

*La continuada debilidad de la economía afecta el Informe Semestral de Bayer*

*Las ventas aumentan, pero los beneficios bajan*

## **Los beneficios anuales estarán muy por debajo de los objetivos.**

### **Realización de un amplio programa para mejorar el beneficio**

---

**Leverkusen/Barcelona, a 9 Agosto 2.001.-** Las ventas del grupo Bayer procedentes de las operaciones continuas que excluyen los grupos de negocios EC Erdölchemie y **Fibras** aumentaron un 8 por ciento en el primer semestre del 2001 en comparación con el mismo período el pasado año, llegando a los 15,6 mil millones de euros. No obstante, el resultado operativo antes de los ítems excepcionales se contrajo en un 23 por ciento a 1,5 mil millones de euros. "Esta disminución de las ganancias es muy decepcionante" - declaró el Dr. Manfred Schneider, Presidente del Consejo de Dirección de Bayer. La bajada es principalmente debida a los problemas temporales de producción de productos biológicos, el alto coste sostenido de las materias primas, especialmente en el segmento de los polímeros y una caída de la demanda de los principales sectores clientes, como las industrias del motor, eléctrica y de la construcción. Los ingresos netos cayeron en un 3 por ciento a 1,0 mil millones de euros. Esto incluye las ganancias de 0,3 mil millones de euros procedente de la venta del 50 por ciento de participación en EC Erdölchemie, hecha efectiva el 1 de Mayo del 2001.

"La recuperación económica que se anticipaba, desafortunadamente, aún no se ha materializado" -dijo el Dr. Schneider. El crecimiento en Europa y, especialmente, en Alemania, ha continuado debilitándose en el segundo trimestre. En Norteamérica tampoco se discierne un giro y ésto también está teniendo un efecto crecientemente negativo sobre los mercados asiáticos. "Contra este escenario de fondo y en vista de la carga financiera adicional y de la pérdida de ganancias en el segmento de Salud, resultante de la retirada del fármaco contra el colesterol Lipobay/Baycol, debemos asumir que las ganancias para el año serán mucho más bajas de lo que esperábamos previamente" - indicó. Para mejorar los beneficios, la compañía ha iniciado una diversidad de programas dirigidos a conseguir ahorros por un valor de 1,5 mil millones de euros para el año 2005 y que también mejorarán notablemente la capacidad ganancial a un plazo más corto.

El negocio en el segmento de Salud aumentó un 4 por ciento alcanzando los 4,9 mil millones de euros. Principalmente a causa del retraso de los lanzamientos del producto coagulante de la sangre Kogenate, realizado mediante ingeniería genética, las ventas del Grupo de Negocio Farmacéutico sólo crecieron un 2 por ciento, mientras que las de los fármacos de fabricación convencional aumentaron un 8 por ciento. El resultado operativo de este segmento disminuyó en un 39 por ciento, a 0,4 mil millones de euros, principalmente por los

problemas de producción de productos biológicos que, por sí mismos, representaron una disminución de 250 millones de euros en comparación con el primer semestre del 2000. El Grupo de Negocio Farmacéutico seguirá viéndose afectado por los problemas de Kogenate en el segundo semestre del año. Además, ahora se ha decidido retirar Lipobay/Baycol del mercado a nivel mundial, con la excepción de Japón. Según estimaciones iniciales, esta retirada tendrá un efecto negativo sobre las ganancias de este año por el orden de 600 a 650 millones de euros, de los que unos 250 a 300 millones serán registrados como ítems excepcionales. "Esto significa que las ganancias de nuestro segmento de Salud para este año disminuirán de un 40 a un 50 por ciento sobre nuestras anteriores expectativas. El objetivo para el 2002, de un margen del 20 por ciento antes de ítems excepcionales en este segmento, tampoco se podrá conseguir" -dijo el CEO de Bayer. Por otro lado, el segmento Salud ha iniciado una serie de programas de reducción de costos que arrojará unos ahorros de 600 millones de euros en los próximos años.

Las ventas del segmento de Agricultura para el primer semestre del 2001 igualaron el nivel del año anterior, de 2,1 mil millones de euros. El resultado operativo bajó un 7 por ciento a 0,5 mil millones de euros. La inercia de la economía de los Estados Unidos y América Latina tuvo un impacto negativo, mientras que las ventas en Europa se vieron perjudicadas por el decrecimiento de ventas relacionado con cuestiones climáticas respecto a productos para cereales, y a la creciente presión competitiva de los herbicidas genéricos. Con un margen operativo del 22 por ciento, sin embargo, el segmento de Agricultura continuó siendo un líder internacional en términos de beneficios.

El segmento de Polímeros aumentó sus ventas en un 9 por ciento, con 5,7 mil millones de euros. El resultado operativo, sin embargo, cayó un 28 por ciento, a 0,4 mil millones de euros. El Dr. Schneider dijo que las principales causas fueron el continuo alto coste de las materias primas y productos petroquímicos, las reducciones de inventario y unos volúmenes de producción menores en importantes industrias clientes, así como los gastos realizados para integrar el negocio de los polioles de Lyondell, adquirido el pasado año. Todos los grupos de negocio de este segmento han emprendido agresivos programas para mejorar los márgenes y muchos de ellos ya están arrojando frutos positivos. Llevarán a unos ahorros anuales de hasta 700 millones de euros para el año 2004. Aparte de esto, se prevé que la situación de las materias primas se modere ligeramente antes de fin de año y el clima económico debería mejorar a principios del 2002. "Sin tener esto en cuenta, pondremos en práctica más aumentos de precios para volver a llevar los márgenes a unos niveles adecuados" -explicó el Dr. Schneider.

El Presidente de Bayer se sentía satisfecho por el desarrollo del segmento de Química, cuyas ventas crecieron en un 19 por ciento, a 2,5 mil millones de euros, aumentando su resultado operativo en un 18 por ciento, a 0,3 mil millones de euros. La subsidiaria de Bayer, H.C. Starck, consiguió de nuevo grandes éxitos, con tasas de crecimiento de dos dígitos. Ahora bien, los primeros signos de consolidación del mercado de la electrónica significan que probablemente el crecimiento será más lento en el segundo semestre. El Grupo de Negocios de Productos de Especialidad registró un 22 por ciento de aumento en las ventas, debido principalmente a adquisiciones. El rendimiento de las ventas del segmento continuó siendo del 12 por ciento. Una estrategia de gestión de

cartera orientado a las ganancias y unos programas de contención de costes diseñados para ahorrar 200 millones de euros anuales, deberán mejorar aún más la actuación de este segmento.