



GRUPO
OMSA *Alimentación*, SA

**Presentación Instituto de Analistas
Bolsa de Madrid
12 de abril de 2000**

-
- ⇒ **EJERCICIO 1999**
 - ⇒ **EVOLUCIÓN RECIENTE**
 - ⇒ **ANEXOS**
 - ⇒ **EL GRUPO CAMPOFRIO CON OMSA**

EJERCICIO 1999

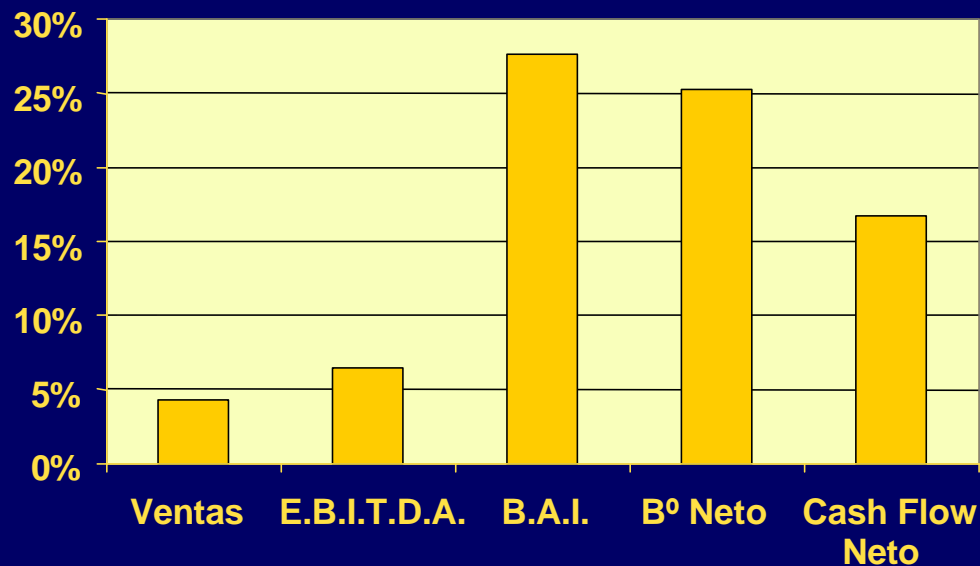


Resultados 99

Ventas	39.160
E.B.I.T.D.A.	2.122
B.A.I.	1.241
B° Neto	1.046
Cash Flow Neto	1.926

