residencial parece comenzar una incipiente recuperación.

De manera que, si las señales de crecimiento mostradas recientemente por la economía de Estados Unidos se prologan durante 2012 es posible que la economía mexicana logre la meta de 3.5 por ciento de crecimiento establecida en los criterios generales de política económica.

Sin embargo, no podemos dejar de señalar que hay temas que siguen sin mostrar avances y que son fundamentales para que el país alcance su verdadero potencial de desarrollo y con ello pueda atender los rezagos sociales y construir el México próspero, con más clase media, más competitivo y más moderno que todos anhelamos.

En este sentido, es preciso mejorar la seguridad, la capacidad institucional y el estado de derecho en el país y emprender un renovado esfuerzo por lograr las reformas estructurales prioritarias, como la educativa, la laboral, la energética y la fiscal, además de atacar decididamente las trabas y los obstáculos que merman la competitividad del país y su capacidad de crecimiento.

La prioridad del país tiene que ser hacer todo lo necesario para crecer consistentemente y al máximo de su potencial y así desarrollar las capacidades de todos los mexicanos y ofrecerles más empleos y más oportunidades. No hay otro camino, no hay atajos y no debemos esperar más; el momento apremia y la necesidad y urgencia son totalmente claros.

En estos momentos electorales es imprescindible que los candidatos y los partidos políticos se comprometan y ejecuten las políticas públicas que

logren el crecimiento del país a niveles del 5 al 6 por ciento por año y a la expansión al máximo de nuestra clase media.

Por nuestra parte, vemos al país con optimismo y con oportunidades, y continuaremos haciendo el papel que como empresa nos corresponde en el aspecto social y económico. Reiteramos nuestro compromiso para continuar invirtiendo, innovando y fortaleciendo nuestra oferta con el objetivo de hacer llegar a los consumidores la mejor relación precio-calidad de productos; además, en el año que recién comienza, duplicaremos nuestro programa de inversión (CAPEX) para contar con los productos, procesos, equipos, y tecnología necesarios para asegurar y sostener el liderazgo de nuestras marcas y nuestra empresa; y redoblabremos esfuerzos en programas de contención y reducción de costos y gastos, además de seguir manejando en forma responsable los recursos de la compañía.

Señores Accionistas, una vez más les damos las gracias por su apoyo y confianza durante nuestra gestión por el año que terminó y les reiteramos nuestro compromiso de llevar a cabo los planes y programas necesarios para que Kimberly-Clark de México continúe siendo la exitosa empresa que siempre ha sido.

Muy atentamente,

Claudio X. González
Presidente del Consejo
de Administración

Pablo R. González G.
Director General

Este informe recibió la opinión favorable en todos sus términos por parte del Consejo de Administración en sesión celebrada el 7 de febrero de 2012.