

VIDRALA, S.A. INFORME DE GESTIÓN 2018

CIFRAS DE RESULTADOS ACUMULADOS

	Ejercicio 2018	Ejercicio 2017	Variación reportada	Variación en perímetro comparable y divisa constante
Ventas (millones de euros)	955,4	822,7	+16,1%	+3,8%
EBITDA (millones de euros)	239,4	195,4	+22,5%	+7,9%
Beneficio por acción (euros)	4,47	3,43	+30,0%	
Deuda / EBITDA (proporción)	1,7x	2,2x	-0,5x	

Nota: A efectos de mejorar la comparabilidad, se ha ajustado el beneficio por acción del año 2017 por el efecto de la ampliación de capital liberada llevada a cabo en diciembre 2018.

- ✓ Las ventas durante el año 2018 alcanzaron 955,4 millones de euros, reflejando un crecimiento orgánico del 3,8%.
- ✓ El resultado bruto de explotación, EBITDA, ascendió a 239,4 millones de euros equivalente a un margen sobre las ventas del 25,1%.
- ✓ El beneficio obtenido en el ejercicio aumentó un 30% con respecto al año precedente, hasta 4,47 euros por acción.
- ✓ La deuda disminuyó un 16% durante el año hasta situarse en 411,1 millones de euros al cierre, equivalente a 1,7 veces el EBITDA.



Introducción

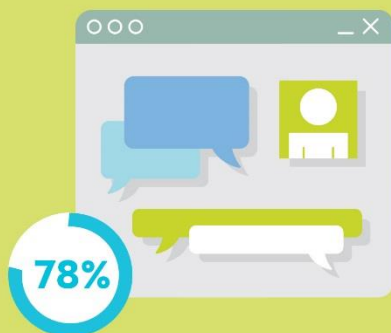
Vidrala es una empresa de packaging de consumo. Producimos envases de vidrio para productos de alimentación y bebidas y ofrecemos una amplia gama de servicios que incluyen soluciones logísticas y actividades de envasado. Nuestro bagaje industrial, creciente presencia geográfica, experiencia en la fabricación de vidrio y nuestro entendimiento de las necesidades y los procesos de nuestros clientes, nos consolidan como un socio de negocio para muchas de las principales marcas en los segmentos de las bebidas y la alimentación. Los productos y servicios de Vidrala contribuyen a desarrollar la visión de nuestros clientes, conectando las experiencias de los consumidores con sus marcas y jugando un papel relevante en sus estrategias.

Un mundo para un nuevo consumidor

El envase forma parte integral de los estilos de vida modernos. Protege y preserva, contribuye a una economía sostenible ayudando a reducir los desperdicios y permite una distribución eficaz de productos. Muchos de los hábitos de consumo cotidianos que hoy en día experimentamos, no serían posibles sin el desarrollo de una cadena de envasado eficiente.

El consumo de productos de alimentación y bebidas crece al ritmo del desarrollo global, de forma que el uso de envases para estos productos se extiende proporcionalmente. Según los análisis, el mercado mundial de packaging para productos alimentarios creció en el año 2018 un 3%. La población, el producto interior bruto y el desarrollo de la urbanización continúan siendo las principales causas de crecimiento de la demanda a largo plazo, mientras que algunos factores adicionales están redefiniendo el uso del envase en la modernidad. Estos factores de actualidad se refieren, principalmente, a los progresos demográficos, a los cambios en las tendencias del consumidor y a la creciente importancia de la sostenibilidad.

78% of Europeans have noticed a change in their own behaviour based on the recent social conversation on ocean pollution.



Fuente: FEVE.

72% of Europeans take their impact on the oceans into account when shopping.



Fuente: FEVE.

Demografías y estilos de vida modernos

A medida que, a lo largo del mundo, evolucionan las demografías, progresan las clases medias y se intensifica el ritmo de urbanización, la demanda de envases crece. El sector de la distribución requiere de más envases para atender el mercado, resolver las distancias entre productores y consumidores, proteger el producto y asegurar plazos de preservación adecuados. Simultáneamente, en regiones desarrolladas como Europa, el avance de las grandes ciudades y el incremento de hogares con un menor número de miembros, incentiva la demanda de más unidades de productos en envases de un volumen adecuado. El consumidor moderno, habitando en áreas urbanas, enfoca sus preferencias hacia la calidad, la salud, la conveniencia y la compra sobre la marcha o espontánea. Asimismo, gusta de las experiencias de consumo fuera del hogar, en medios de restauración. Los nuevos canales de distribución, como el comercio electrónico, simplemente aceleran este proceso. Cualquier producto, de la más alta calidad, está bien informado, es fácilmente accesible y puede ser suministrado con agilidad sin pérdidas de tiempo y en envases adecuados. Por último, el proceso de envejecimiento de la población no hace sino impulsar la demanda de productos saludables, en envases sencillos de utilizar y con una apariencia tradicional.

