

**COMUNICADO DE PRENSA**

**VIDRALA, S.A.**  
**EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS EJERCICIO 2011**

**Cifras Relevantes**

ACUMULADAS EN EL EJERCICIO  
(en millones de Euros)

	<b>EJERCICIO 2011</b>	<b>EJERCICIO 2010</b>	<b>Variación %</b>
<b>Ventas Netas</b>	<b>433,3</b>	405,9	+6,7%
<b>EBITDA</b>	<b>100,3</b>	100,5	-0,2%
<b>Resultado de Explotación (EBIT)</b>	<b>61,0</b>	62,9	-3,0%
<b>Resultado Neto</b>	<b>43,7</b>	49,6	-11,9%

- ✓ **Las ventas registraron durante 2011 un crecimiento del 6,7% respecto al año anterior alcanzado 433,3 millones de euros.**
- ✓ **El resultado de explotación acumuló 61,0 millones de euros equivalentes a un margen sobre facturación del 14,1%.**
- ✓ **El beneficio neto obtenido durante el ejercicio resulta 43,7 millones de euros, un 12,0% inferior al año precedente.**
- ✓ **La sostenida generación de caja durante el ejercicio se materializa en una disminución de la deuda del 13,5%.**



## RELEVANTE

Como significativo en el desarrollo de la actividad demostrado durante 2011:

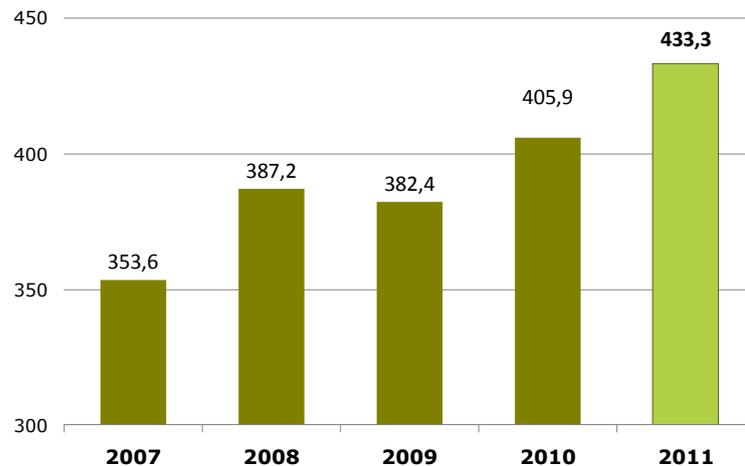
- ✓ Fortalecimiento del posicionamiento comercial del grupo consolidando cuotas de mercado en Europa.
- ✓ Rigor en la gestión de los inventarios de producto con adecuación de valor en su cuantía y calidad.
- ✓ Sólida generación de recursos de caja soportada en la disminución en las necesidades de financiación del capital circulante y la disciplina en la gestión de las inversiones.
- ✓ Reducción del endeudamiento y consolidación de la solidez financiera del grupo.
- ✓ Mejora en los indicadores de calidad de producto y de satisfacción del cliente.
- ✓ Conclusión del plan de certificación medioambiental de la totalidad de instalaciones productivas que integran el grupo Vidrala.
- ✓ Asentamiento de los pilares internos hacia el plan estratégico 2015.



## Ventas

La cifra de ventas registrada por Vidrala durante el ejercicio 2011 ha crecido un 6,7% respecto al año anterior, acumulando 433,3 millones de euros.

**CIFRA DE VENTAS  
ACUMULADO ANUAL DESDE 2007**  
En millones de euros



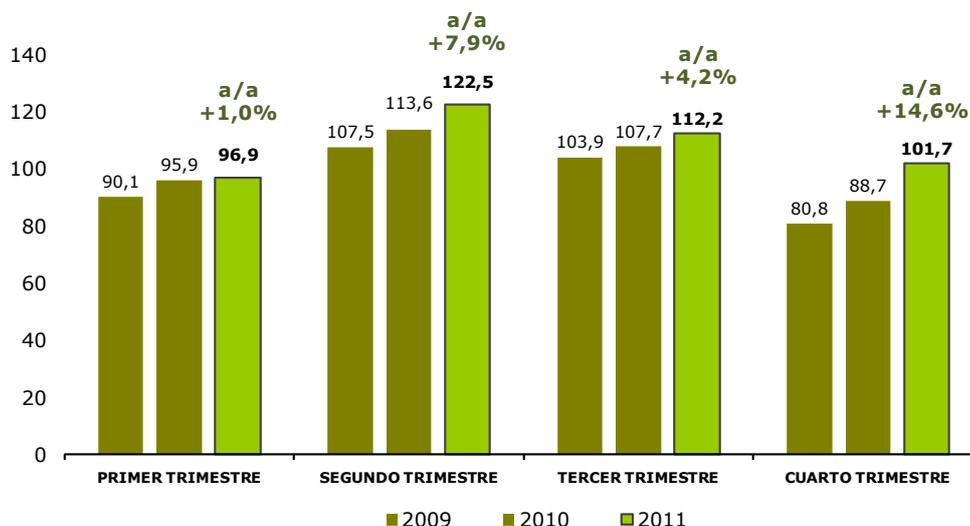
La expansión de negocio se fundamenta en el sólido posicionamiento comercial adquirido en las regiones europeas de influencia geográfica. La consolidación de cuotas en mercados, segmentos y clientes estratégicos, soporte de la estrategia de internacionalización implementada durante los últimos años, ha evidenciado sus beneficios en la coyuntura de negocio vigente durante 2011.

