

**TRANSCRIPCIÓN DEL TURNO DE PREGUNTAS DE LA
PRESENTACIÓN A ANALISTAS REALIZADA POR EL GRUPO
EBRO PULEVA CON MOTIVO DEL CIERRE DEL EJERCICIO
2008**

Cuestiones planteadas por los representantes de las diferentes casas de análisis

1. Isabel Carballo (Chevreux)

a) Debido a la exitosa política de aprovisionamiento de materia prima que habéis hecho en 2008, tenéis un beneficio extraordinario (podríamos llamarlo así) en pasta y en arroz por haber comprado más barato de lo que era el precio real de la materia prima. Eso en el 2009, no tendría que repetirse. Querría saber cuanto ha podido suponer este (llamémosle) beneficio extraordinario.

R. Antonio Hernández: En pasta no ha habido ningún acaparamiento de materia prima, nosotros fuimos acometiendo gradualmente subidas en las tarifas de nuestros productos hasta adecuarlos al precio del trigo duro. Por tanto, en esta división, la influencia de esa situación que mencionas, es nula.

En cuanto al negocio del arroz, hemos tenido una situación fuerte de inventario (que por otra parte ha afectado también al capital circulante y a la deuda) que nos ha hecho no tener que acudir al mercado durante tres o cuatro meses, en los momentos de mayor pico. En este momento, los mercados están en una situación compleja, en el sentido que la materia prima de arroz largo, que es el fundamental, tiene una cierta tendencia a la baja, pero continúa a precios superiores a los que estábamos anteriormente. El mercado japónica, el de arroz de paella, está muy caro porque ha habido sequía en Australia, una cosecha menor en Tailandia y en España también hubo sequía el año pasado.

En este contexto, la perspectiva para nosotros en este ejercicio es muy buena, estamos gestionando todo el stock de materias primas y probablemente, vamos a poder acudir a la cosecha nueva, que llegará en septiembre, en la posición más adecuada en la gestión del stock. Por tanto no vemos que este año vayamos a tener unos beneficios distintos a los del año anterior.

b) ¿Me podéis recordar cuando abre la planta de Memphis?

En el nuevo escenario económico actual, ¿pensáis reducir gastos en publicidad?

R. Antonio Hernández:

La planta de Memphis va a abrir por fases, la primera fase va a estar terminada en torno a octubre de 2009 y la última fase va a estar terminada en torno a agosto del 2010.

En cuanto al tema de publicidad y comunicación, vamos a continuar invirtiendo en publicidad y en todo caso, nuestro objetivo es aumentar el gasto, aunque los costes, hoy por hoy, son inferiores en algunos casos. Utilizaremos una técnica combinada de publicidad que abarque tanto el punto de venta como televisión. No hemos bajado el pie del acelerador, sino todo lo contrario, estamos apretando el pie intensamente.

2. Jaime Sémelas (Banesto Bolsa)

a) El mercado de pasta en Estados Unidos está creciendo al 5% en volumen. American Italian Pasta (AIP) está reportando unos crecimientos en volumen cercanos al 15%. ¿Vosotros por donde estáis?

R. Antonio Hernández: En Estados Unidos, a diferencia de lo que sucede en Europa solo estamos tres fabricantes importantes: en primer lugar nosotros, en segundo lugar Barilla y en tercer lugar AIP.

AIP había tenido unos decrecimientos importantes de su cuota de mercado como consecuencia de su situación financiera y en estos momentos, lo que está haciendo es crecer en el entorno de marca blanca y sobre todo afianzar su posición financiera, lo cual es importante porque es un gran sostén para la rentabilidad del sector. Es decir, en Estados Unidos el fabricante de marca blanca apuesta por la rentabilidad, lo cual da un suelo y un sostén importante para las demás compañías. Los números que está reportando AIP tienen un decalaje, ellos cierran el año en septiembre, y hace tres semanas lo que han presentado es el cierre del primer trimestre, que es el que acaban en diciembre, por tanto no han crecido el 15% en base anual. Nosotros, en Estados Unidos, hemos registrado un crecimiento del 7% en enero.

b) Si en los resultados del tercer trimestre estabais liberándoos de existencias más caras de materias prima, ahora lo que estás haciendo es vender con descuento. ¿Eso cuando se va a a ver?

R. Antonio Hernández: Como decía antes, en pasta no tenemos existencias y en arroz, nos encontramos con dos mercados distintos: Estados Unidos y Europa.

En Estados Unidos estamos a spot en un mercado que está a la baja, por tanto, continuamos favorecidos por la bajada del precio de la materia prima. En Europa existe lo que se llama Organización Común de Mercado, que establece un precio mínimo que se denomina precio de intervención: el precio del arroz + el arancel.

El arroz que nosotros tenemos todavía tiene un precio inferior a lo que costaría abastecerse hoy en día en el mercado mundial y tenemos una posición hasta cosecha que nos permite seguir haciendo márgenes importantes. Por tanto, estamos en una posición de desestockamiento pero no a pérdidas, sino todavía con beneficios, con lo que nos queda una situación muy interesante de aquí a octubre.

c) Sobre la retribución al accionista: tenéis ahora un 3,5% de autocartera. ¿Vais a seguir incrementando hasta llegar al 5%?

