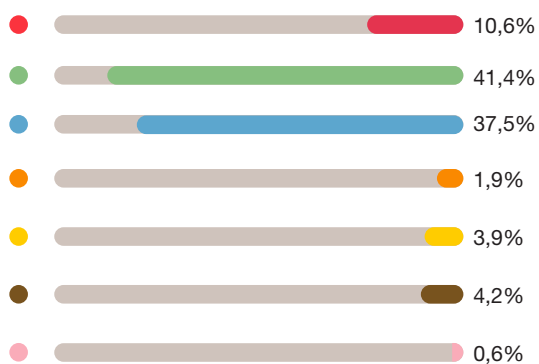




ÁREA ARROZ

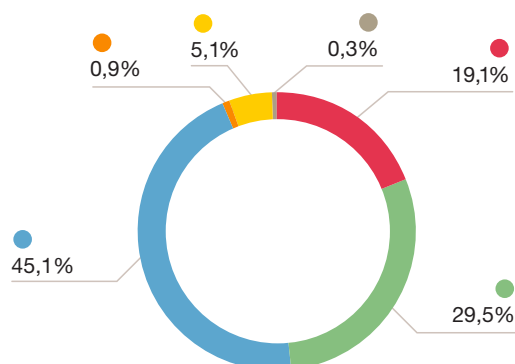


1.412,7 Mill€

VENTAS DEL ÁREA ARROZ POR
ÁREAS GEOGRÁFICAS

161,9 Mill€

EBITDA DEL ÁREA ARROZ POR
ÁREAS GEOGRÁFICAS



ESPAÑA



EUROPA



NORTEAMÉRICA



SUDAMÉRICA



ÁFRICA



ASIA



ORIENTE MEDIO



OTROS



PÉRDIDAS Y GANANCIAS	2016	2017	2017/2016	2018	2018/2017	TAMI 2018-2016
Venta Neta	1.283.853	1.345.026	4,8%	1.412.702	5,0%	4,9%
Publicidad	(30.135)	(28.088)	(6,8%)	(26.969)	(4,0%)	(5,4%)
EBITDA	196.264	205.988	5,0%	162.065	(21,3%)	(9,1%)
EBIT	163.561	172.522	5,5%	123.989	(28,1%)	(12,9%)
Resultado Operativo	169.240	174.027	2,8%	125.392	(27,9%)	(13,9%)
Capex	47.391	65.807	38,9%	64.583	(1,9%)	16,7%

Desde el punto de vista de las compras y precios de arroz el año estuvo dividido en dos partes claramente diferenciadas marcadas por las nuevas cosechas: un inicio que siguió la tendencia alcista del final de 2017 y una segunda mitad de año con precios a la baja.

Por zonas geográficas, en la Unión Europea el arranque de ejercicio trajo incrementos de precios ante la amenaza de sequía en España que finalmente se disipó con una primavera especialmente lluviosa, pero que supuso un incremento de los precios de compra del stock de enlace. Tras unos meses de relativa calma, la imposición de aranceles a la importación a los arroces largos procedentes de Camboya y Myanmar anunciada por la Unión Europea a final de año ha vuelto a añadir tensión a los mercados de estas variedades.

En Estados Unidos, la cosecha 17/18 fue significativamente inferior a las precedentes debido a la reducción de la superficie cultivada, dejando un stock de enlace inferior al de los últimos cinco años. Esto se tradujo en un incremento de precios en el cierre del año 2017 que se mantuvo hasta que las noticias de la siembra y recogida de la campaña 18/19 (con un incremento estimado del 23% sobre la anterior) permitieron aliviar la tensión de suministro con una bajada de precios en el último tercio del año 2018. Pese a ello la previsión de una cosecha de arroz de grano medio en Australia muy reducida mantiene la presión sobre los precios de estas variedades cultivadas fundamentalmente en California.

PRECIOS CAMPAÑA EEUU. AGOSTO-JULIO (FUENTE: USDA)

\$/CWT	17/18 (*)	17/18	16/17	15/16	14/15
Precio medio	11,6-12,6	12,7	10,4	12,2	13,4
Grano largo	10,2-11,2	11,5	9,64	11,2	11,9
Grano medio	16-17	16,2	12,9	15,3	18,3

(*) Rango estimado

Otras zonas de cultivo del sudeste asiático muy relevantes para las variedades largas o índicas (principales exportadores mundiales, India, Tailandia, Vietnam, Camboya, Pakistán y Myanmar) siguieron la tónica general del mercado, con un inicio ligeramente al alza y bajadas de precio a partir de verano con cosechas en general abundantes.