Como referencia, el incremento de las ventas fuera de la Península Ibérica ha aportado aproximadamente dos terceras partes del crecimiento total en la facturación.

La tendencia de la demanda observable a lo largo del ejercicio verifica señales de estabilidad en todas las regiones de influencia. De este modo, en el crecimiento de la facturación, los volúmenes han contribuido en proporción superior a los precios. Las ventas en unidades registradas durante 2011 han alcanzado la cifra récord de 3.300 miles de millones de envases.

## CIFRA DE VENTAS HISTÓRICO TRIMESTRAL DESDE 2009

En millones de euros



## Actividad Industrial

Durante el año 2011 se ha mantenido limitada la utilización de la capacidad productiva del grupo en niveles en promedio cercanos al 90%. En conjunto se han registrado niveles de eficiencia productiva por debajo de lo previsto.

Del mismo modo, se han aplicado las paradas de producción programadas en la planta de Portugal, Gallo Vidro, para la remodelación completa de un horno de fusión de vidrio.

En conclusión, el crecimiento de la producción ha resultado inferior al crecimiento aportado por las ventas. Como resultado, los stocks de producto se han demostrado en ciertos periodos limitados para atender las crecientes necesidades del mercado lo cual ha provocado costes adicionales en la cadena de suministro.

## Resultados

Los beneficios del posicionamiento comercial desarrollado por Vidrala han permitido progresos en la cifra de negocio durante 2011 superiores a las tasas orgánicas de crecimiento de la demanda.

Sin embargo, la presión inflacionista en los costes de producción ha superado ampliamente las previsiones como consecuencia de encarecimientos en los costes energéticos, de las materias primas y de los indicadores generales de precios que impactan en los costes de estructura.

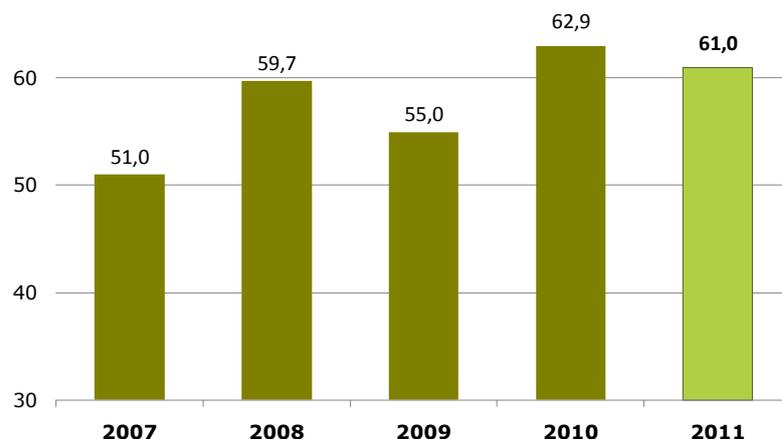
Operativamente, la utilización de capacidad productiva resultante en 2011 se ha situado en el conjunto del grupo en niveles inferiores a lo óptimo. Como resultado, coyunturalmente, no ha sido posible realizar el efecto de la palanca operativa previsible de unas mayores cifras de ventas y de producción. La insuficiente utilización productiva, la reducción de los inventarios y el efecto de costes de producción no proporcionados a los precios de venta han tenido un impacto dilutivo en los márgenes operativos.

En suma, el resultado operativo bruto, EBITDA, se ha mantenido invariado respecto al año anterior acumulando 100,3 millones de euros.

El resultado neto de explotación, EBIT, acumula 61,0 millones de euros lo que sitúa el margen sobre las ventas en 14,1%.

### RESULTADOS DE EXPLOTACIÓN (EBIT) ACUMULADO ANUAL DESDE 2007

En millones de euros



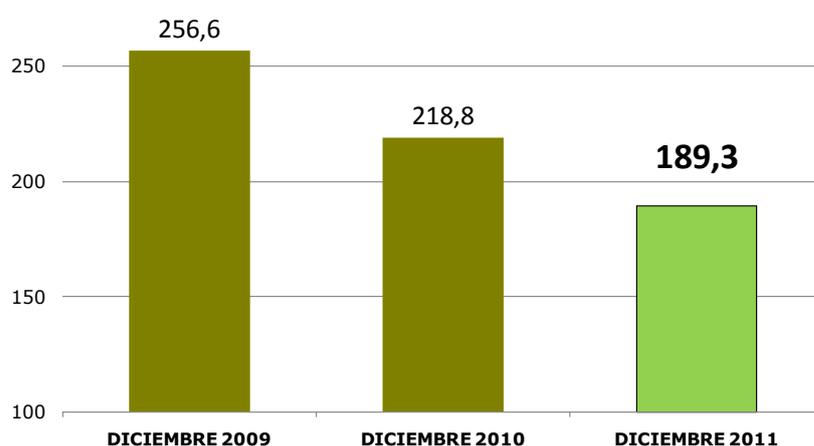
Finalmente, el beneficio neto del ejercicio acumula 43,7 millones de euros, un 11,9% inferior al registrado el ejercicio precedente.

