



CIERRE 1999
PRESUPUESTO 2000



INDICE

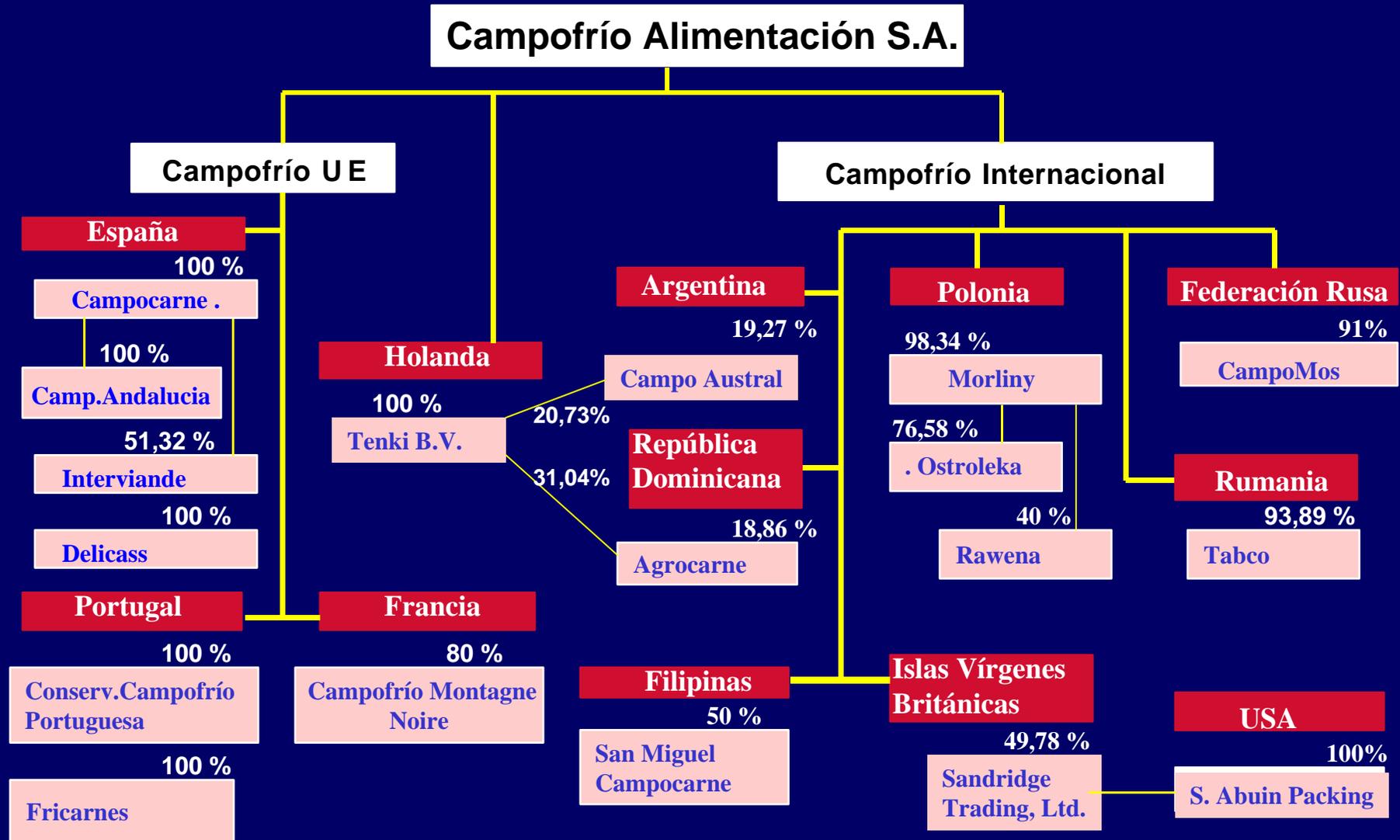
PERIMETRO GRUPO CAMPOFRIO 1.999
RESULTADOS DEL GRUPO EN 1.999
PRESUPUESTO 2.000



PERIMETRO GRUPO CAMPOFRIO 1.999
RESULTADOS DEL GRUPO EN 1.999
PRESUPUESTO 2.000



PERÍMETRO GRUPO CAMPOFRÍO 1999





PERÍMETRO GRUPO CAMPOFRÍO 1999

Inversiones por áreas geográficas.