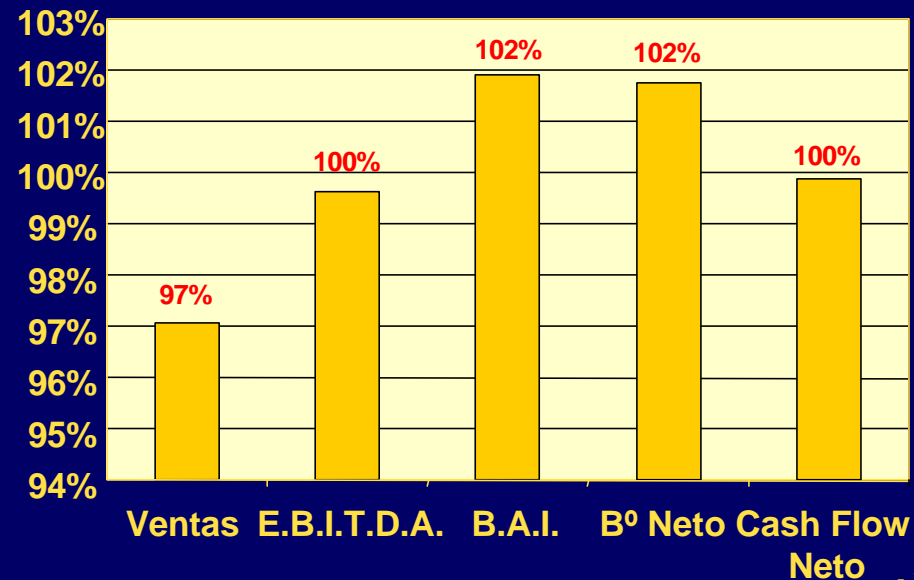
Otro año de fuerte crecimiento

Crecimiento 99 / 98



Cumplimiento de un presupuesto ambicioso

Cumplimiento Presupuesto



EJERCICIO 1999

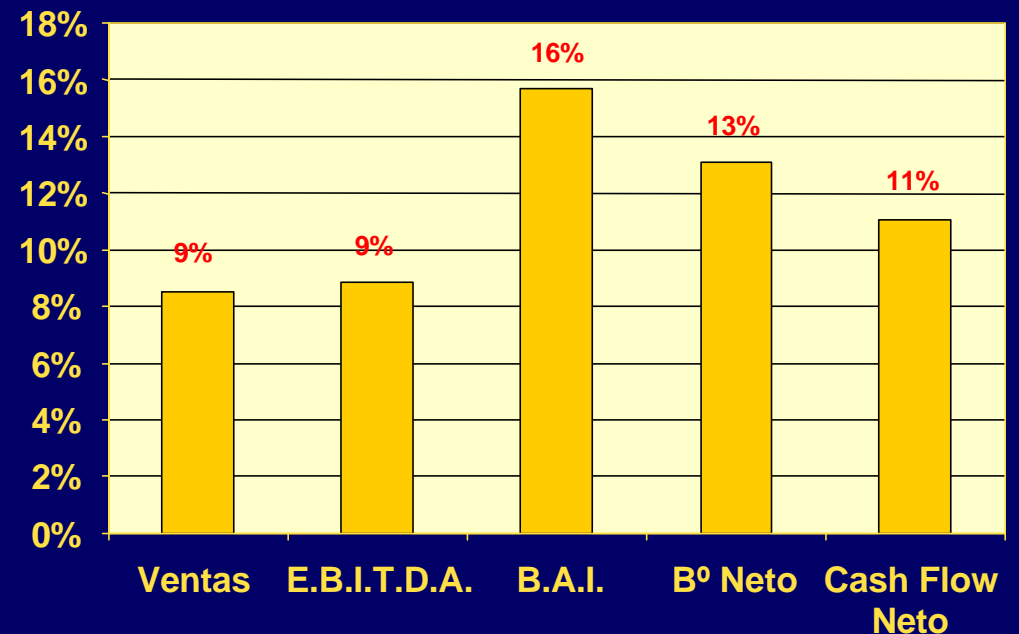


Presupuesto 2000

Continúa el crecimiento

	1999R	2000E
Ventas	39.160	42.500
E.B.I.T.D.A.	2.122	2.310
B.A.I.	1.241	1.436
B° Neto	1.046	1.183
Cash Flow Neto	1.926	2.144

