



CARTA DEL PRESIDENTE

E

ESTIMADAS/OS STAKEHOLDERS,

En 2018 la economía mundial mantuvo el tono expansivo de ejercicios anteriores con un crecimiento del PIB al cierre de año del 3,7%. Pese a ello, a medida que transcurrió el año fueron aumentando los indicadores que apuntaban a que el máximo del ciclo expansivo quedaba atrás. En concreto, los indicadores de confianza han disminuido en buena parte de las mayores economías mundiales como reflejo de un aumento de la inestabilidad vinculada a las tensiones comerciales, el endurecimiento de la política monetaria en Estados Unidos, la negociación del Brexit y la orientación de la política fiscal en Italia.

El crecimiento medio del PIB de la Eurozona fue del 1,8% 2018 frente a un 2,4% en 2017. La actividad económica, lastrada por el deterioro de las exportaciones, no pudo mantener el fuerte ritmo que registró en 2017. La tasa de paro se redujo hasta el 8% mostrando un buen comportamiento, aunque a partir del verano las tensiones políticas se hicieron palpables en el ánimo de empresarios y consumidores. En Estados Unidos la economía aceleró su crecimiento en 2018 hasta el 2,9% del PIB apoyada en el buen comportamiento de la demanda interna, la revitalización del mercado laboral y el aumento de las presiones inflacionistas que permitieron a la Reserva Federal aumentar el tipo de interés de referencia en línea con sus objetivos de política monetaria.

Respecto a los patrones de consumo, durante 2018 se han mantenido las tendencias de ejercicios anteriores centradas en torno a la personalización de la experiencia del consumidor y los cambios sociales provocados por el envejecimiento de la población, la reducción del número de miembros de las familias y unas nuevas generaciones más preocupadas por su entorno social y el medioambiente. Asimismo, sigue registrándose un acceso cada vez mayor de la población a Internet lo que deriva en un consumidor mucho más informado, multicanal e hiperconectado, al que le gusta, antes de comprar, buscar y comparar en Internet.

Todos estos cambios suponen retos a la distribución y a los productores, que para llegar y fidelizar a sus clientes tienen que utilizar técnicas de marketing, totalmente distintas a las utilizadas en la última década y donde el uso de Big Data y la rapidez y personalización de las acciones de marketing tienen una importancia creciente.

En el ámbito de las materias primas, los precios recogidos en el Commodity Price Index del Banco Mundial estuvieron claramente condicionados por la evolución del barril de petróleo que fluctuó entre los 60 y 80 dólares por barril Brent, encareciendo sus derivados y el coste de transporte.

Los precios internacionales del arroz repuntaron a comienzo de ejercicio vinculados un menor stock en el mercado americano pese a la buena cosecha mundial de la campaña anterior. Una vez confirmado que la





cosecha 18/19 también era abundante y la recuperación de la siembra de Estados Unidos los precios tomaron una senda a la baja. Por el contrario, las variedades aromáticas mantuvieron los precios elevados que se cotizan desde mediados de 2017 aunque con una evolución dispar: precios de basmati acompañando el tono de fondo de mercado y fragantes todavía en máximos históricos.

Los índices de precio sobre granos (maíz, trigo, cebada y arroz) mantuvieron un tono más relajado con un ligero incremento general de precios más acusado en los trigos blandos, fruto de la meteorología adversa en Europa. Respecto al trigo duro, se mantuvo la estabilidad de las últimas campañas, con ligeros repuntes en precio antes de la cosecha, pero sin las oscilaciones vistas en años anteriores.

Centrándonos en la evolución del Grupo, 2018 ha sido un año complicado para la compañía desde el punto de vista de la generación de recursos, EBITDA, que disminuye un 13,4%. La cifra comparable es ligeramente mejor ya que ésta incluye un impacto negativo por la variación de tipo de cambio de €4,4 millones. Las causas del retroceso se deben fundamentalmente a las difíciles circunstancias acaecidas de manera simultánea en la filial arrocera norteamericana, siendo éstas: el encarecimiento del precio de las materias primas auxiliares (envases y embalajes) y de las materias primas agrícolas, fundamentalmente el arroz jazmín de Tailandia, aunque también el basmati y el americano; la extraordinaria subida de los costes logísticos en EEUU como consecuencia de la falta de transportistas y el aumento del precio de los carburantes; y la situación de pleno empleo en USA que provocó una falta de personal en todo el país y el aumento de costes salariales, afectando de forma especial a nuestra planta de Freeport (Texas) por el fuerte crecimiento de la industria petroquímica en la zona.

Pero 2018 ha sido un año en el que también hemos vivido otros hitos muy positivos, como: 1) la incorporación de la compañía italiana de pasta fresca Bertagni, que nos ha posicionado como segundo fabricante mundial de pasta fresca, 2) la fortaleza de nuestro negocio arrocero europeo, que en un contexto más complejo repite el éxito del año anterior, 3) la solidez de nuestras principales marcas, que han continuado afianzando su liderazgo y aumentando su participación de mercado, mostrando el reconocimiento del consumidor hacia la calidad y diferenciación de nuestros productos, y 4) la constatación de la buena salud de los negocios del Grupo que ha posibilitado reducir el impacto de las dificultades sobrevenidas en nuestra sociedad Riviana.

Este positivo fondo de salud, junto con una acertada política de aprovisionamiento de materias primas para garantizar la estabilidad durante la primera parte del ejercicio 2019, el ambicioso plan de reestructuración de costes que hemos comenzado a implementar en Estados Unidos, la rentabilidad que obtendremos de las inversiones realizadas en CAPEX durante el último trienio, y los positivos efectos que hemos empezado a vislumbrar en el tercer trimestre como resultado de las medidas implementadas durante el año, nos permite pensar que volvemos a estar en un buen punto de partida para afrontar el ejercicio 2019.

Desde el punto de vista bursátil, durante el ejercicio, nuestra acción se depreció un 7,9 %. En ese mismo periodo, el Ibex 35 cerró con una caída del 15,3%, el Ibex Med un 13,9%, el Ibex Small un 9% y el Eurostoxx Food and Beverage un 17,9%. A cierre de este Informe (31 de marzo de 2019), la acción de Ebro se ha apreciado un 10% frente a un 11,2% del Ibex 35, un 6,6% del Ibex Med y un 9,8% del Ibex Small.

En cuanto a Responsabilidad Social, 2018 ha sido un año muy importante para la definición de la estrategia del Grupo Ebro de los próximos años. Hemos profundizado en las expectativas de nuestros grupos de interés, hemos analizado con detalle nuestros impactos y también en que Objetivos de Desarrollo Sostenible podemos hacer una mayor contribución. Fruto de ello comunicaremos durante el primer semestre de 2019 nuestro Plan Global de Sostenibilidad “Rumbo a 2030”, un Plan de Acción que nos permitirá continuar avanzando conforme a los 10 Principios del Pacto Mundial y que girará en torno a tres pilares fundamentales: Personas, Planeta y Salud y Bienestar. En torno a ellos, hemos configurado para los próximos 12 años una serie de acciones y objetivos que garantizarán la integración de la sostenibilidad en la gestión del negocio y en los procesos de toma de decisión del Grupo Ebro y por tanto al crecimiento sostenible de la compañía.

Antonio Hernández Callejas

PRESIDENTE DE EBRO FOODS