PERIMETRO GRUPO CAMPOFRIO 1.999
RESULTADOS DEL GRUPO EN 1.999
PRESUPUESTO 2.000



RESULTADOS DEL GRUPO EN 1999

CAMPOFRIO ESTRUCTURA LA COMPAÑÍA DEL NUEVO MILENIO (I) CONTINUA EL CAMBIO DE DIMENSIÓN INVERSIONES DEL GRUPO

- **POLONIA.** Se termina la toma de participaciones en Polonia.
 - Directa en Morliny: 98,34%
 - Indirecta en Ostroleka: 76,58%.
- **TABCO.** Se complementa la participación hasta el 93,89%.
- **DELICASS.** Se adquiere el 100%.
- **GAYRAUD MONTAGNE NOIRE PYRENNEES.** Se adquiere el 80% del grupo.
- **FRICARNES.** Se adquiere el 100%.
- **CAMPOCARNE ANDALUCÍA.** Se adquieren los activos de HAMSA.
- **CAMPOMOS.** Se amplía la participación hasta el 91%.
- **CAMPOAUSTRAL.** Se amplía la participación hasta el 40%.



RESULTADOS DEL GRUPO EN 1999

CAMPOFRIO ESTRUCTURA LA COMPAÑÍA DEL NUEVO MILENIO (II) INVERSIONES VIRTUALES

- **Proyecto Jamon Curado.(1.500.000 jamones/año).**
- **Nuevo matadero.(1000.000 uds./año/turno).**
- **Granjas de porcino.**
 - ***Castileon 2000 .(200.000 uds./año).**
 - ***Proyecto DEGAPORSA(100.000 uds./año).**
- **Nuevas tecnologías:**
 - Campotec.**
 - Desarrollo nuevos portales:**
Consumalia.com



RESULTADOS DEL GRUPO EN 1999

FACTORES DETERMINANTES:

- **TOMA DE CONTROL Y COSTE DE REESTRUCTURACIÓN DE LAS NUEVAS ADQUISICIONES DE SOCIEDADES.**
- **PROFUNDIDAD DE LA CRISIS EN RUSIA.**

FACTORES COADYUVANTES:

- **NUEVA ESTRUCTURA COMERCIAL.**
- **GASTOS EN NUEVA TECNOLOGÍA:**
 - ***NUEVOS PRODUCTOS.**
 - ***PORTALES EN INTERNET.**
 - ***SOPORTE TECNOLÓGICO FILIALES:**
 - ***GENÉTICA ANIMAL.**
 - ***CALIDAD DE LA CARNE FRESCA.**



RESULTADOS DEL GRUPO EN 1999

RESULTADOS DE CAMPOFRIO ALIMENTACION S.A. (MATRIZ) (Uds: MM. pts)

CONCEPTOS	1.999	1.998	% VAR.
VENTAS (Tn) -NACIONAL-	98.331	93.971	4,6
VENTAS (Tn) -EXPORTACIÓN-	9.964	13.477	(26)
VENTAS NETAS	56.085	57.777	(2,9)
RTDO.BRUTO EXPLOTACION	4.615	4.869	(5,2)
RTDO.NETO EXPLOTACION	2.262	2.417	(6,4)
B.A.I.	6.301	4.834	30,3
B.D.I.	4.699	3.285	43
CASH FLOW	7.082	5.561	27,4

- Mantiene su crecimiento en cuota de mercado 0,8%.
- Reducción de exportaciones a Rusia y Países del este.
- Soporta el gasto del desarrollo internacional del grupo.
- Gastos en genética / nuevos productos / nuevas tecnologías.
- Realización de activos no estratégicos.



RESULTADOS DEL GRUPO EN 1999

BALANCE SOCIEDAD INDIVIDUAL 1999

ACTIVO		(Uds: MM pts)	PASIVO	
*INMOVILIZADO			*FONDOS PROPIOS	
Inmaterial	2.811		Capital	5.462
Material	15.052		Reservas	23.339
Financiero	<u>25.258</u>		Resultado 1999	<u>4.699</u>
	43.121			33.500
*CIRCULANTE			*Ingresos a distribuir	2.564
Inventarios	8.135		*Prov. riesgos y gtos.	335
Deudores	16.711		*Entidades Créditos L/P	9.786
Inv.Temp./Tesorería	<u>122</u>		*Otros acreedores L/P	1.688
	24.968			
			*Pasivo Circulante	
			Entidades Cto. C/P	3.955
			Acreed.Comer./Varios	16.261
	<u>68.089</u>			<u>68.089</u>



RESULTADOS DEL GRUPO EN 1999

CAMPOFRIO MONTAGNE NOIRE:

(Uds: MM. pts)

CONCEPTOS	1.999
VENTAS(Tn)	9.468
VENTAS NETAS	11.759
RTDO.NETO EXPLOTACION	39
EBITDA	377
B.A.I.	(130)
B.D.I.	(133)
CASH FLOW	205

- Fusión de GMN con Campofrio France S.A.
- Integración de ambas sociedades reduciendo estructura global.
- Cierre infraestructura de Toulouse.
- Puesta en marcha nueva fábrica de loncheados en Narbone.