Año 2000: Crecimiento estimado

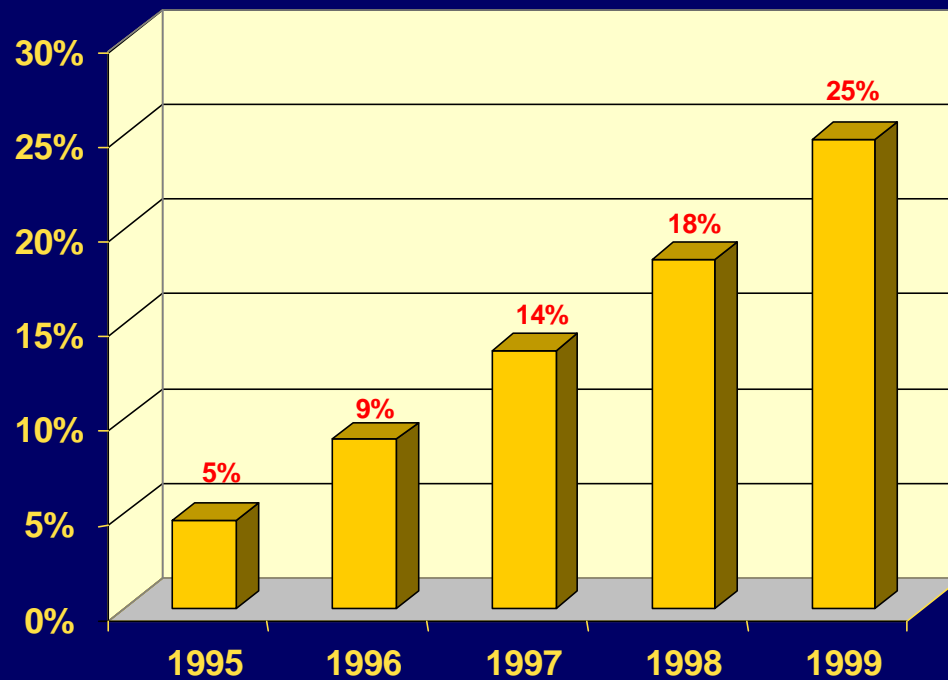


EJERCICIO 1999



OMSA: Empresa internacional

Porcentaje sobre ingresos totales (ptas)



Países en los que está presente

ITALIA	GRECIA	HOLANDA
FRANCIA	AUSTRIA	REINO UNIDO
PORTUGAL	BÉLGICA	OTROS

- ⇒ Ventas en extranjero: 9.700 Mill. Pta.
- ⇒ + 40% respecto a 1998
- ⇒ Sin apenas inversión en instalaciones ni estructura comercial



- ⇒ Manteniendo fuertes tasas de crecimiento
- ⇒ Sobre niveles de venta importantes (98: 6.900 Mill. Pta.)
- ⇒ Desarrollo exterior con riesgo muy limitado

JAMCAL

- ⇒ Constitución de Jamcal Alimentación, S.A.
- ⇒ Capital: OMSA + Ibercaja (50%)
- ⇒ Producción de jamón curado
- ⇒ Denominación de origen "Teruel"
- ⇒ Capacidad: 650.000 piezas/año
- ⇒ Fecha objetivo de puesta en marcha: 2001

