

VIDRALA, S.A.
DECLARACIÓN INTERMEDIA DE GESTIÓN A MARZO 2016

Cifras de resultados acumuladas

	A MARZO 2016	A MARZO 2015	Variación %
Ventas (millones de euros)	182,8	177,7	+2,8%
EBITDA (millones de euros)	38,2	36,3	+5,5%
Beneficio por acción (euros)	0,56	0,50	+12,5%

- ✓ Las ventas durante los tres primeros meses del ejercicio crecen un 2,8% hasta 182,8 millones de euros.
- ✓ El resultado bruto de explotación, EBITDA, asciende a 38,2 millones de euros, equivalente a un margen sobre las ventas del 20,9%.
- ✓ El beneficio por acción obtenido en el periodo aumenta un 12,5% con respecto al mismo periodo del año precedente hasta 0,56 euros.
- ✓ La deuda a la fecha de reporte se reduce hasta 401,9 millones de euros, desde 490,7 millones en la misma fecha del año anterior.

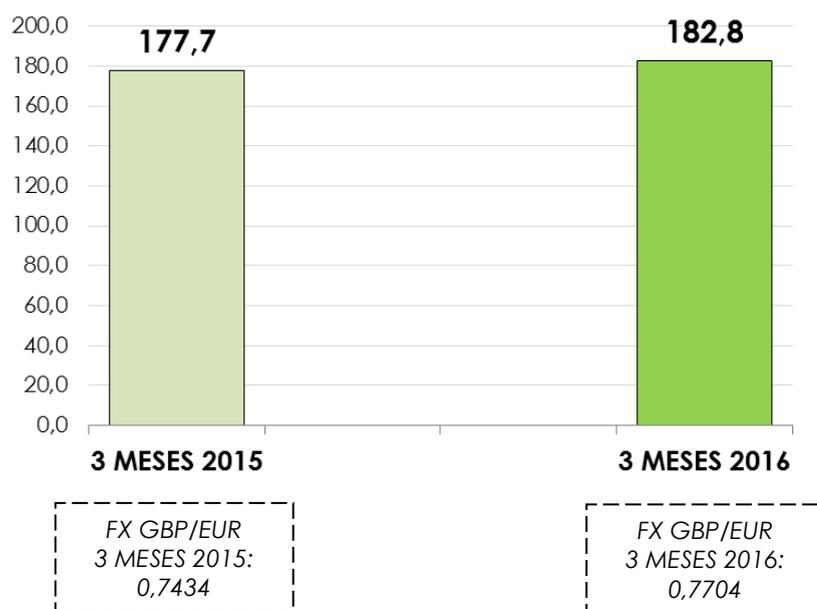


Ventas

La cifra de ventas registrada por Vidrala durante los tres primeros meses de 2016 asciende a 182,8 millones de euros. Representa un incremento sobre las ventas reportadas el año anterior del 2,8%. En divisa constante, las ventas en el periodo crecen 4,2%.

CIFRA DE VENTAS EVOLUCIÓN INTERANUAL

En millones de euros

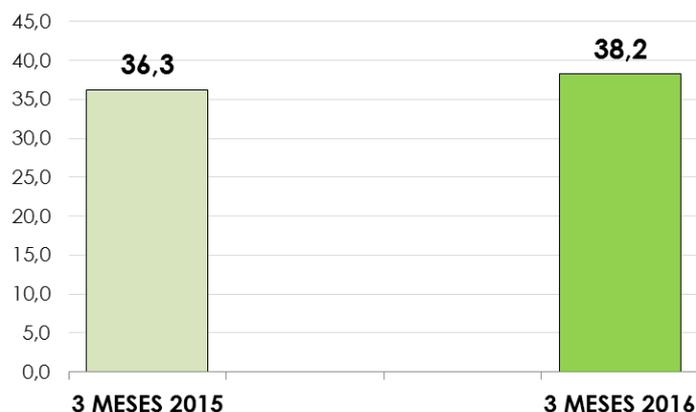


Operativo

El resultado operativo bruto, EBITDA, obtenido durante los tres meses asciende a 38,2 millones de euros lo que supone un incremento sobre el año anterior del 5,5%. Representa un margen sobre las ventas del 20,9%, en comparación al 20,4% obtenido durante el mismo periodo del año anterior.

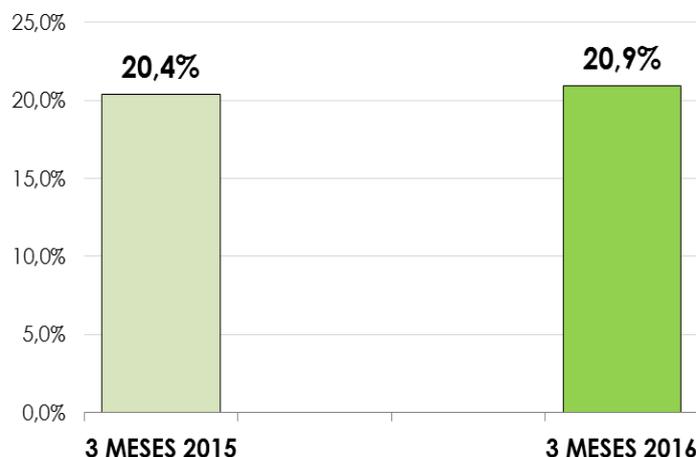
EBITDA EVOLUCIÓN INTERANUAL

En millones de euros



MÁRGENES OPERATIVOS EBITDA EVOLUCIÓN INTERANUAL

En porcentaje sobre las ventas



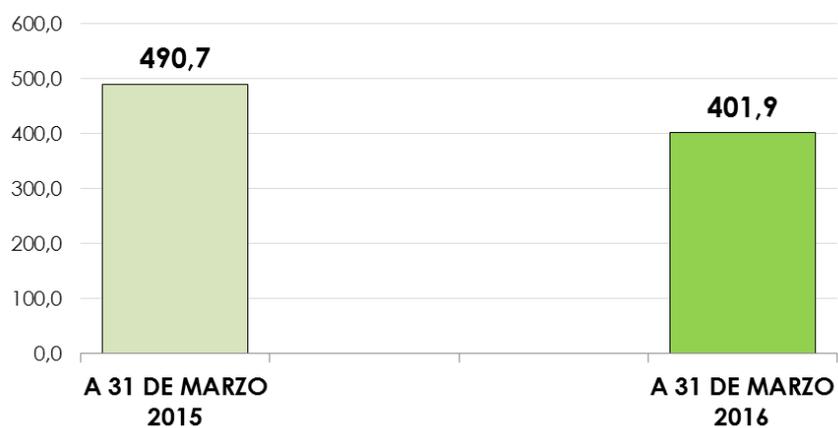
Resultados y balance

El beneficio registrado en el periodo asciende a 0,56 euros por acción, reflejando un incremento del 12,5% respecto al año anterior.

La deuda a 31 de marzo de 2016 se reduce hasta 401,9 millones de euros. Equivale a 2,4 veces el EBITDA acumulado en los últimos 12 meses.

DEUDA EVOLUCIÓN INTERANUAL

En millones de euros



Conclusiones y perspectivas

La demanda de envases de vidrio para productos de alimentación y bebidas a lo largo de los principales mercados europeos muestra signos generales de desarrollo.

En este contexto, los resultados del grupo Vidrala durante el año en curso deberán continuar progresando sustentados en la solidez de la estructura de negocio creada.

En todo caso, las prioridades de gestión se mantendrán firmemente dirigidas a desarrollar el servicio al cliente, garantizar la competitividad en costes y optimizar la generación de caja como bases de creación sostenible de valor.