RESULTADOS DEL GRUPO EN 1999

FRICARNES:

(Uds: MM. pts)

CONCEPTOS	1.999
VENTAS(Tn)	29.787
VENTAS NETAS	11.944
RTDO.NETO EXPLOTACION	433
EBITDA	846
B.A.I.	412
B.D.I.	239
CASH FLOW	652

- Iniciación del proceso de fusión con Campofrío Portugal.
- Integración estructuras ambas sociedades.
- Cierre infraestructura de Campofrío Portugal.



RESULTADOS DEL GRUPO EN 1999

CAMPOMOS:

(Uds: MM. pts)

CONCEPTOS	1.999	1.998
VENTAS(Tn)	43.500	50.000
VENTAS NETAS	11.194	23.804
RTDO.NETO EXPLOTACION	(503)	2.213
EBITDA	287	2.893
B.A.I.	(600)	2.454
B.D.I.	(892)	1.843
CASH FLOW	(101)	2.523

- Existencias de materias primas a precios caros 31/12/98.
- Materia prima subvencionada. Caída PVP.
- Caída de la capacidad adquisitiva.
- Caída del consumo.
- Adaptación productos al nuevo entorno.
- Crisis bancaria / provisiones.



RESULTADOS DEL GRUPO EN 1999

GRUPO MORLINY (Morliny y Ostroleka): (Uds: MM. pts)

CONCEPTOS	1.999
VENTAS(Tn)	84.251
VENTAS NETAS	18.132
RTDO.NETO EXPLOTACION	500
EBITDA	986
B.A.I.	213
B.D.I.	83
CASH FLOW	568

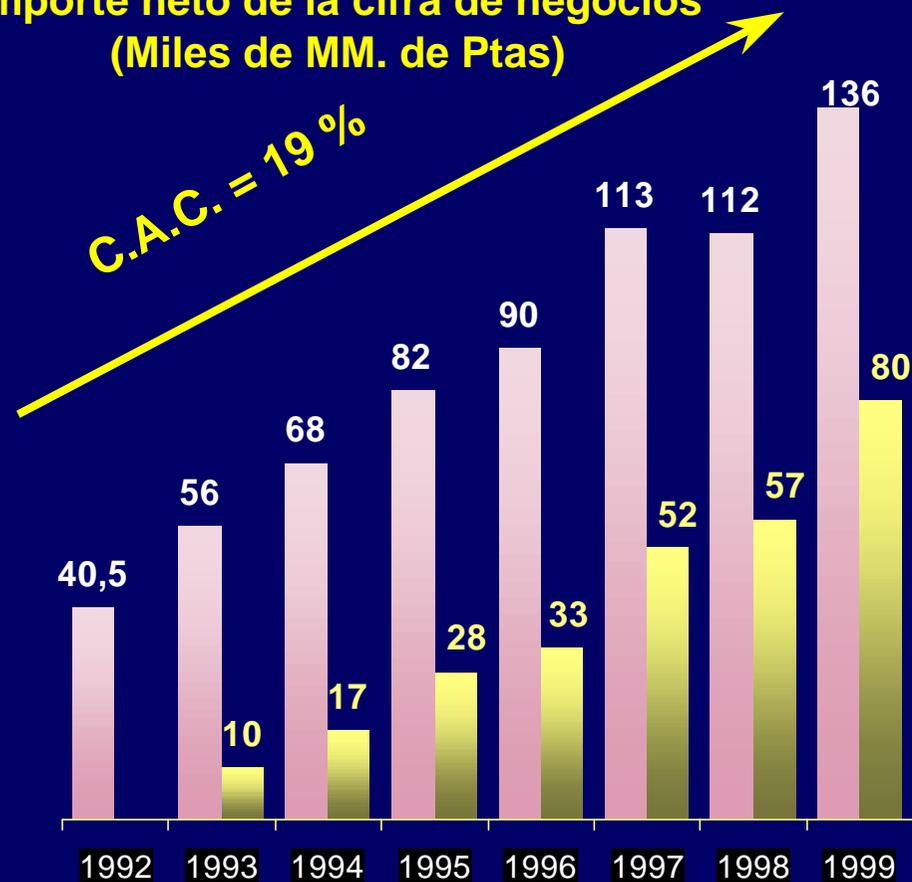
- Cierre matadero de Ostroleka.
- Redistribución producciones.
- Redimensionamiento de las plantillas.
- Reestructuración red logística.
- Incorporación tecnología.(fabricación/marketing).
- Reducción exportaciones a Rusia.



RESULTADOS DEL GRUPO EN 1999

CRECIMIENTO SOSTENIDO DE LAS VENTAS APOYADO EN LAS FILIALES

Importe neto de la cifra de negocios
(Miles de MM. de Ptas)



■ Consolidado
■ Filiales

- El desarrollo de las filiales permite el mantenimiento de un crecimiento sostenido del 19%.
- El crecimiento se ha visto favorecido por la apuesta estratégica en carnes frescas a través del grupo Campocarne.
- El crecimiento sostenido permite que el peso de cada filial individual se vea diluido en el grupo.



