



VIGÉSIMO CUARTO COMUNICADO ENVIADO CON UN INFORME DE VALORACIÓN DE LA JUNTA DE ACCIONISTAS 2016 05/07/2016

1. **Plan Estratégico 2016-2021** Se presentó al Consejo de Administración para su análisis, debate y se aprobará en la próxima sesión a celebrar a finales del mes de julio.

A nivel cuantitativo lo que se ha publicado es lo siguiente:

“El dicho Plan, el Comité de Dirección establece alcanzar de manera sostenida una rentabilidad Ebitda/Ventas de doble dígito, un consistente crecimiento en las ventas enfocándose en el valor versus el volumen y, situar la Deuda Financiera Neta en los ratios habituales de compañías de gran consumo con generación de caja recurrente.”

Entendemos que el objetivo es volver a más del 10% de rentabilidad, que es lo que durante años se había conseguido durante muchos trimestres, siempre dependiendo de la volatilidad del precio en origen y que la oportunidad de mejorar ese 10% es grande porque:

- Se ha eliminado volumen que no se considera rentable o que impactaba en la rentabilidad de la compañía
- El enfoque a futuro es valor vs volumen.
- Se han definido una serie de estrategias de aprovisionamiento para mitigar lo máximo posible esa volatilidad que penalizaba el margen cuando no se conseguía ese 10% en trimestres pasados. Este punto en el pasado la empresa tenía poco margen debido a la situación financiera.
- El ratio de Deuda Financiera Neta que denominan como ratio habitual, debiera andar alrededor de 2-3,9 veces Deuda/Ebitda que es la habitual en el sector.

2. Resultados a corto/medio plazo.



Textual del HR enviado a la CNMV:

“El 2T16 va a mostrar una clarísima mejoría, como podrán ustedes comprobar cuando publiquemos los resultados a finales de julio. Les puedo anticipar también, que nuestras previsiones cuentan con una mejora progresiva sobre los resultados del 2T, tanto en el 3er como en el 4º trimestre.”

Nada que objetar por nuestra parte, esperamos que cumplan con su compromiso

3. Plan de Comunicación con la comunidad inversora.

Textual del HR enviado a la CNMV.

“Esta mejora de resultados nos va a dar la base necesaria para poder comenzar y tener una relación y visibilidad más proactiva y continúa con toda la comunidad inversora.”

Entendemos que ya empezaran a reunirse con la comunidad inversora, analistas y accionistas, para contarles en persona todo ese potencial del que habla el Consejero Delegado.

4. La Cotización.

Sobre la cotización el enfado y decepción es general como nos habéis hecho llegar, y a eso el Consejero Delegado dijo lo siguiente ante los accionistas:

“La cotización de la acción ha caído significativamente desde hace un año. Obviamente no es algo con lo que estoy conforme. Pueden estar seguros que todo el equipo que lidero está enfocado y con la máxima presión para acelerar nuestros ingresos y reducir los costes ya que, entendemos, esas son las principales palancas que darán mejores resultados a corto plazo.”

Queremos pensar que la comunicación con los inversores ya ha empezado o está a punto de empezar y que no tardaremos en ver los resultados en la cotización y salir de los mínimos históricos en los que estamos.

5. Lanzamiento de los nuevos productos.

Muchos nos habéis transmitido las ganas de ver los nuevos productos que nos enseñaron a los representantes del colectivo, y cuando van a estar en las estanterías, y preguntáis sobre el tema comercial: segmentación, calidad, expansión internacional.



Deoleo tiene un Plan de Marketing que desde un plano Global (Marketing Corporativo), se desarrollará en cada Unidad de Negocio (Marketing Local), aplicando los recursos en función del Retorno de la Inversión. En este sentido, la primera actuación ha sido en España, en la que nos mostraron el nuevo posicionamiento de cada una de nuestras marcas líderes, que se empezarán a ver a partir de Diciembre. En Italia se van a lanzar nuevos productos y en Estados Unidos se invertirá en acciones en mass media