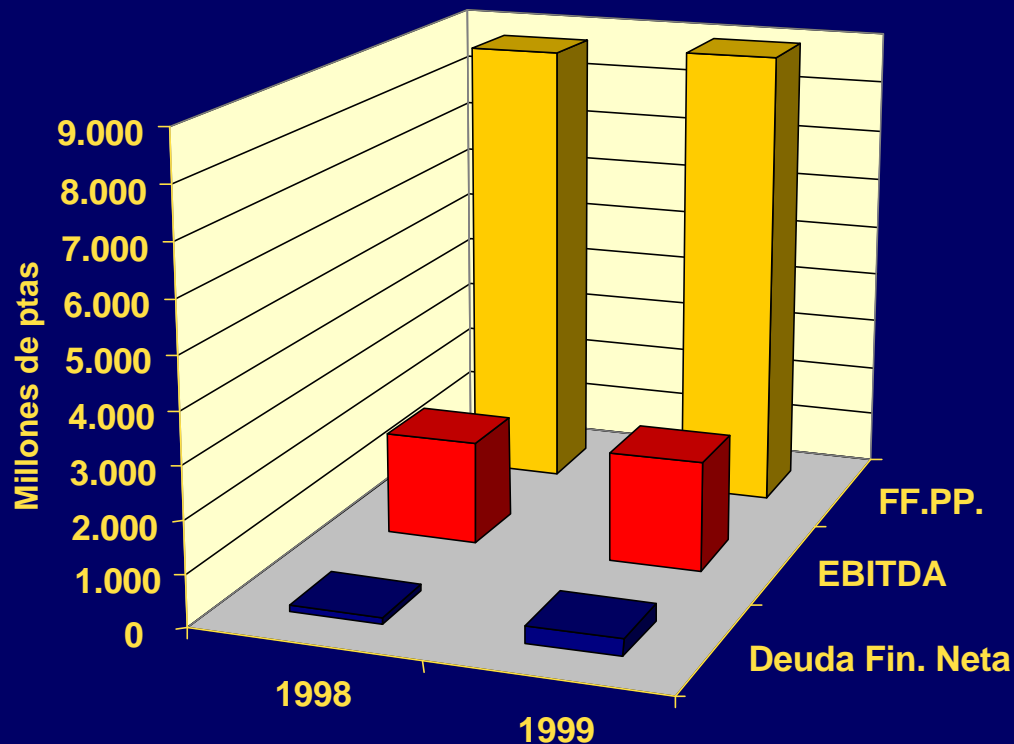


- ⇒ Potenciación de segmento de gran interés
 - ✓ Experiencia en producción y comercialización de jamón denominación de origen Teruel (Calamocha)
- ⇒ Producto con potencial de exportación
- ⇒ Posibilidad de maquila o comercialización propia

EJERCICIO 1999



POTENCIAL DE INVERSIÓN



	1998	1999
Deuda Financ. Neta	124	343
EBITDA	1.993	2.122
FF.PP.	8.748	8.925

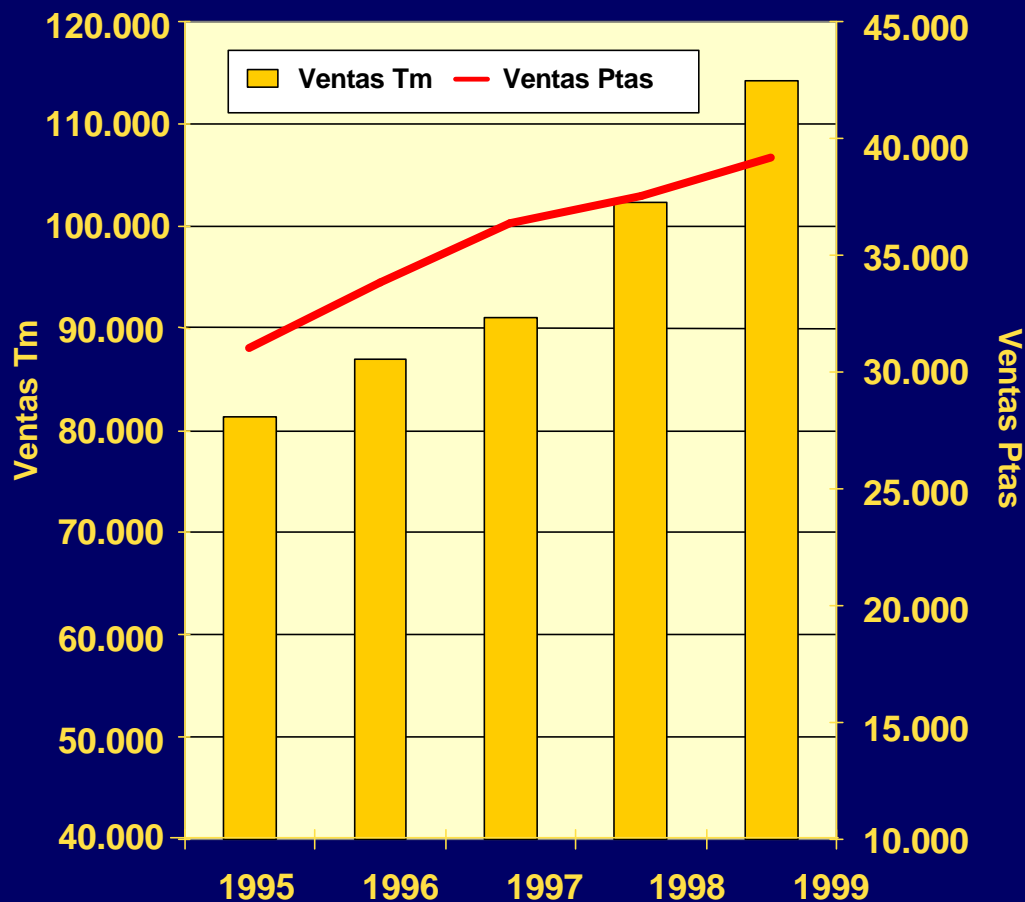
- ⇒ Nivel de endeudamiento muy bajo
- ⇒ Capacidad financiera para entrada en proyectos atractivos
- ⇒ Jamcal:
 - ✓ Oportunidad aprovechada
 - ✓ Escaso consumo de recursos