RESULTADOS DEL GRUPO EN 1999

RESULTADOS CONSOLIDADOS 1999

(Uds: MM. pts)

CONCEPTOS	1.999	1.998	% VAR.
VENTAS (Tn)	427.000	325.000	31,4
VENTAS NETAS	136.415	112.100	21,7
RTDO.BRUTO EXPLOTACION	7.623	8.671	(12)
RTDO.NETO EXPLOTACION	2.239	4.992	(55,1)
B.A.I.	5.749	8.000	(28,1)
B.D.I. ATRIBUIBLE	3.899	5.431	(28,2)
CASH FLOW	8.862	8.865	0



RESULTADOS DEL GRUPO EN 1999

BALANCE CONSOLIDADO 1999

(Uds: MM pts)

ACTIVO

PASIVO

*INMOVILIZADO

Inmaterial	4.979
Material	36.232
Financiero	<u>3.523</u>
	44.734

*Fondo Comercio Consolid. 6.687

*CIRCULANTE

Inventarios	15.946
Deudores	27.940
Inv.Temp./Tesorería	<u>1.650</u>
	45.536

97.057

*FONDOS PROPIOS

Capital	5.462
Reservas	26.999
Resultado 1999	<u>3.899</u>
	36.360

*Socios Externos 1.456

*Diferencia Neg.Consolid. 544

*Ingresos a Distribuir 2.858

*Entidades Créditos L/P 12.125

*Otros acreedores L/P 2.944

*Pasivo Circulante
Entidades Cto. C/P 8.314

Acreed.Comer./Varios 32.456

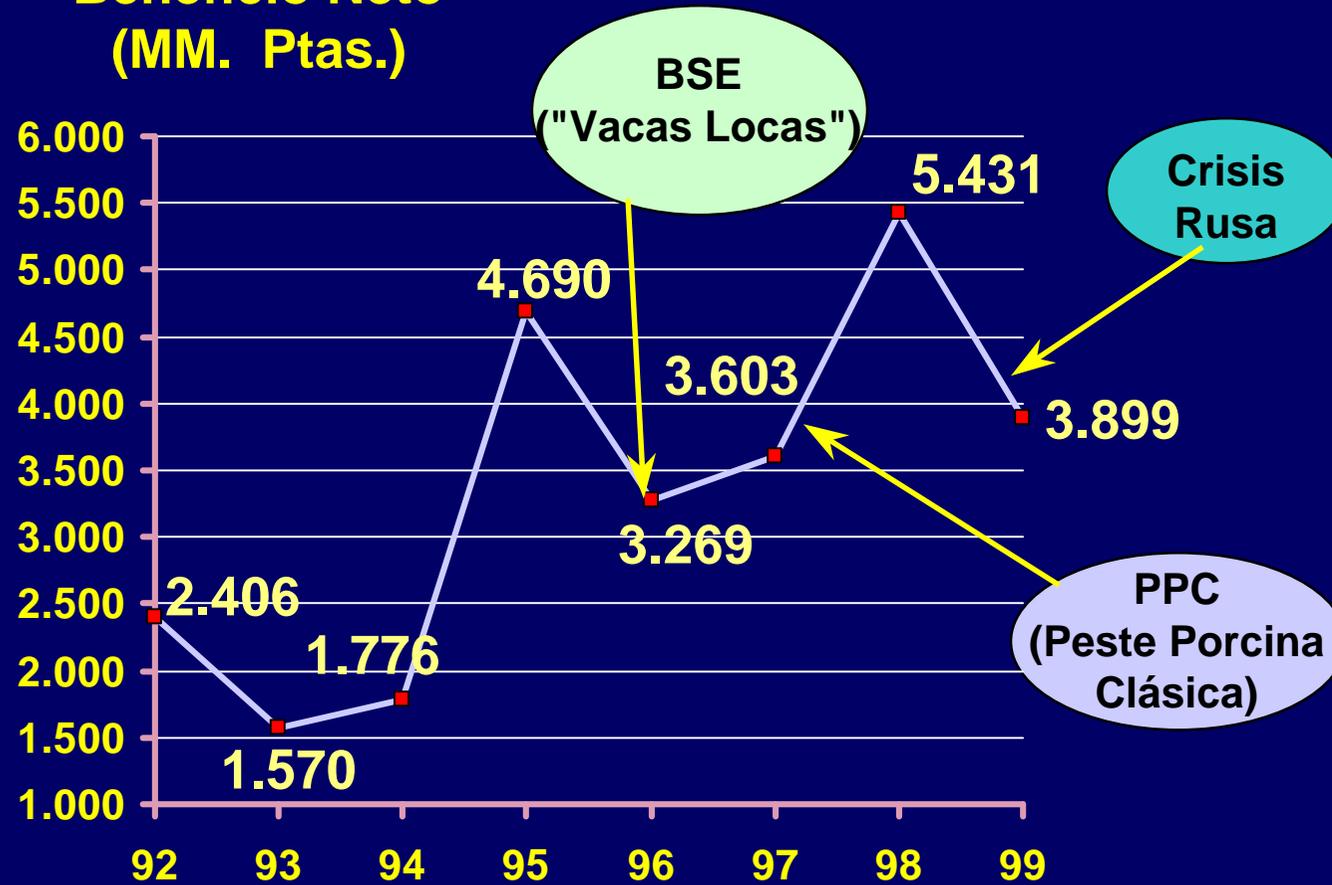
97.057



RESULTADOS DEL GRUPO EN 1999

Evolución de los resultados consolidados

**Beneficio Neto
(MM. Ptas.)**





PERIMETRO GRUPO CAMPOFRIO 1.999
RESULTADOS DEL GRUPO EN 1.999
PRESUPUESTO 2.000



PUNTOS CLAVE (I)

- **LOGRAR EL CONTROL EFECTIVO DE LAS FILIALES INCORPORADAS EN 1999.**
- **ESTABLECIMIENTO DE NUEVOS PROCEDIMIENTOS DE CONTROL DE GESTIÓN.**
- **ADAPTACIÓN DE LA ESTRUCTURA DEL GRUPO A LA “NUEVA DIMENSIÓN DE LA COMPAÑÍA”.**
- **CREACIÓN DE UNA CULTURA DE INNOVACIÓN PERMANENTE:**
 - *FRESCOS , ELABORADOS,NUEVOS PRODUCTOS.**



PUNTOS CLAVE (II)

- **NUEVO CONCEPTO DE LA CALIDAD: MATERIA PRIMA, TRAZABILIDAD.**
- **MANTENIMIENTO DEL CRECIMIENTO EN EL ENTORNO DEL 20%. (EL CRECIMIENTO NO SE REALIZARÁ A COSTA DE RENTABILIDAD).**
- **OBJETIVO A MEDIO PLAZO ALCANZAR UN ROE >20% EN TODAS LAS EMPRESAS DEL GRUPO.**
- **CONTROL DEL GASTO.**



