

VIDRALA, S.A. RESULTADOS 2017

CIFRAS DE RESULTADOS ACUMULADOS

	Ejercicio 2017	Ejercicio 2016	Variación reportada	Variación en perímetro comparable y divisa constante
Ventas (millones de euros)	822,7	773,1	+6,4%	+5,1%
EBITDA (millones de euros)	195,4	170,7	+14,5%	+13,0%
Beneficio por acción (euros)	3,61	2,73	+31,9%	
Deuda / EBITDA (proporción)	2,2x	1,9x	+0,3x	

Nota: La adquirida Santos Barosa se consolida en los resultados desde el 1 de octubre de 2017. A efectos de mejorar la comparabilidad, se añaden detalles de variación en perímetro comparable que incorporan, en las cifras del año anterior, los resultados que obtuvo la adquirida en dicho período. El ratio deuda/EBITDA 2017 se refiere al dato proforma a cierre del ejercicio, 31 de diciembre.

- ✓ Las ventas durante el ejercicio 2017 alcanzaron 822,7 millones de euros, reflejando un crecimiento orgánico, en perímetro comparable y a divisa constante, del 5,1%.
- ✓ El resultado bruto de explotación, EBITDA, ascendió a 195,4 millones de euros equivalente a un margen sobre las ventas del 23,8%.
- ✓ El beneficio obtenido en el ejercicio aumentó un 32% con respecto al año precedente, hasta 3,61 euros por acción.
- ✓ A 31 de diciembre de 2017, el endeudamiento se sitúa en el equivalente a 2,2 veces el EBITDA proforma de los últimos 12 meses.



Introducción

Un mundo para el consumidor

La población mundial está creciendo. Naciones Unidas predice que casi 10 mil millones de personas vivirán en nuestro planeta en el año 2050. A lo largo del mundo, cada vez más consumidores demandarán productos saludables, convenientemente envasados y globalmente disponibles a través de una cadena de distribución eficiente. El packaging juega un papel crucial en este progreso. Sin envases, sería imposible distribuir alimentos y bebidas desde el origen de la producción hasta el destino del consumo. Los estilos de vida actuales, y la amplia disponibilidad de productos de consumo que hoy disfrutamos, se basan, en parte, en la existencia de sistemas de envasado eficientes.



En las regiones desarrolladas, como Europa, a medida que crecen la urbanización y los canales de comercio modernos, los consumidores demandan alimentos y bebidas más seguros y de mayor calidad, adecuadamente preservados y suministrados de manera eficiente. Como resultado, el uso de envases se torna más necesario. Inevitablemente, las tendencias del consumidor evolucionan. No es tan sólo lo que comemos y bebemos, sino también dónde lo hacemos y qué esperamos del envase más allá de las experiencias de consumo tradicionales. La demanda por la calidad, la premiurización, el desarrollo de las clases medias, más hogares de menor número de personas, el creciente interés por la sostenibilidad y el medioambiente, los esfuerzos por reducir los desechos, la tendencia a comer y beber fuera de casa o el comercio on-line, son ejemplos de cambios que respaldan el futuro de la demanda de envases. Y el vidrio, como material de envasado, tiene mucho que decir en este mundo del consumidor en constante evolución.

Sostenibilidad

El envase puede producirse a partir de diferentes materiales, en una variedad de formas, tamaños y características. Cada uno tiene un efecto diferente en el medioambiente como resultado del material utilizado para producirlo, el proceso de fabricación y, especialmente, si puede o no ser reciclado. La industria del packaging, especialmente en las regiones desarrolladas, trabaja constantemente para mejorar el impacto ambiental de sus productos. El vidrio tiene ventajas únicas en este ámbito. Es un producto de fuentes naturales, que puede ser reciclado al 100%, un número ilimitado de veces, sin pérdidas en calidad ni en cantidad. De alguna manera, el envase de vidrio tiene vida eterna. Reciclar vidrio ayuda al medioambiente, preservando el uso de recursos naturales, ahorrando consumo de energía, reduciendo las emisiones de carbono y absorbiendo residuos.