Con relación al balance, el ejercicio se salda con una reducción de la deuda neta del 13,5% respecto al año anterior hasta 189,3 millones de euros.

Es el resultado de una generación neta de caja libre, antes de dividendos y operaciones de autocartera, de 48,8 millones de euros.

En suma, a pesar de un resultado operativo inferior al esperado, el cash flow libre generado en el periodo equivale al 11,1% de las ventas.

**EVOLUCIÓN DEUDA NETA**  
Millones de euros. Desde 2009.



Ratios de solvencia financiera a 31 de diciembre 2011	
Deuda neta / EBITDA 12M	1,89x
Deuda neta / Patrimonio neto	0,61x

## Conclusiones y Perspectivas

La evolución reciente de los mercados de venta debe ser señal de una tendencia en la demanda de envases de vidrio estable durante 2012. Las expectativas reflejarían las características inherentes de los productos de alimentación y bebidas a los que sirve el sector, cuya demanda es, en general, no discrecional y menos afecta al ciclo económico.

No obstante, el sector no es inmune al contexto económico. La compleja coyuntura macroeconómica de partida y los efectos de las medidas de ajuste fiscal emprendidas a lo largo de la Unión Europea limitarán la recuperación del consumo privado en el corto plazo.

Las perspectivas de crecimiento en la demanda deben ser, por tanto, moderadas. Sin duda, será relevante para el desarrollo de la misma una nueva demostración de la capacidad exportadora de muchos de los productos a los que el sector de envases atiende. Asimismo, deberán comportarse como catalizadores positivos la continuación en el progreso del turismo en el sur de Europa y el previsible efecto de eventos extraordinarios con potenciales alicientes para el consumo de bebidas.

Los costes de producción en la industria de envases se mantienen sometidos a una presión inflacionista que está deteriorando la competitividad del sector. Los precios de la energía y algunas materias primas se mantienen en niveles elevados y en tendencia alcista. En consecuencia, resulta imprescindible una adaptación coherente de los precios de venta a la coyuntura real del coste de producción.

Operativamente, la utilización de la capacidad productiva a lo largo del Grupo se incrementará en la medida en que lo exijan los crecimientos en los volúmenes de venta. El positivo efecto de palanca operativa se deberá completar con recuperaciones en la eficiencia productiva, avances en los procesos de optimización de los centros productivos menos eficientes y un plan de inversiones con menores impactos en la producción.

El resultado de lo anterior, combinado con precios de venta que deben mostrarse más proporcionados a los costes, permite prever márgenes operativos a lo largo de 2012 superiores al año anterior.

En paralelo, la gestión del negocio se mantendrá focalizada en optimizar la capacidad de generación de caja como pilar de creación de valor futuro. En este sentido, el plan de capex previsto durante el año no superará la cifra de amortizaciones. Su efecto, unido a progresiones en el resultado operativo y disciplina en la gestión del circulante deberá materializarse en mayor generación de cash flow que se aplicará, principalmente, a reducir el endeudamiento y reforzar la posición financiera.

## Información Relevante para el Accionista

### Retribución al accionista

A lo largo del ejercicio 2011 se han repartido en efectivo 57,01 céntimos de euro por acción en concepto de dividendos y prima de asistencia a la junta general. En suma, la retribución repartida en efectivo se ha incrementado en un 10% respecto al ejercicio precedente considerando que todas las acciones en circulación han tenido derecho a su percepción, incluyendo las asignadas gratuitamente en la ampliación liberada ejecutada durante 2010.

Adicionalmente, durante el año se procedió a la amortización de 550.000 acciones, representativas de un 2,3% del capital de la sociedad, que habían sido adquiridas por la cartera propia. La cancelación de acciones propias es considerado un método indirecto y adicional de retribución al accionista que gratuitamente incrementa su porcentaje de participación en los resultados del grupo. El montante equivalente de las acciones recompradas y posteriormente amortizadas incrementa la remuneración al accionista en un 70% adicional al dividendo en efectivo.

Por último, se llevó a cabo durante el mes de noviembre una ampliación de capital social liberada, en la proporción de una acción nueva por cada veinte existentes que fueron asignadas gratuitamente entre todos los accionistas.

El conjunto que compone la gestión retributiva de 2011 acredita la coherencia en la implementación de la política de retribución descrita, basada en la mejora sostenida de la remuneración y la combinación de alternativas que se consideran eficientes en cada coyuntura.