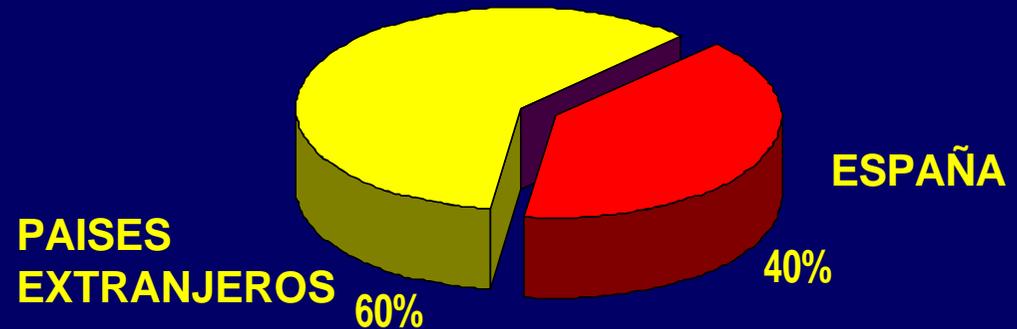
PRESUPUESTO 2000

TOTAL PRODUCCIÓN
502.000TN

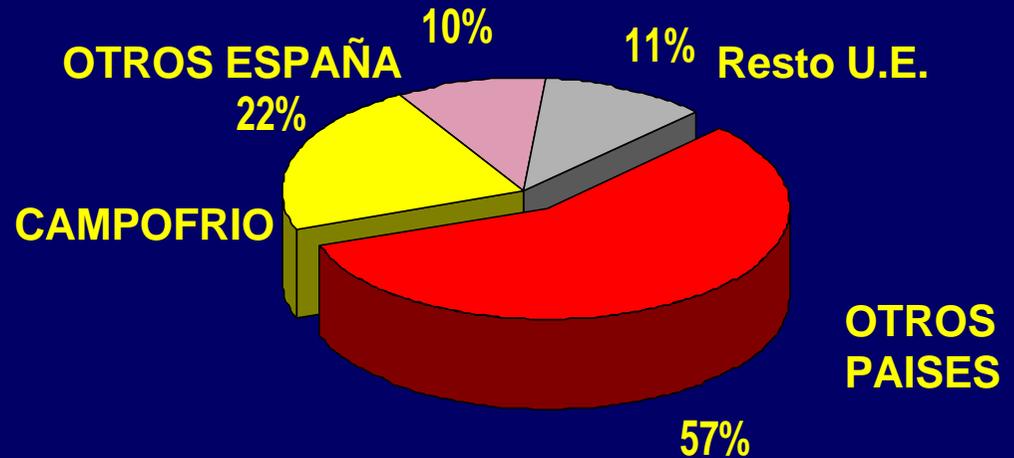


CAMPOFRIO DATOS
GLOBALES

Vtas. Elaborados
265.000TN



EMPLEADOS: 8.000





PRESUPUESTO 2000

CAMPOFRÍO ALIMENTACIÓN SA

SIN GASTOS CORPORATIVOS NI EXTRAORDINARIOS

(MIM. PTS)	P-2000	Δ% ^{s/ 99}
Ventas en Tn	104.716	5,9
Ventas Netas	58.213	3,8
Rtdo. Neto Explot.	4.638	105
EBITDA	6.467	39,2
BA I	4.963	40
BDI(*)	3.474	40
Cash Flow	5.503	13,2
ROE %(**)	20,1	26,8

•BÚSQUEDA CRECIMIENTO SELECTIVO.

•LA M. DISTRIBUCIÓN EN NUESTRA ESTRATEGIA.

•FUERTE DESARROLLO DEL CANAL "FOOD SERVICE".

•GESTIÓN COMERCIAL ORIENTADA AL VALOR AÑADIDO.

•PUESTA EN MARCHA Y GESTIÓN INVERSIONES VIRTUALES.

(*) No se tienen en cuenta posible venta de activos materiales.
Se estiman ambos años con un I.S. Del 30%.