Y aún más. Hoy en día, aproximadamente un tercio del total de alimentos y bebidas producidos en todo el mundo no se consume, se desperdicia en algún lugar de la cadena de suministro. Un packaging adecuado puede ayudar a reducir este desperdicio. Y los productos envasados en vidrio tienen un periodo de conservación más prolongado que los productos envasados en materiales alternativos.

El vidrio

Las encuestas demuestran que consumidores y envasadores a lo largo del mundo se decantan por el vidrio como material de envasado preferido. El vidrio es un material seguro, higiénico, inerte, impermeable a los gases, vapores y líquidos. Es el material más beneficioso para la salud. Protege, preserva y conserva el sabor y las propiedades de productos que requieren ser consumidos en óptimas condiciones.

Además, el envase de vidrio ayuda a nuestros clientes, propietarios de marcas, a conectar con el consumidor. Sirve de enlace, identificando y promocionando las marcas, actuando como herramienta de marketing y representando una imagen icónica del producto en su interior.

Nuestro mercado

En este contexto, durante 2017 se vendieron más de 50 mil millones de envases de vidrio para alimentos y bebidas en Europa Occidental. Supone un aumento de aproximadamente el 3% en comparación con el año anterior. Un crecimiento sostenido al estímulo del dinamismo económico, las tendencias de consumo favorables, el impulso del turismo en las regiones del sur o el aumento de las importaciones de productos a granel y de las actividades de envasado doméstico en el Reino Unido.

Vidrala ha respondido al reto de esta demanda creciente. Sobre la base de un firme enfoque hacia el servicio al cliente, hemos avanzado en la nuestra visión de consolidarnos como un proveedor de envases de vidrio de referencia, cuya misión es consolidar relaciones comerciales sostenibles y de largo con clientes que son nuestro principal valor.

EL PACKAGING RÍGIDO PARA ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

Cuota del vidrio en Europa Occidental, año 2017



Evolución de resultados

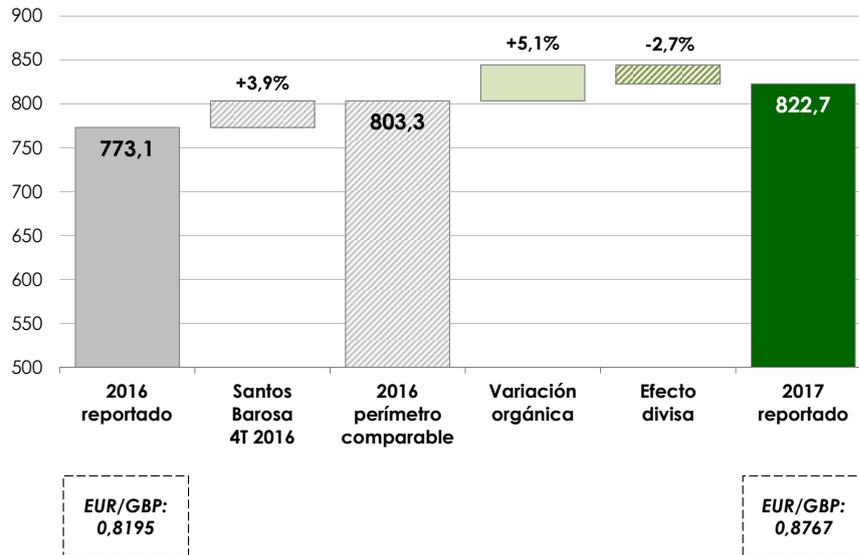
Ventas

La cifra de ventas reportada por Vidrala durante el ejercicio 2017 ascendió a 822,7 millones de euros. Supone un incremento sobre lo reportado el año anterior de un 6,4%.