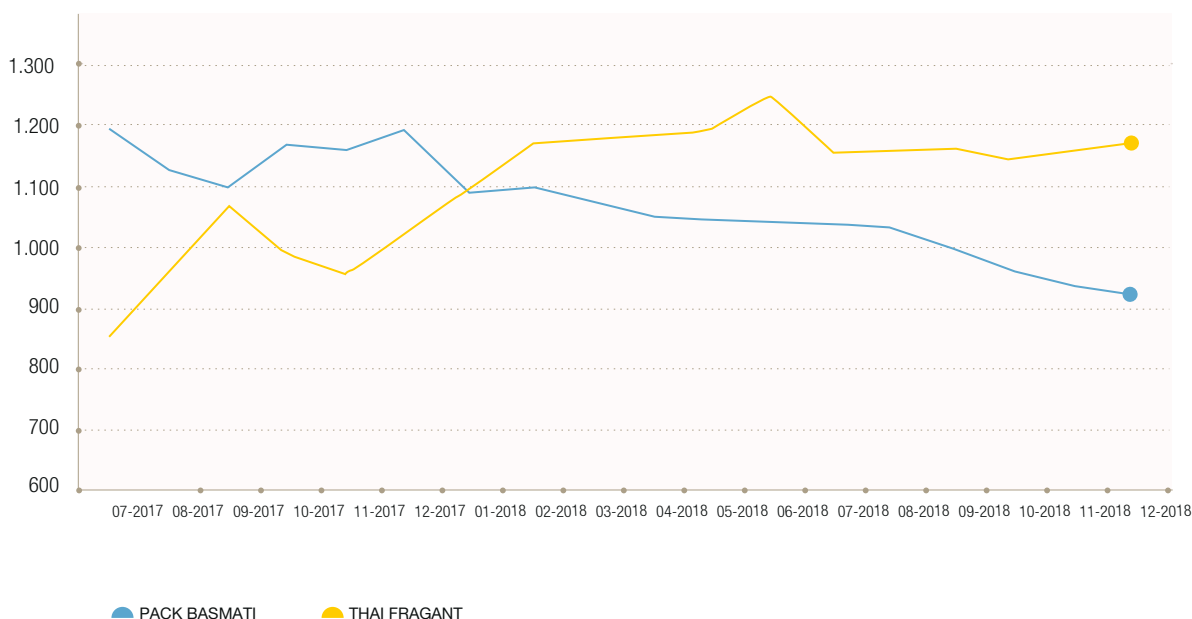
Respecto los arroces aromáticos (basmati y thai fragante) cuyo comportamiento ha tenido una incidencia relevante en la evolución de los resultados del Grupo, la brusca subida de precios puesta de manifiesto en 2017 se mantuvo e incluso se acrecentó hasta alcanzar máximos históricos por encima de los 1.200 US\$/MT para los arroces fragantes en junio de 2018, con una demanda creciente mientras que las superficies de cultivo se mantuvieron estables.

Los arroces basmati vieron relajar su precio desde máximos a comienzo de ejercicio, pero las restricciones en materia de pesticidas y fungicidas impuestas desde la Unión Europea hace que los costes de compra, análisis y trazabilidad hayan mantenido la tensión desde el lado del suministro.



La situación se refleja muy claramente en el siguiente gráfico de precios de exportación en US\$:

PRECIO EXPORTACIÓN ARROCES AROMÁTICOS (US\$/MT)



La cifra de ventas de la División experimenta una fuerte progresión debido fundamentalmente a los incrementos de precios derivados de las subidas de la materia prima en el final del año anterior y la primera parte del presente ejercicio pese a la penalización por efecto tipo de cambio, cuantificado en 25 millones de euros (tipo medio de 1,18 vs 1,13 en el año anterior).

Por áreas geográficas, las ventas realizadas en Estados Unidos suponen un 40% del área arroz mientras que el resto de las ventas se reparte entre un gran número de países, fundamentalmente de la Unión Europea.

Con unos volúmenes en línea con el ejercicio anterior (creciendo en arroces aromáticos y vasitos para microondas y estancados en arroces instantáneos por un menor número de acciones comerciales), la evolución de las ventas en Estado Unidos (incremento de 14 millones de US\$) estuvo muy vinculada a: (i) la subida de precios del arroz largo local en el final del ejercicio anterior (que experimentó un incremento medio del 10% y que se atenuó a partir de agosto con la nueva cosecha) y de los arroces fragantes de importación (ii) las subidas de los costes de transporte y de las materias auxiliares vinculadas al precio del petróleo y al incremento de la actividad y la demanda interna.

Para enfrentarse a esta situación inflacionaria se efectuaron diversos incrementos de precio: (i) centrados en las variedades aromáticas a comienzo de año, que se encontraban planificados desde finales del año anterior, y (ii) vinculados a los incrementos de costes logísticos y de los materiales auxiliares en el último tercio del año, una vez que la necesidad de trasladar estos incrementos de costes se impuso entre los principales actores del sector de la alimentación.

Pese a las tensiones en precios que han favorecido el posicionamiento de marcas blancas, la cuota de mercado se mantiene en el 23,5% en volumen y 24,3% en valor. Las únicas ventas que experimentaron un descenso en valor son las exportaciones limitadas por la menor competitividad del arroz americano frente a otros orígenes.