-
- ⇒ EJERCICIO 1999
 - ⇒ EVOLUCIÓN RECIENTE
 - ⇒ ANEXOS
 - ⇒ EL GRUPO CAMPOFRIO CON OMSA

EVOLUCIÓN RECIENTE



CRECIMIENTO SOSTENIDO DE LAS VENTAS



- ⇒ Continuidad en la tendencia de crecimiento
- ⇒ + 12% en Tm
- ⇒ Evolución de precios: Ha implicado menor crecimiento en ptas.

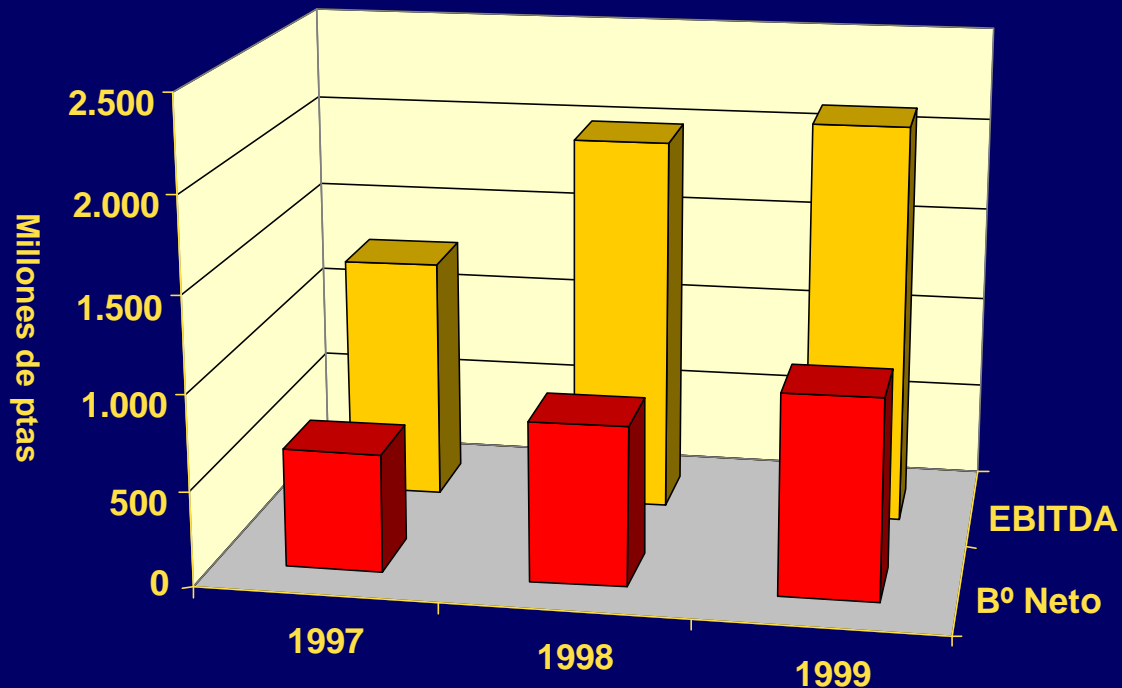
Ventas 1999

	Total	Elaborados	Carnes
Tm	114.327	32.044	82.283
Ptas	39.160	18.405	20.755

EVOLUCIÓN RECIENTE