Las cifras reflejan la contribución de la adquirida Santos Barosa durante el último trimestre del año. A efectos de comparabilidad, en perímetro comparable y en divisa constante, las ventas registraron un crecimiento orgánico del 5,1%. Se observa el detalle desglosado de variaciones en el gráfico inferior.

**CIFRA DE VENTAS
EVOLUCIÓN INTERANUAL**

En millones de euros



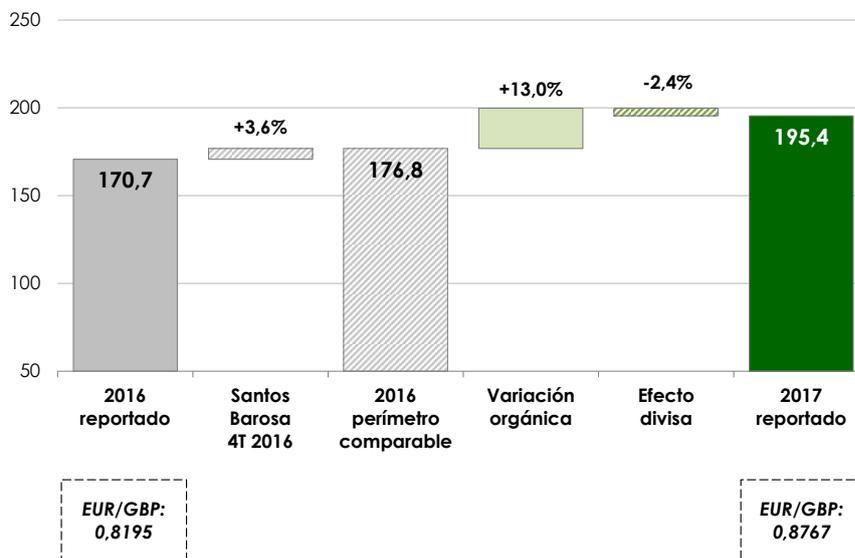
Resultado operativo

El resultado operativo bruto –EBITDA- acumulado durante el ejercicio asciende a 195,4 millones de euros. Supone un incremento en términos reportados del 14,5% sobre el año anterior, reflejando un crecimiento orgánico, en perímetro comparable y a divisa constante, del 13,0%.

El EBITDA obtenido representa un margen sobre las ventas del 23,8%, que refleja una expansión de aproximadamente 170 puntos básicos sobre el año anterior.