FACTORES DE CRECIMIENTO DE LA DEMANDA DE ENVASES

EL DESARROLLO DE LAS CLASES MEDIAS A LO LARGO DEL MUNDO

EL INCREMENTO, EL ENVEJECIMIENTO Y LA URBANIZACIÓN DE LA POBLACIÓN

UN MAYOR NÚMERO DE HOGARES DE UN MENOR NÚMERO DE MIEMBROS

LOS ESTILOS DE VIDA MODERNOS
LA BÚSQUEDA POR LA COMODIDAD, LA CALIDAD Y LAS EXPERIENCIAS DE CONSUMO PREMIUM

LA RELEVANCIA DE LA SOSTENIBILIDAD

EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Envases para una sociedad sostenible

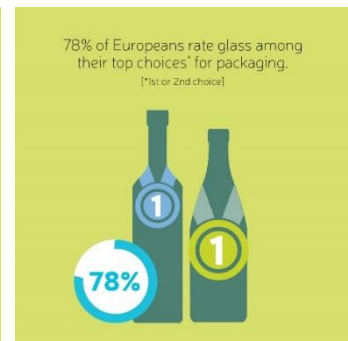
Globalmente, un número creciente de normativas están orientando la transición hacia una economía sostenible, eficiente en el consumo de recursos y competitiva. Más allá de este marco regulatorio, los consumidores se están haciendo cada vez más conscientes, demandando sostenibilidad a lo largo de la cadena de suministro y, en particular, soluciones de envase que no causen daño al medioambiente. Inevitablemente, en la sociedad está creciendo la percepción sobre los impactos de materiales como los envases de plástico. En consecuencia, los propietarios de las marcas están desarrollando diferentes iniciativas para mejorar su impacto ambiental y un número relevante de empresas del sector consumo están publicando estrategias y objetivos específicos basados en el packaging sostenible. La mayor parte de estos planes se materializan en compromisos para intensificar un mayor uso de envases provenientes de materiales reciclados.

Vidrio para el futuro

En el contexto de este proceso de cambio, el vidrio emerge como la mejor alternativa de envasado. Garantiza la máxima protección y las mejores condiciones de preservación, facilitando una distribución eficiente de productos que requieren ser consumidos en óptimas condiciones. El envase de vidrio es seguro, inerte y saludable. Tiene una apariencia atractiva y apreciada, lo que ayuda a los propietarios de las marcas a conectar con su cliente consumidor, identificando, promoviendo y sirviendo de herramienta de marketing como una representación icónica del producto en su interior. No solo eso, el envase de vidrio puede ser reciclado infinitamente. Es el envase sostenible definitivo. Las encuestas a lo largo del mundo demuestran que consumidores y envasadores eligen crecientemente al vidrio como su material de envasado predilecto.



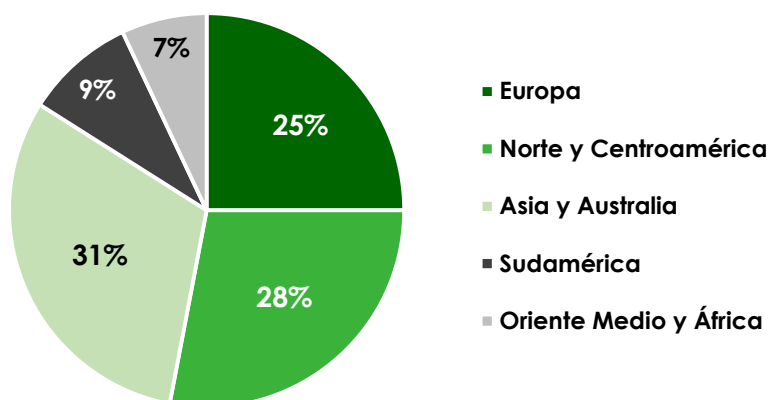
Fuente: FEVE.