R. Antonio Hernández: En este momento tenemos el 3,5% de autocartera, por tanto, las puertas abiertas a hacer a lo que en cada momento parezca oportuno. La autocartera no es un compromiso, es una gestión, un instrumento que nos otorga la Junta General de Accionistas para que sepamos gestionarlo adecuadamente.

3. Jorge Palacios (Santander Investment)

a) Habéis mencionado para 2009 un compromiso de tener un crecimiento a nivel EBITDA importante a perímetro constante. ¿Podrías dar un rango de en qué nivel estamos hablando?

R. Antonio Hernández: Como todos sabéis, nunca damos estimaciones de un año para otro, únicamente las hacemos en el precierre, por tanto ya os iremos contando más adelante.

b) De cara a precios, una vez que el precio del commodity ha bajado bastante, ¿cómo se ha reflejado esta situación de cara a los clientes?

R. Antonio Hernández: Existen distintos escenarios: pasta, arroz y leche.

En pasta por el momento no ha habido ningún decalaje de precios a la baja. En Estados Unidos todos los fabricantes han consolidado precios, la pasta sigue siendo un producto barato y el consumo sigue aumentando a los precios actuales. Por tanto, ni nosotros ni la distribución tiene ningún interés en bajarlo.

En Europa, puede que esta presión la estén teniendo las segundas marcas, nunca las primeras y por eso, no ha sido el caso de Panzani. Por otro lado, hay que tener también en cuenta que nunca se llegó a trasladar totalmente el alza del precio de la materia prima, el producto siempre estuvo por debajo del precio que marcaba el trigo duro.

En cuanto al negocio de la leche, es un negocio que fluctúa con mucha más libertad. Las empresas suben y bajan precios todos los meses, a lo mejor un fabricante hoy está a 0,95 y mañana a 0,89, es un mercado mucho más de gestión mes a mes. Nuestra política, como ya he comentado, es de estar muy contenidos en bajadas de precios porque no somos una empresa de volumen, sino de valor y márgenes.

En cuanto al arroz, nuestro principal competidor, Uncle Ben's, acaba de anunciar una subida de precios, es decir, no estamos en un entorno de bajada. Ten en cuenta que estamos hablando de productos que están en la tienda a 1,40 € el kilo y que por tanto, tienen un entorno de precios muy asequible para el consumidor.

4. Francisco Ruiz (Fortis)

a) El incremento de 35 MEUR en el circulante, ¿ha sido incluyendo la división de azúcar?

R. Jaime Carbó: es año sobre año, sin incluir azúcar. En la CNMV está colgada la IPP y en ella tenéis toda la información muy detallada.

b) Entonces esos 35 MEUR son de las tres divisiones que quedan y para este año, ¿se tendrían que revertir esos 35 MEUR o el cargo de circulante tendría que ser algo más alto puesto que la materia prima está más baja?

R. Jaime Carbó: Hay dos factores que afectan y dependiendo en que países, aunque todos funcionan en el mismo sentido.

En un país donde el circulante es pesado como es el caso de Francia, la nueva Ley de Comercio establece un nuevo régimen de pagos de los *retailers* a los fabricantes, en función de la naturaleza del bien, de la rotación y de si es un bien fresco o perecedero. Eso a nosotros nos supone que durante este año, vamos a ir acortando nuestro plazo de cobro y eso es un factor positivo.

Por otra parte, todas las materias primas se prevé que van a ser más bajas en media durante el año 2009 que durante el año 2008 y como decía el Presidente, en arroz hemos mantenido una posición más larga en 2008 que la que vamos a mantener durante 2009. Todo eso hace que vaya en el mismo sentido, a reducción del capital circulante y a movilización de una cantidad que desde luego son esos 35 y probablemente otro tanto más, para poder monetizar, porque es capital que no vas a necesitar comprometer ya sea porque no te hace falta o porque la tendencia es hacia que se reduzca y tengas menos euros comprometidos.

c) ¿Nos podéis dar el dato de crecimiento de volúmenes en pasta sin tener en cuenta Birkel?

R. Jaime Carbó: es una comparación muy complicada porque Birkel estuvo cuatro meses consolidada en 2007, con lo que habría que aislar su aportación en este año, irse al anterior, etc.

d) Teniendo en cuenta que los resultados del azúcar han estado muy por debajo de vuestras previsiones, ¿hay alguna cláusula con British para revisar precios? ¿Nos podéis dar la deuda asociada de Azucarera?

R. Jaime Carbó: La operación está firmada y tiene una única condición, que es la aprobación por Bruselas, no tiene cambio material adverso, por tanto, no conlleva ninguna implicación que los resultados sean mayores o menores.

En cuanto a la deuda, como ya sabéis, la evolución de la deuda de Azucarera es sustancial mes a mes en función de que esté en campaña o no y por tanto que la operación se apruebe por Bruselas contra el balance de marzo o contra el balance de abril, cambia muchísimo la foto.