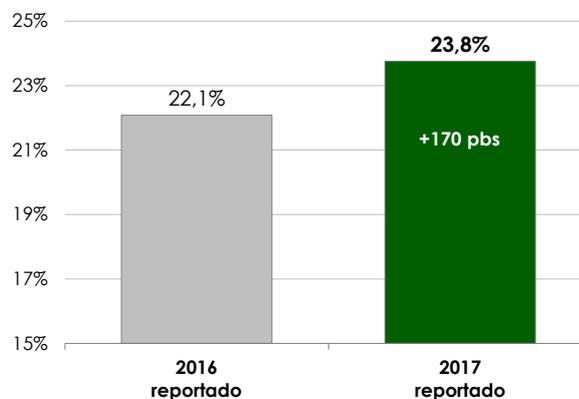
RESULTADO OPERATIVO EBITDA EVOLUCIÓN INTERANUAL

En millones de euros



MÁRGENES OPERATIVOS EBITDA EVOLUCIÓN INTERANUAL

En porcentaje sobre las ventas



Resultado neto y balance

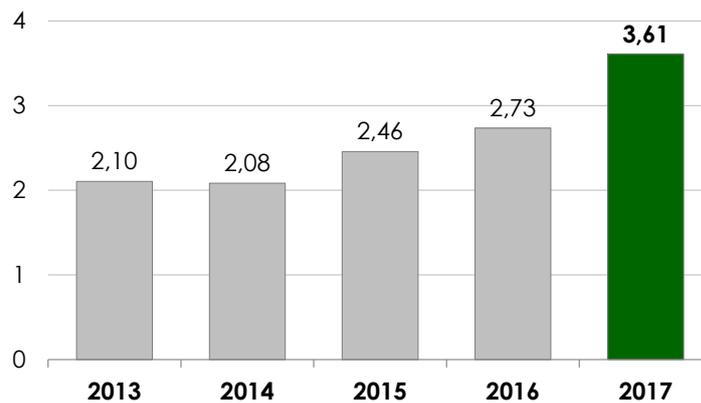
El resultado neto atribuible al ejercicio 2017 asciende a 89,1 millones de euros, tras registrar un gasto financiero neto anual equivalente al 0,9% de las ventas y una tasa fiscal sobre resultados del 18,8%. Equivale a un beneficio por acción de 3,61 euros, lo que refleja un incremento de un 31,9% sobre el año anterior.

A nivel de balance, la deuda a 31 de diciembre de 2017 se sitúa en 487,3 millones de euros. Representa un ratio de apalancamiento equivalente a 2,2 veces el EBITDA pro forma acumulado en el periodo. El EBITDA proforma incorpora, a efectos de comparabilidad, un año completo de contribución de Santos Barosa.

La caja libre generada en el periodo acumuló 108,5 millones de euros, antes del desembolso por Santos Barosa y de la distribución de dividendos.

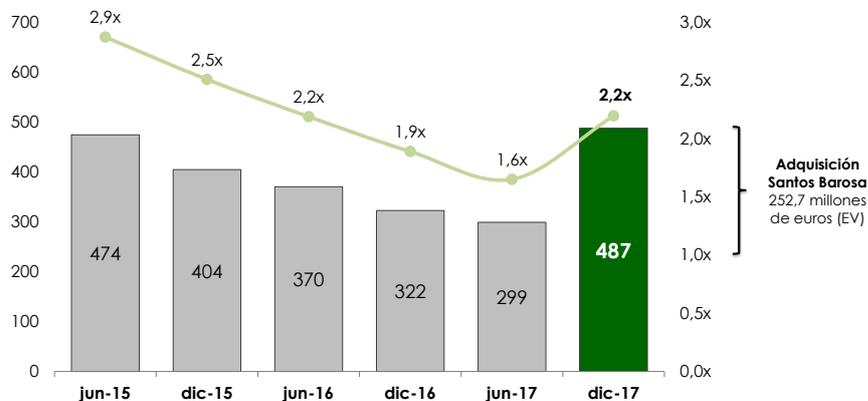
BENEFICIO POR ACCIÓN DESDE 2013

En euros



DEUDA EVOLUCIÓN SEMESTRAL DESDE 2015

Deuda en millones de euros y múltiplo sobre EBITDA



Cifras relevantes de gestión

	Ejercicio 2017	Ejercicio 2016
Ventas (millones de euros)	822,7	773,1
EBITDA (millones de euros)	195,4	170,7
Margen EBITDA (porcentaje sobre ventas)	23,8%	22,1%
EBIT (millones de euros)	117,2	93,0
Beneficio neto (millones de euros)	89,1	67,7
Free cash flow* (millones de euros)	108,5	102,6
Deuda (a cierre del ejercicio, en millones de euros)	487,3	322,3
Deuda / EBITDA** (proporción)	2,2x	1,9x
Deuda / patrimonio (proporción)	0,9x	0,7x
EBITDA** / gasto financiero neto (proporción)	28,8x	17,8x
Total activo (millones de euros)	1.404,9	1.096,2
Total patrimonio neto (millones de euros)	528,1	474,9

***Free cash flow** excluye el desembolso para la adquisición de Santos Barosa, realizado el 13 de octubre de 2017 por un valor de empresa de 252,7 millones de euros.

****EBITDA** proforma; incorpora el EBITDA últimos 12 meses de Santos Barosa.

Conclusiones

Durante el año 2017, Vidrala ha avanzado en su estrategia empresarial de largo plazo. Al progreso orgánico del negocio evidenciado en las cifras expuestas, se añadió la incorporación al grupo de Santos Barosa.