(**)Se calcula sobre los recursos aplicados a Campofrío España

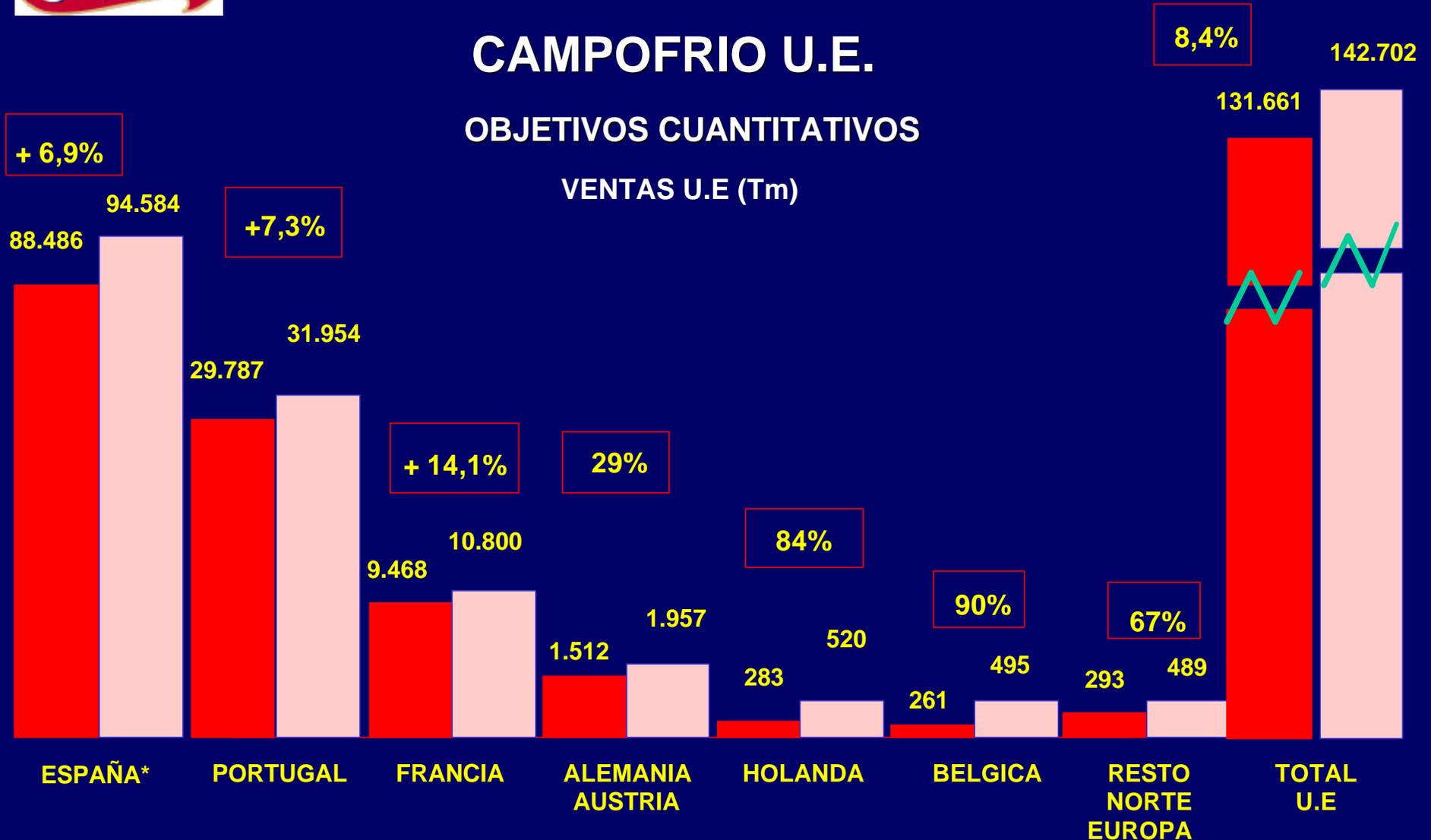


PRESUPUESTO 2000

CAMPOFRIO U.E.

OBJETIVOS CUANTITATIVOS

VENTAS U.E (Tm)