FUERTE AUMENTO EN RESULTADOS



- ⇒ Con precios en mínimos de la década:
- ⇒ Fuerte crecimiento en resultados



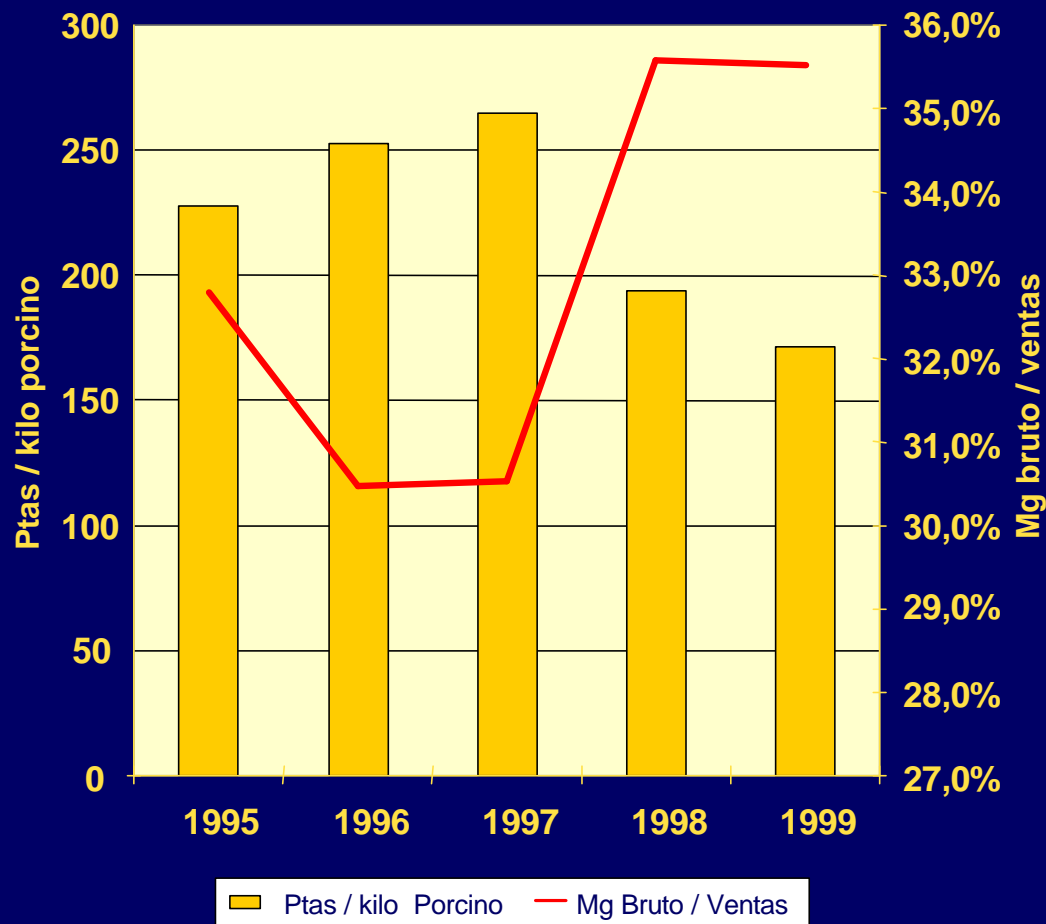
⇒ **GRAN CRECIMIENTO DE RENTABILIDAD**

	1997	1998	1999
EBITDA / Ventas	3,5%	5,3%	5,4%
Bº Neto / Ventas	1,7%	2,2%	2,7%

EVOLUCIÓN RECIENTE



PRECIO DE MATERIAS PRIMAS



- ⇒ Relación inversa entre precio de materias primas y márgenes obtenidos
- ⇒ Inga Food: Reduce impacto de subidas del porcino