En suma, el crecimiento registrado durante el ejercicio en el beneficio por acción constató un desarrollo del negocio consistente con las líneas estratégicas y la inmediata contribución a los resultados de la adquisición de Santos Barosa.



Santos Barosa es un fabricante de envases de vidrio que opera un gran centro de producción ubicado en la localidad de Marinha Grande, Portugal, desde donde produce más de 1.600 millones de envases al año. El importe de la adquisición, completada el 13 de octubre de 2017, ascendió a 252,7 millones de euros, incluyendo la deuda asumida.

El consejo de administración de Vidrala y su equipo directivo han estado admirando durante años la calidad del negocio desarrollado por Santos Barosa, fundamentado en modernas instalaciones productivas y la solidez de las relaciones comerciales con sus clientes. Vidrala ha acreditado capacidad en la integración de compañías dentro del grupo, promoviendo su posicionamiento, impulsando el servicio al cliente y aportando experiencia y una visión de largo plazo marcadamente industrial. La integración de este negocio complementa hasta el liderazgo la posición de Vidrala en el mercado ibérico, derivando en beneficios para clientes, empleados y accionistas de Vidrala.

Vidrala progresa, consolidándose como una empresa de mayor tamaño, multinacional, con posiciones de liderazgo en regiones que se consideran estratégicas y con una firme vocación hacia el desarrollo de relaciones comerciales con clientes que son la razón de ser del negocio.

Perspectivas

El consumo global de productos envasados de alimentación y bebidas avanza en consistencia con el progreso sociodemográfico y el desarrollo de los estilos de vida modernos.

En este contexto general, la demanda de envases de vidrio en nuestras regiones de actividad muestra signos generalizados de crecimiento. Responde al entorno global descrito, al marco económico regional y a la creciente predilección de envasadores y consumidores hacia el vidrio, un material de envasado de características propicias a las tendencias de consumo actuales.

Bajo esta coyuntura, la estabilidad de las ventas de Vidrala previsible durante 2018 estará sustentada, en parte, en el grado de cumplimiento de las estimaciones económicas en nuestras áreas de actividad, especialmente en lo que se refiere a los ritmos de consumo privado. A nivel operativo, la gestión se mantendrá enfocada a acciones internas destinadas a garantizar el servicio al cliente, progresar en la eficiencia industrial, materializar las sinergias previstas de la reciente adquisición y, como resultado, reforzar los márgenes operativos del negocio. En suma, durante 2018, considerando la contribución durante un año completo de la adquirida, se prevé un crecimiento en los beneficios.

En todo caso, las directrices de largo plazo se mantendrán intactas, dirigidas hacia la orientación al cliente, la competitividad, la inversión industrial y, como garantía irrenunciable de futuro, la generación de caja y la solvencia patrimonial. Estamos construyendo hoy las bases de nuestro desarrollo futuro.



Política de remuneración al accionista

La política de remuneración al accionista desarrollada por Vidrala se asienta en la sostenibilidad del dividendo a largo plazo, como medio principal de reparto de resultados y fidelización del accionista. Habitualmente, los desembolsos en efectivo se completan con primas de asistencia a la junta general.

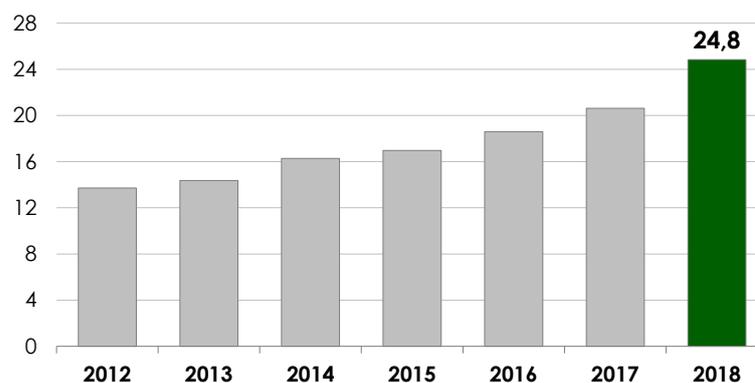
En coherencia con esta política, a lo largo del año 2017 se repartieron en efectivo 80,16 céntimos de euro por acción en concepto de dividendos. Significó un incremento de un 11,3% respecto al año precedente. Adicionalmente, se ofrecieron 3 céntimos de euro por acción en concepto de prima de asistencia a la junta general, acumulando un reparto en efectivo anual de 83,16 céntimos de euro por acción.