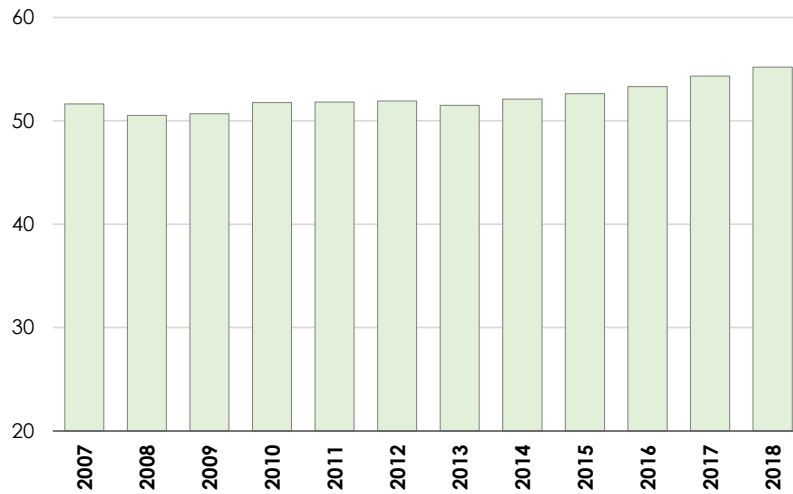
Fuente: FEVE.

Nuestro mercado

Mercado global de envases rígidos para el consumo.
Cuota por regiones.



Durante el año 2018 se comercializaron en Europa Occidental más de 55.000 millones de envases de vidrio para productos de alimentación y bebidas. Refleja un crecimiento de aproximadamente el 2% respecto al año anterior. Vidrala representó un 15% del mercado con cerca de 8.300 millones de envases vendidos.

Europa Occidental. Ventas de envases de vidrio para alimentación y bebidas.*En miles de millones de unidades, por año.*

Fuentes: FEVE y estimaciones internas. Las cifras incluyen la demanda doméstica de envases de vidrio de Francia, Italia, Alemania, España, Portugal, Reino Unido, Irlanda y Benelux.

Este crecimiento orgánico en la demanda estuvo soportado por factores como ritmos de consumo generalmente estables en las diferentes regiones, dinámicas de envasadores y consumidores favorables al vidrio frente a materiales alternativos e importaciones crecientes de productos en granel que están creando demanda de vidrio en el destino del consumo, como es el caso en el Reino Unido.

La estructura de negocio de Vidrala ha afrontado el reto de este contexto de demanda con solvencia. Sobre la base de una firme vocación hacia el servicio al cliente, Vidrala ha progresado en el cometido de afianzarse como un proveedor de referencia, cuya misión en consolidar relaciones sostenibles y de largo plazo con clientes que son la razón de ser del negocio.

Evolución de resultados

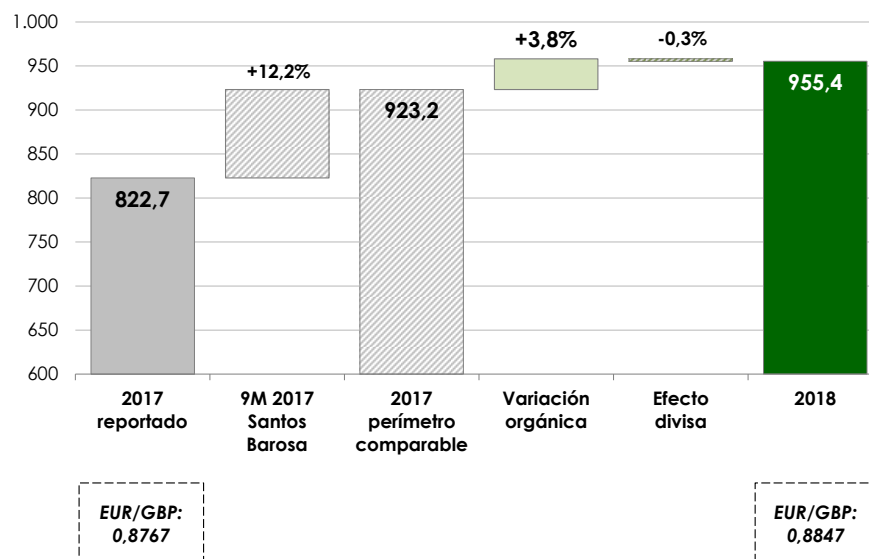
Ventas

La cifra de ventas reportada por Vidrala durante el ejercicio 2018 ascendió a 955,4 millones de euros. Supone un incremento sobre lo reportado el año anterior de un 16,1%.