* No incluye Campocarne, Delicass, Molina y exportaciones a terceros países

■ 99 REAL
■ 2000 PRESUPUESTO

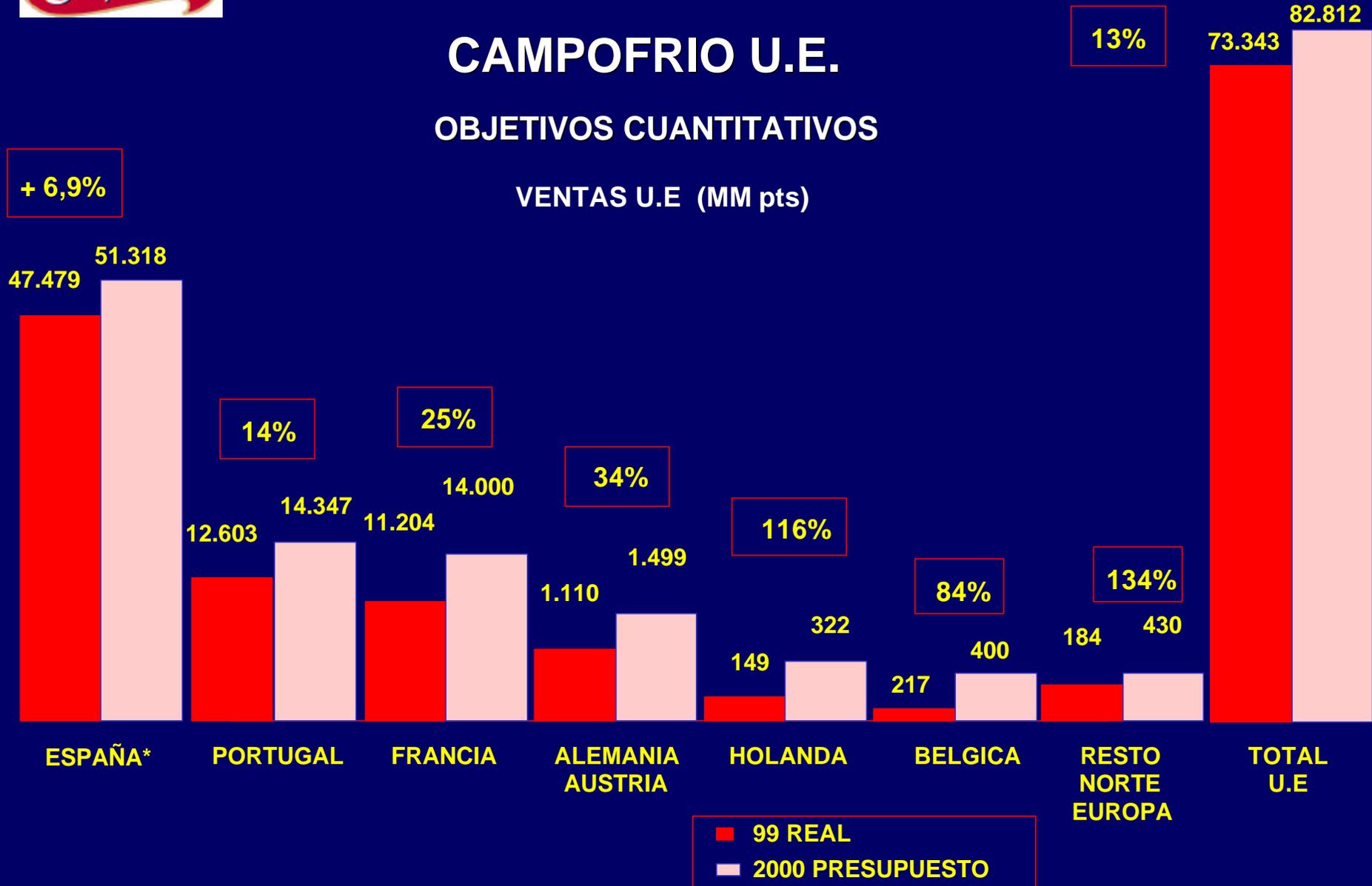


PRESUPUESTO 2000

CAMPOFRIO U.E.