Al respecto de los desembolsos previstos para el año 2018, el Consejo de Administración ha propuesto un reparto de resultados que representa un incremento en el dividendo anual de un 20%. El primer reparto a cuenta fue satisfecho el pasado 14 de febrero de 2018 por un importe de 69,67 céntimos de euro por acción. El segundo reparto, en forma de dividendo complementario, ascendería a 26,52 céntimos de euro por acción a desembolsar el 13 de julio de 2018. Adicionalmente, se ofrecerán 4 céntimos de euro por acción en concepto de prima de asistencia a la junta general de accionistas. En conjunto, el reparto efectivo acumulado durante 2018 ascendería a 1,0019 euros por acción.



REMUNERACIÓN EN EFECTIVO DIVIDENDOS Y PRIMAS AL ACCIONISTA

Millones de euros, desde el año 2012

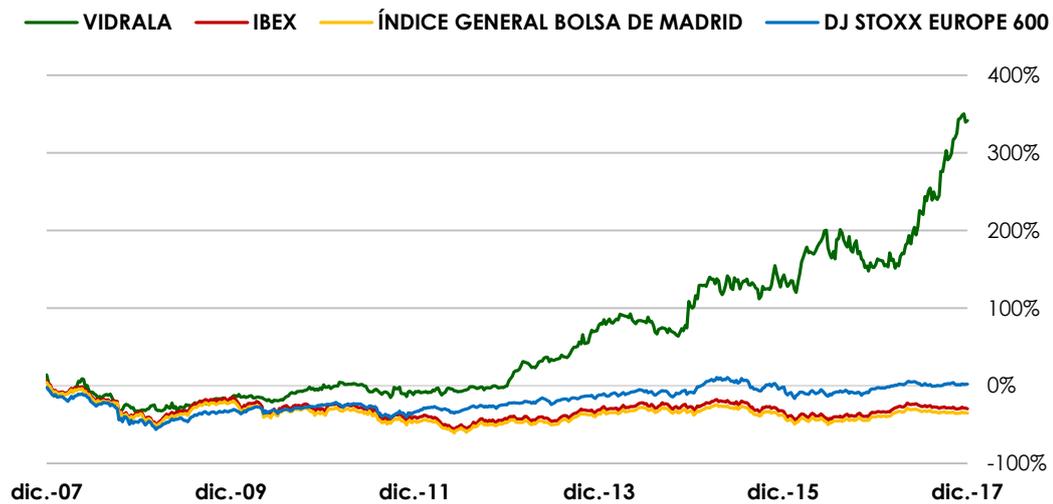


Evolución bursátil

La cotización de la acción cerró 2017 en 84,65 euros lo que equivale a una capitalización bursátil de 2.099 millones de euros.

EVOLUCIÓN DE LA COTIZACIÓN

Términos porcentuales comparados, base 2008



Ejercicio 2017

Cotización a cierre del periodo (euros)	84,65
Capitalización bursátil (millones de euros)	2.099
Retribución en efectivo (euros/acción)	0,8316
<i>A cuenta (14/02/2017)</i>	0,5806
<i>Complementario (14/07/2017)</i>	0,2210
<i>Prima asistencia JGA (14/07/2017)</i>	0,0300

Anexo. Calendario de eventos 2018.