En Europa el Grupo mantuvo el crecimiento en la mayoría de las marcas en un mercado plano o a la baja en volúmenes y con ligeros crecimientos en valor. El éxito de los desarrollos en microondas, con crecimientos del mercado a doble dígito, ha impulsado la decisión de realizar una importante inversión para aumentar capacidad (70 MEUR) en una gran planta de precocinados en la antigua fábrica azucarera de La Rinconada, que se espera entre en funcionamiento a finales de 2020.



El EBITDA disminuye un 21,0% interanual que incluye un impacto negativo del tipo de cambio de 3,5 millones. La totalidad de la caída corresponde al negocio americano que ha sufrido un año especialmente accidentado desde el lado de los costes y suministros.

Las causas principales de este mal comportamiento de los resultados en esta zona geográfica han sido:

1. Encarecimiento general del precio del arroz y, muy especialmente, de los arroces aromáticos en el último tercio del año 2017. El incremento de coste de estos últimos ha supuesto un sobre coste, año sobre año, de aproximadamente 20 millones de US\$. Pese a las subidas planificadas en febrero la escalada de precios en origen hasta junio supuso que el incremento no pudiera ser trasladado completamente a los clientes hasta el último tercio de este ejercicio.
2. Subida del precio de materias auxiliares y logística. Un aumento de los costes logísticos cuantificado en 10 millones de US\$ derivado de las subidas de los carburantes y el incremento de la demanda de portes que llevó el índice de coste de transporte hasta máximos históricos en los meses de marzo y abril. Encarecimiento de materias auxiliares de embalaje (papel, cartón, plásticos, ...) con causas similares que supuso un impacto estimado en 6 millones de US\$.
3. Los desajustes de producción derivados, por una parte, de los daños que el huracán Harvey provocó en la fábrica de Freeport y, por otra, de la falta de personal y la enorme rotación de mano de obra como consecuencia de la situación de pleno empleo y la competencia en la captación de trabajadores cualificados por la industria petroquímica.

Para equilibrar estos incrementos de coste se pusieron en marcha diversas medidas sobre el precio de venta comentadas en los párrafos anteriores (incremento selectivo de productos y ajuste de las acciones de marketing de canal y promociones) y, adicionalmente, se activó un plan integral de mejora de la cadena de suministro y aumento de la productividad de las plantas vinculado a procesos ya en marcha de automatización de las líneas de empaquetado y ajuste de las producciones entre plantas. Los resultados se empezaron a materializar en los últimos meses del año, con una mejora de márgenes que debe extenderse al siguiente ejercicio.

La aportación al EBITDA del negocio no americano repartido por orígenes es la siguiente:

	2016	%	2017	%	2018	%
España	27.903	35,8%	28.382	32,6%	30.858	35,3%
Europa	40.261	51,6%	48.577	55,7%	46.302	53,0%
Otros	9.845	12,6%	10.210	11,7%	10.142	11,6%
TOTAL EBITDA	78.009	100,0%	87.169	100,0%	87.302	100,0%

El mejor comportamiento respecto al año anterior se produjo en España con crecimientos en volúmenes industriales y del canal retail y una reducción de la comercialización de marca blanca. En concreto, en el canal retail la evolución fue especialmente positiva en los volúmenes de los vasitos de microondas tradicionales y de la gama Benefit. Pese a ello, problemas derivados de la saturación ocasionada por la demanda creciente y la necesidad de atender pedidos desde Estados Unidos, tuvieron un impacto negativo en los márgenes.

En el resto de Europa también se sufrió el impacto del encarecimiento de los arroces aromáticos, aunque al tratarse de un mercado con mayor consumo de basmati frente a variedades fragantes, el impacto ya se había registrado en buena medida en el ejercicio anterior.

Por último, cabe destacar la incorporación al Grupo de La Loma Alimentos, S.A. una sociedad establecida en Argentina y dedicada a la producción y comercialización de arroz. Su aportación en el año ha sido mínima, dado que se integró únicamente en el último trimestre, pero se espera que sea una pieza relevante en la estrategia de diversificación de fuentes de suministro y como especialista en arroces orgánicos en el próximo ejercicio.

El **Resultado Operativo** se encuentra en línea con los anteriores márgenes con un ligero incremento del gasto por amortizaciones vinculado a las inversiones realizadas en los dos últimos años. Incluye el resultado de la venta de la marca SOS para su uso en Méjico y otros países del entorno (7 millones de euros) que es aproximadamente el mismo reflejado el año anterior por la venta de un terreno en Houston y otros gastos relacionados con los activos fijos por una cuantía similar al ejercicio anterior.

La inversión en activos fijos se mantiene en niveles muy elevados, manteniendo la apuesta en las líneas de negocio con mayor potencial de crecimiento. Las principales inversiones (**CAPEX**) acometidas en el Área corresponden a (i) trabajos para mejorar la nueva fábrica de congelados, (ii) modernización de sistemas de congelación, (iii) nuevas instalaciones de pasta, (v) finalización de nuevas instalaciones de almacenamiento, (vi) la ampliación de uno de los centros logísticos, (vii) ampliación de capacidad de arroz instantáneo, y (viii) proyecto de automatización de las líneas de empaquetado para la exportación.