-
- ⇒ EJERCICIO 1999
 - ⇒ EVOLUCIÓN RECIENTE
 - ⇒ **ANEXOS**
 - ⇒ EL GRUPO CAMPOFRIO CON OMSA

RATIOS BURSÁTILES HISTÓRICOS

	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Valor Nominal (Pta)	250	250	250	250	250	250
Valor Contable (Pta)	648	645	752	737	699	713
BpA	60	27	45	49	67	84
CpA	113	86	103	115	132	154
DpA	30	30	40	95 (1)	60	60 (2)
PER	10,7	16,8	11,7	15,6	21,2	13,9
P / CF	5,7	5,3	5,1	6,6	10,7	7,5
Yield (%)	4,7%	6,6%	7,6%	12,5% (1)	4,2%	5,2%

(1) Incluye además del dividendo ordinario de 40 Pta, un dividendo extraordinario de 55 Pta bruta por acción.

(2) Previsión. Pagadas a cuenta 45 Pta por acción.

BALANCE

	1995	1996	1997	1998	1999
Gastos Establecimiento	179	255	196	152	85
Inmovilizado Material	5.108	6.675	6.657	6.717	7.085
Inmovilizado Inmaterial	708	397	415	383	342
Inmovilizado Financiero	0	0	0	246	389
Gastos a distribuir	236	101	66	44	23
Existencias	2.256	2.776	3.133	3.173	3.997
Deudores	5.114	5.992	6.482	6.312	6.665
Tesorería e IFT	116	1.302	1.176	1.362	1.164
Ajustes	18	6	3	9	56
TOTAL ACTIVO	13.735	17.504	18.128	18.398	19.806
Fondos Propios	8.081	9.425	9.231	8.748	8.925
Ingresos a distribuir	32	317	560	429	360
Provisiones	0	0	0	0	0
Deuda Financiera	1.679	895	961	1.400	1.461
Otro Pasivo a largo plazo	248	189	0	133	41
Proveedores	1.732	4.839	5.316	5.097	6.096
Otros circulantes	1.963	1.839	2.060	2.591	2.924
TOTAL PASIVO	13.735	17.504	18.128	18.398	19.806

CUENTA DE RESULTADOS

	1995	1996	1997	1998	1999
Ventas Netas	31.016	33.859	36.388	37.537	39.160
Coste de ventas	(20.843)	(23.544)	(25.275)	(24.182)	(25.251)
Margen Bruto	10.173	10.315	11.113	13.355	13.909
Otros Ingresos	171	198	127	161	190
Aumento de existencias	38	436	249	(87)	765
Otros Gastos de Explotación	(4.071)	(4.343)	(5.106)	(5.945)	(6.737)
Gastos de Personal	(4.863)	(4.949)	(5.103)	(5.491)	(6.005)
E.B.I.T.D.A.	1.448	1.657	1.280	1.993	2.122
Amortizaciones	(744)	(726)	(824)	(812)	(891)
Variación Provisiones de Circulante	(109)	(84)	(41)	(76)	(26)
Resultado de Explotación	595	847	415	1.105	1.205
Gastos Financieros Netos	(125)	(218)	(36)	(92)	(62)
Partic. Puestas en Equivalencia	0	0	0	(153)	(66)
Resultado Ordinario	470	629	379	860	1.077
Resultados Extraordinarios	38	147	337	112	164
Resultado Antes de Impuestos	508	776	716	972	1.241
Impuestos	(168)	(207)	(97)	(137)	(195)
Resultado Neto	340	569	619	835	1.046

ESTRUCTURA DE OMSA



PLANTAS: Torrent y Sollana (Valencia)

MATADEROS: Calamocha (Teruel), Albacete, Zaragoza y Tavernes Blanques (Valencia)

DELEGAC. COMERCIALES (11)

-
- ⇒ EJERCICIO 1999
 - ⇒ EVOLUCIÓN RECIENTE
 - ⇒ ANEXOS
 - ⇒ EL GRUPO CAMPOFRIO CON OMSA





UN PASO CLARO A LA CONCENTRACIÓN

EFFECTOS POSITIVOS PARA “OMSA”