Eventos pasados

14 Febrero 2018

Pago de dividendo a cuenta de los resultados del ejercicio 2017

27 Febrero 2018

Publicación de resultados año 2017 (8:00h CET)

Próximos eventos

27 Abril 2018

Publicación de resultados primer trimestre 2018 (8:00h CET)

29 Mayo 2018

Junta General Ordinaria de Accionistas (12:00h CET)

13 Julio 2018

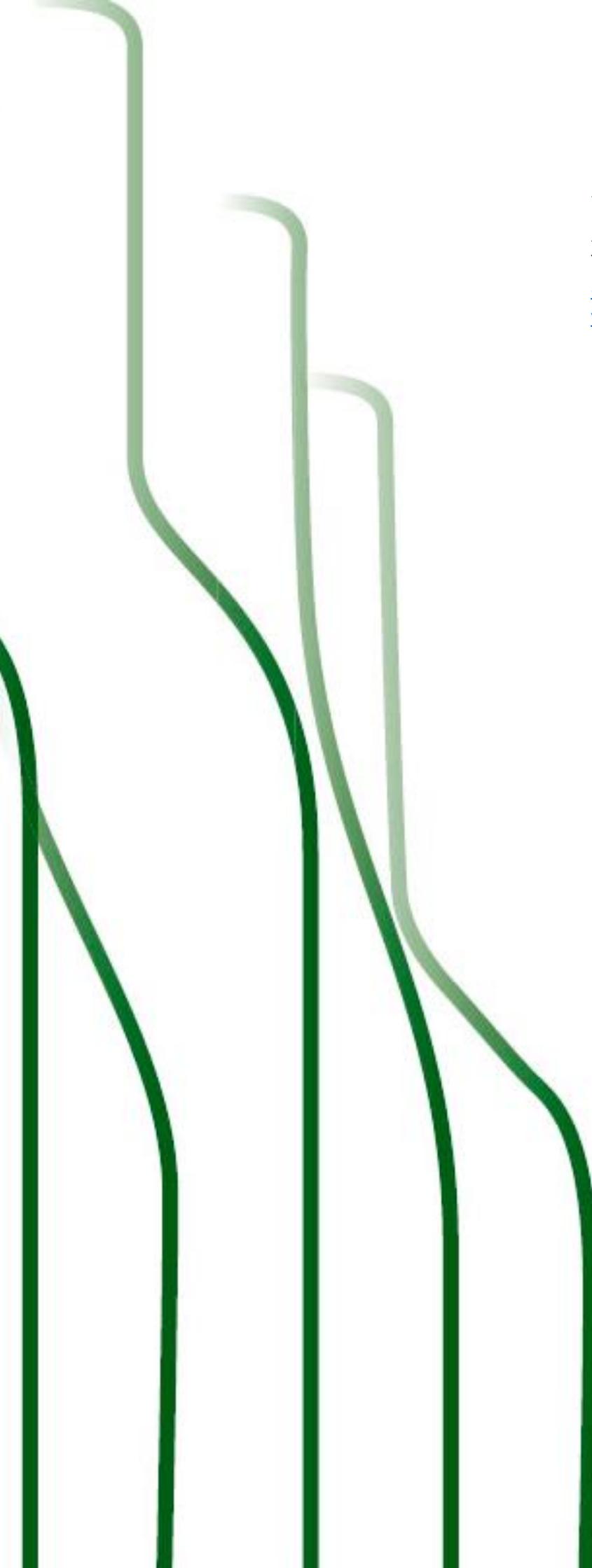
Pago de dividendo complementario a cuenta de los resultados del ejercicio 2017

23 Julio 2018

Publicación de resultados primer semestre 2018 (8:00h CET)

26 Octubre 2018

Publicación de resultados nueve meses 2018 (8:00h CET)



VIDRALA, S.A.

Atención al accionista

Tel: +34 94 671 97 50

atencion_al_inversor@vidrala.com

www.vidrala.com