Las cifras incluyen la contribución de la adquirida Santos Barosa durante el año completo, mientras que en 2017 únicamente reflejaban su aportación durante el último trimestre. A efectos de comparabilidad, en perímetro comparable y en divisa constante, las ventas registraron un crecimiento orgánico del 3,8%. Se observa el detalle desglosado de variaciones en el gráfico inferior.

CIFRA DE VENTAS EVOLUCIÓN INTERANUAL

En millones de euros



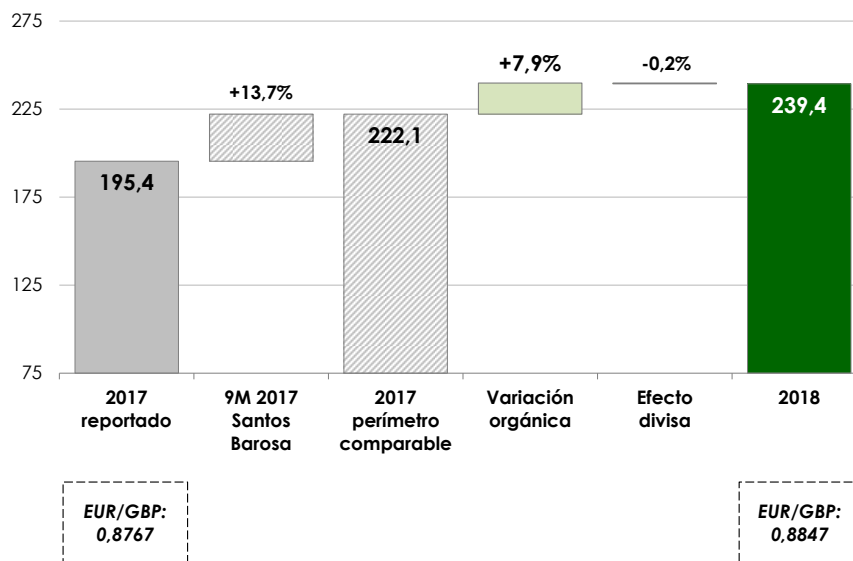
Resultado operativo

El resultado operativo bruto –EBITDA- acumulado durante el ejercicio ascendió a 239,4 millones de euros. Supone un incremento en términos reportados del 22,5% sobre el año anterior, reflejando un crecimiento orgánico, en perímetro comparable y a divisa constante, del 7,9%.

El EBITDA obtenido representa un margen sobre las ventas del 25,1%, que refleja una expansión de aproximadamente 130 puntos básicos sobre el año anterior.