- ⇒ Estabilidad de futuro
- ⇒ Sinergias de gestión en diversas áreas
- ⇒ Apalancamiento entre Productos de Calidad y fuerte imagen de Marca
- ⇒ Ampliación de las oportunidades en los Mercados Internacionales



UN PASO CLARO A LA CONCENTRACIÓN

EFFECTOS EN EL MERCADO

- ⇒ Nuevo estímulo a la concentración del sector
- ⇒ Mejora de la Cuota de Mercado Conjunta (>17%)
- ⇒ Coordinación de esfuerzos para la mejora genética y aseguramiento de la trazabilidad en porcino y vacuno
- ⇒ Concentración de la oferta de carnes frescas de vacuno, porcino y ovino
- ⇒ Potenciación de la Marcas líderes



POSICIÓN DE LIDERAZGO EN ELABORADOS



Producto	Cuota	Posición Mercado
Jamón Curado (**)	5,3%	2ª posición
Embutidos (**)	4,3%	3ª posición
Familia York (**)	21,3%	1ª posición
Fiambres (sin Pavo)	28,4%	1ª posición
Fiambres de Pavo	48,5%	1ª posición
Salchichas	46,3%	1ª posición
Loncheados (*)	27,7%	1ª posición

S/ Nielsen

(*) Dym Panel

(**) En claro crecimiento en base a nuevas factorías

VOCACIÓN DE LIDERAZGO EN TODAS LAS FAMILIAS



ELEMENTOS CUALITATIVOS DE LA TOMA DE CONTROL DE CAMPOFRÍO

- ⇒ **Los valores transmitidos y posicionamiento de las Marcas en el Mercado**
- ⇒ **La profesionalidad y voluntad innovadora de ambos equipos de gestión**
- ⇒ **El clima generado en el corto periodo de la negociación de la OPA**
- ⇒ **Dos culturas empresariales supieron abrir su empresa a socios americanos en los años 70**

EL GRUPO CAMPOFRIO CON OMSA



**EXCELENTES RESULTADOS FINANCIEROS SIN INCLUIR
LAS SINERGIAS POTENCIALES QUE REFUERZAN LOS
PRESUPUESTOS DEL 2000**

	OMSA	CAMPOFRÍO	TOTAL
Ventas netas	42.500	161.520	204.020
EBITDA	2.310	12.350	14.660
BAI	1.436	6.016	7.452
BDI	1.183	3.827	5.010
CASH FLOW	2.144	8.991	11.135

Sin resultados extraordinarios

En M.Ptas.



EL CAMBIO DE MILENIO COINCIDE CON UN FUERTE CAMBIO EN OMSA

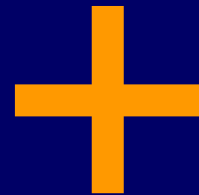
- ⇒ Los esfuerzos de más de 50 años, se consolidan en un proyecto ilusionante
- ⇒ La suma de conocimiento entre OMSA y Campofrío, una garantía de futuro
- ⇒ El desprendimiento y la sintonía de la Alta Dirección de ambas sociedades, lo han permitido

EL GRUPO CAMPOFRIO CON OMSA



- ⇒ **En mercados competitivos, el esfuerzo conjunto, y la dimensión, factores claves de estabilidad**
- ⇒ **La orientación hacia el Consumidor, seguirá siendo el “Norte” de todas las actuaciones**
- ⇒ **El compromiso de permanencia del equipo directivo de OMSA, no es sólo una obligación, sino una “renovada ilusión” con nuevas metas y retos para crear valor en la empresa**

EL GRUPO CAMPOFRIO CON OMSA



Una buena oportunidad para todo el equipo humano de ambas Sociedades, donde podrán llevar a cabo una mejora profesional, apoyados por el crecimiento potencial que la coordinación de esfuerzos y el refrendo de los Consumidores pueden permitir