

Deoleo aumenta sus ingresos un 3,6%, mejora su EBITDA hasta los 11,9 millones de euros y reduce pérdidas un 23,5% en el primer trimestre del año

- A pesar de un contexto complicado por la subida de la materia prima, crecieron las ventas y la rentabilidad se incrementó un 23,2%.
- Mejora significativa del negocio en España e Italia, Norteamérica y en Mercados Internacionales.

Madrid, 25 de abril 2017.- Deoleo registró en el primer trimestre de 2017 unos resultados sólidos y notablemente mejores que los del mismo periodo del año anterior, lo que demuestra que la nueva estrategia de gestión está empezando a dar frutos.

Así, a pesar de un contexto complicado por la subida del precio del aceite de oliva en origen -con un crecimiento interanual del 20% para el virgen extra y del 28% para el lampante- la facturación se incrementó un 3,6%, hasta los 175,1 millones de euros. Esto supone un cambio de tendencia relevante con respecto a los trimestres anteriores.

La rentabilidad del negocio también ha mejorado notablemente: el EBITDA aumentó un 23,2%, hasta los 11,9 millones de euros, y el margen de EBITDA / ventas creció en 1,1 puntos porcentuales, lo que representa un incremento del 19,29% en el ratio de rentabilidad.

El resultado del periodo fue negativo en 7,6 millones de euros frente a las pérdidas de 9,9 millones del primer trimestre de 2016, lo que supone una mejora del 23,5%.

Por otra parte, los gastos no recurrentes, que se redujeron de forma significativa, fueron de 5 millones de euros, generados principalmente por la aplicación del ERE en España.

La deuda financiera neta aumentó ligeramente, un 1%, por la necesidad de incrementar el aprovisionamiento, que se concentra en esta época del año, y así garantizar existencias de materia prima que cumplan los estándares de calidad de la compañía.

En cuanto a los resultados por regiones, todas las unidades de negocio mejoraron respecto al mismo trimestre de 2016, a excepción de la Unidad Norte de Europa.

Norteamérica mantiene su importante contribución al EBITDA total del grupo, mientras que Mercados Internacionales y Sur de Europa crecieron de forma notable.

Conclusiones

Los resultados del primer trimestre de 2017 reflejan un cambio de tendencia positivo y que es consecuencia de la nueva estrategia de gestión, orientada a la calidad y la eficiencia y que prioriza los mercados, productos y clientes de mayor margen.

Estos resultados cobran aún mayor relevancia teniendo en cuenta el contexto de alza de los precios de la materia prima.

Aun así Deoleo ha llevado a cabo medidas de calado, como los expedientes de regulación de empleo en España e Italia, esenciales para garantizar el futuro y la competitividad de la compañía.

Asimismo se está abordando la transformación de la estructura industrial y organizativa del grupo, con medidas concretas, como la venta a finales de 2016 de la planta de Antequera y el alquiler de la planta de Inveruno. Estas actuaciones vienen acompañadas de un plan de inversiones orientado a conseguir mayor eficiencia y productividad en las plantas industriales del grupo.

Además se están rediseñando los procesos y la toma de decisiones para mejorar la estructura de costes.

Todas estas medidas se reflejarán a corto plazo en los resultados de la compañía, como ya lo evidencian las cifras del primer trimestre de 2017.

Deoleo es una multinacional española de alimentación, líder mundial en comercialización de aceite de oliva, con presencia en más de 80 países de los cinco continentes, fábricas en España e Italia y delegaciones comerciales en 15 países. Deoleo cuenta con marcas líderes en todo el mundo, como Bertolli, la más vendida en EEUU, Carapelli y Sasso; y las españolas, Carbonell, Hojiblanca y Koipe.