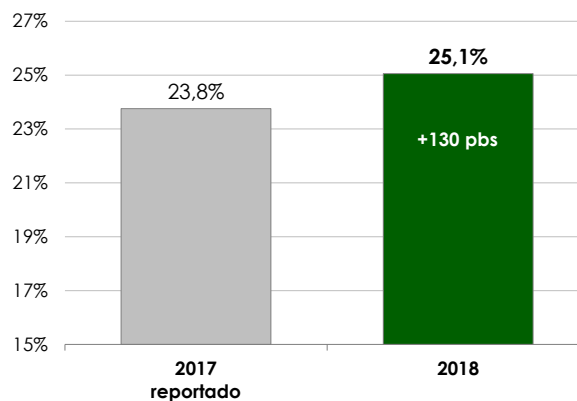
RESULTADO OPERATIVO EBITDA EVOLUCIÓN INTERANUAL

En millones de euros



MÁRGENES OPERATIVOS EBITDA EVOLUCIÓN INTERANUAL

En porcentaje sobre las ventas



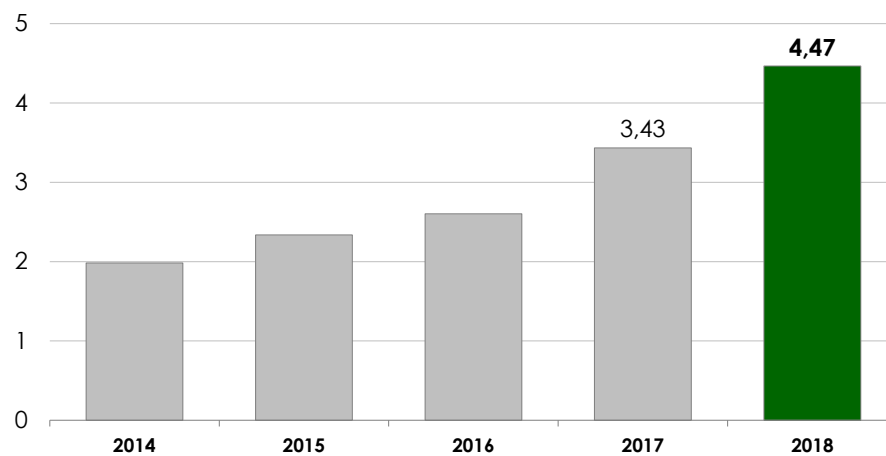
Resultado neto y balance

El resultado neto atribuible al ejercicio 2018 ascendió a 116,0 millones de euros, tras registrar un gasto financiero neto anual equivalente al 0,7% de las ventas y una tasa fiscal sobre resultados del 17,4%. Equivale a un beneficio por acción de 4,47 euros, lo que refleja un incremento de un 30,0% sobre el año anterior.

A nivel de balance, la deuda a 31 de diciembre de 2018 se situó en 411,1 millones de euros. Representa un ratio de apalancamiento equivalente a 1,7 veces el EBITDA acumulado en el periodo.

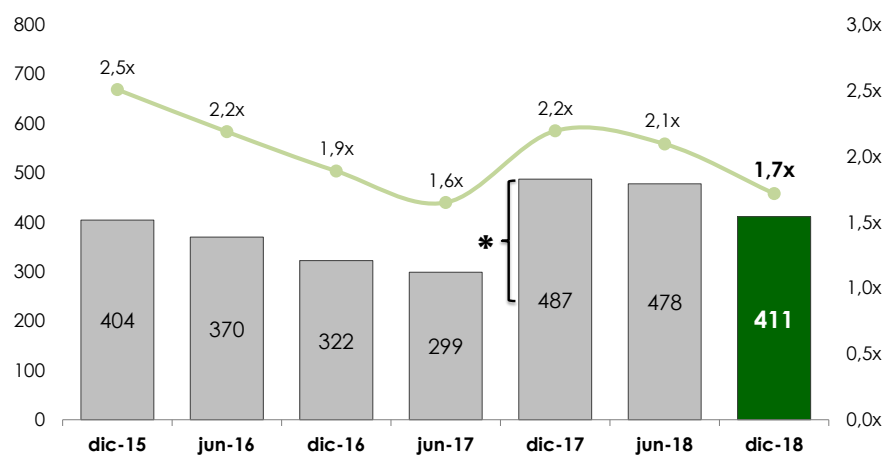
BENEFICIO POR ACCIÓN DESDE 2014

En euros



DEUDA EVOLUCIÓN SEMESTRAL DESDE 2015

Deuda en millones de euros y múltiplo sobre EBITDA



*El incremento del endeudamiento se deriva de la adquisición de la sociedad portuguesa Santos Barosa, cuyo precio ascendió a 252,7 millones de euros.

Cifras relevantes de gestión

	Ejercicio 2018	Ejercicio 2017
Ventas (millones de euros)	955,4	822,7
EBITDA (millones de euros)	239,4	195,4
Margen EBITDA (porcentaje sobre ventas)	25,1%	23,8%
EBIT (millones de euros)	147,1	117,2
Beneficio neto (millones de euros)	116,0	89,1
Free cash flow* (millones de euros)	101,3	108,5
Deuda (a cierre del ejercicio, en millones de euros)	411,1	487,3
Deuda / EBITDA** (proporción)	1,7x	2,2x
Deuda / patrimonio (proporción)	0,7x	0,9x
EBITDA** / gasto financiero neto (proporción)	35,8x	28,8x
Total activo (millones de euros)	1.407,3	1.404,9
Total patrimonio neto (millones de euros)	610,0	528,1

***Free cash flow 2017** 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 2017** proforma; incorpora el EBITDA últimos 12 meses de Santos Barosa.

Perspectivas

El consumo de productos envasados en vidrio avanza al ritmo del progreso sociodemográfico, el desarrollo de los estilos de vida modernos y la creciente preferencia de consumidores y envasadores hacia el vidrio frente a materiales de envasado alternativos.

En este contexto, la demanda en nuestras regiones de actividad se mantiene firme, mostrando signos de estabilidad que serán consistentes con los marcos económicos regionales y los patrones de consumo descritos.

Bajo esta coyuntura, la gestión en Vidrala durante el año 2019 estará dirigida a acciones internas destinadas a garantizar el servicio al cliente, invertir en nuestras instalaciones industriales con ambición de futuro y gestionar el entorno inflacionista de costes con el objetivo de reforzar los márgenes operativos del negocio.

En todo caso, las directrices de largo plazo se mantendrán intactas, firmemente enfocadas hacia el cliente, la competitividad y la estructura de capital como garantías irrenunciables para el negocio. En consecuencia, se espera mantener durante el año 2019 un ritmo creciente de generación de caja y una consiguiente progresiva reducción del endeudamiento. Construimos 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 a largo plazo del dividendo, 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 añadido, Vidrala trata de definir herramientas complementarias de retribución al accionista que se consideran eficientes y consistentes con cada coyuntura de negocio.

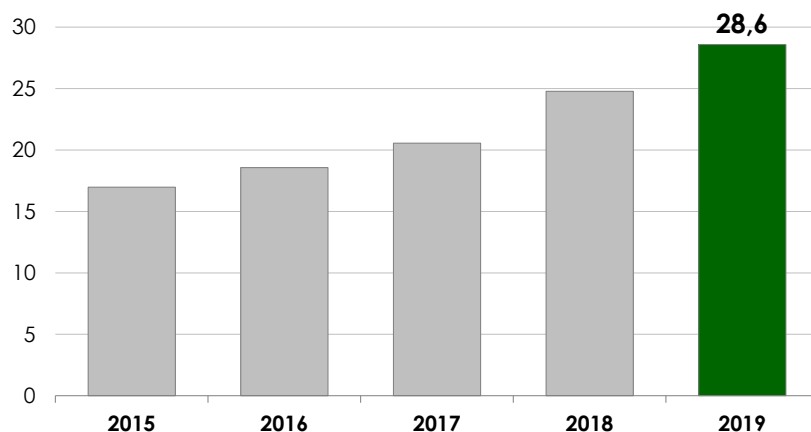
En coherencia con esta política, a lo largo del año 2018 se repartieron en efectivo 96,19 céntimos de euro por acción en concepto de dividendos, y 4 céntimos de euro por acción en concepto de prima de asistencia a la junta general, acumulando un reparto en efectivo anual de 1,0019 euros por acción, lo que reflejó un incremento del 20,5% respecto al año anterior.

Asimismo, durante el mes de noviembre del año 2018 se llevó a cabo una ampliación de capital liberada mediante la cual se otorgó a cada accionista el derecho a percibir gratuitamente un 5% adicional de acciones en la proporción de una acción nueva por cada veinte acciones existentes.

Al respecto de los desembolsos previstos para el año 2019, el Consejo de Administración ha propuesto un reparto de resultados que representa un incremento en el dividendo anual de un 15%, considerando que las nuevas acciones asignadas gratuitamente tendrán pleno derecho de percepción. El primer reparto a cuenta fue satisfecho el pasado 14 de febrero de 2019 por un importe de 76,64 céntimos de euro por acción. El segundo reparto, en forma de dividendo complementario, ascendería a 29,17 céntimos de euro por acción a desembolsar el 12 de julio de 2019. Asimismo, 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 2019 ascendería a 1,0981 euros por acción.

REMUNERACIÓN EN EFECTIVO DIVIDENDOS Y PRIMAS AL ACCIONISTA

Millones de euros, desde el año 2015



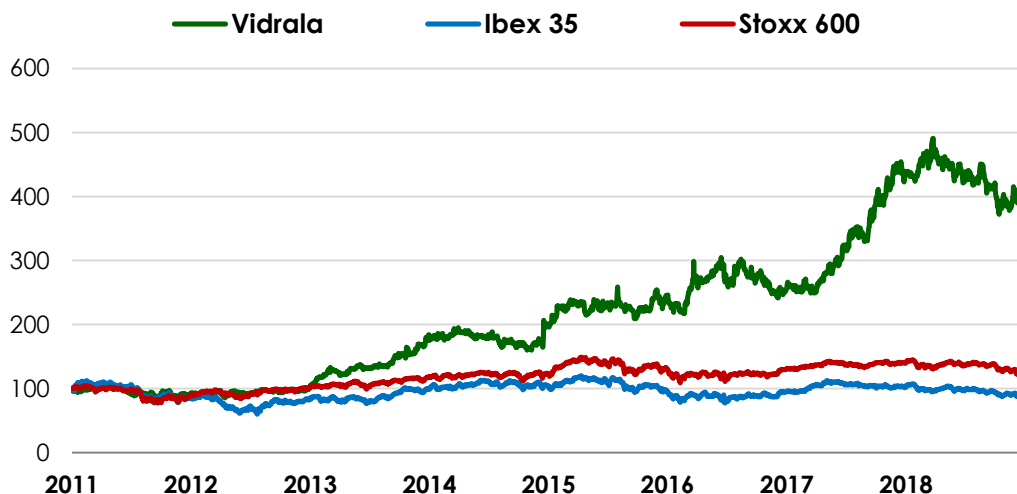
Como medida extraordinaria adicional, el pasado 20 de diciembre de 2018, la Sociedad hizo público un programa de recompra de acciones propias, a través del cual se adquirirán hasta 192.000 acciones por un importe efectivo máximo de 16 millones de euros. El objeto del programa, que debe ser considerado como una herramienta complementaria de retribución al accionista, será amortizar acciones propias equivalentes a un 1% del capital social, incrementando proporcionalmente el beneficio por acción que corresponde a cada accionista.

Evolución bursátil

La cotización de la acción cerró 2018 en 73,90 euros lo que equivale a una capitalización bursátil de 1.924 millones de euros.

EVOLUCIÓN DE LA COTIZACIÓN

Términos porcentuales comparados, base 2011



	Ejercicio 2018
Cotización a cierre del periodo (euros)	73,90
Capitalización bursátil (millones de euros)	1.924
Retribución en efectivo (euros/acción)	1,0019
<i>A cuenta (14/02/2018)</i>	0,6967
<i>Complementario (13/07/2018)</i>	0,2652
<i>Prima asistencia JGA (11/06/2018)</i>	0,0400



Anexo I. Medidas alternativas de rendimiento.

Vidrala presenta esta información al objeto de favorecer la comparabilidad e interpretación de su información financiera y en cumplimiento de las Directrices de la Autoridad Europea de Valores y Mercados (ESMA) sobre Medidas Alternativas de Rendimiento (APM).

A continuación, se identifican las medidas alternativas de rendimiento utilizadas por Vidrala, así como su base de cálculo. Para mayor detalle, se invita a consultar el documento de referencia colgado en la web corporativa ([enlace](#)).

EBITDA. Vidrala calcula el EBITDA como el beneficio, antes de impuestos, antes de resultados financieros y antes de dotaciones a la amortización de inmovilizado, según figure en la cuenta de resultados consolidada.

Deuda neta consolidada. Vidrala calcula la deuda neta consolidada como la suma de todas las deudas financieras con terceros a corto y largo plazo, menos el saldo de tesorería y equivalentes según figure en el balance de situación consolidado a la fecha indicada.

Flujo de caja libre. Vidrala calcula el flujo de caja libre obtenido en un periodo como la variación real en los saldos de deuda neta, sumando los pagos durante el periodo destinados a desembolsos por dividendos y compraventas de autocartera.

Otros indicadores a los que se hace referencia en este informe:

- El **margen EBITDA** se calcula como el EBITDA acumulado en el periodo reportado dividido entre las ventas netas.
- La **variación orgánica** hace referencia a la variación en perímetro comparable y divisa constante.
- El ratio **deuda/EBITDA** se calcula como la deuda neta consolidada al cierre del periodo reportado dividida entre el EBITDA obtenido en los últimos 12 meses.

Anexo II. Calendario de eventos 2019.

Eventos pasados

14 Febrero 2019

Pago de dividendo a cuenta de los resultados del ejercicio 2018

27 Febrero 2019

Publicación de resultados año 2018 (8:00h CET)

Próximos eventos

17 Abril 2019

Publicación de resultados primer trimestre 2019 (8:00h CET)

28 Mayo 2019

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

12 Julio 2019

Pago de dividendo complementario a cuenta de los resultados del ejercicio 2018

24 Julio 2019

Publicación de resultados primer semestre 2019 (8:00h CET)

25 Octubre 2019

Publicación de resultados nueve meses 2019 (8:00h CET)



VIDRALA, S.A.

Atención al accionista

Tel: +34 94 671 97 50

atencion_al_inversor@vidrala.com

www.vidrala.com