OBJETIVOS CUANTITATIVOS

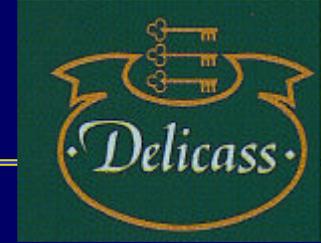
VENTAS U.E (MM pts)



* No incluye Campocarne, Delicass, Molina y exportación terceros países



PRESUPUESTO 2000



DELICASS

- **MAYOR PENETRACIÓN EN CANAL ALIMENTACIÓN Y FOOD SERVICE.**
- **AMPLIACIÓN GAMA PRODUCTOS (CAMPOFRIO, SALMON, LINEA IBÉRICOS).**
- **DESARROLLO MERCADOS EXTERIORES.**
- **RODAJE DE LOS NUEVOS PRODUCTOS.**
- **SUPRESIÓN DE PRODUCTOS DE BAJO VALOR AÑADIDO.**



PRESUPUESTO 2000



CAMPOFRIO MONTAGNE NOIRE

- **INTEGRACIÓN DE LAS LINEAS DE PRODUCTO CAMPOFRIO/MONTAGNE NOIRE.**
- **FORTALECIMIENTO DE LA LINEA M. DISTRIBUCIÓN.**
- **DESARROLLO E INCREMENTO DE LAS LINEAS DE LONCHEADOS.**
- **EN PARALELO EXISTE UN PROYECTO PARA LA EXPANSIÓN DE JAMON CON D.O.(BAYONA).**



PRESUPUESTO 2000



FRICARNES

- **COMPLETAR LA INTEGRACIÓN CFP/FRICARNES.**
- **AJUSTAR LA ORGANIZACIÓN A LA NUEVA SITUACIÓN.**
- **CAPITALIZAR LAS SINERGIAS DE GRUPO:
FORMULACIONES,GLOBAL SOURCING,ETC...**
- **MAXIMIZAR LAS OPORTUNIDADES EN:
CANAL TRADICIONAL(ELABORADOS)
VACUNO(FRESCO)**
- **FORTALECIMIENTO DEL MARKETING OPERATIVO.
INTENSIFICACIÓN VENTAS JAMON CURADO.**



PRESUPUESTO 2000



CAMPOCARNE ANDALUCÍA

- **COMPLETAR LA ORGANIZACIÓN INICIADA EN JULIO 1999.**
- **MEJORA DE LA GENÉTICA EN LAS GRANJAS PROPIAS(100.000 UDS./AÑO).**
- **INCREMENTAR LA CUOTA DE MERCADO DE FRESCO EN ANDALUCÍA.**
- **DESARROLLO DE LAS SINERGIAS DENTRO DEL GRUPO CAMPOFRIO:**
 - *GLOBAL SOURCING,TECNOLOGÍA, MKTG...**



PRESUPUESTO 2000



CAMPOCARNE

- **LANZAMIENTO DE PRODUCTOS DE MAYOR VALOR AÑADIDO(SEMIPROCESADOS).**
- **MAYOR DIFERENCIACIÓN CON LOS COMPETIDORES.**
- **ASEGURAR LA CALIDAD Y TRAZABILIDAD DEL PRODUCTO(PORCINO/VACUNO).**
- **ESTRICTO CONTROL DE COSTES Y MARGENES.**
- **CRECIMIENTO SIN AFECTAR AL MARGEN.**



PRESUPUESTO 2000

CAMPOFRIO INTERNACIONAL

- **EL PRESUPUESTO DEL 2000 SE ENMARCA DENTRO DE LOS OBJETIVOS PARA EL AREA INTERNACIONAL DEL PERÍODO 2000-2002.**
- **LOGRAR EL LIDERAZGO DE MERCADO (CONSEGUIR SER LOS 1ros Ó 2dos EN ELABORADOS CÁRNICOS MERCADO LOCAL Ó REGIONAL).**
- **CONSOLIDAR NUESTRO NEGOCIO PARA LOGRAR CRECIMIENTO SOSTENIBLE-ELIMINAR Ó REDUCIR LA VOLATILIDAD-.**
- **DESARROLLAR LOS MEJORES PROCEDIMIENTOS / BENCHMARKING PARA CADA ACTIVIDAD FUNDAMENTAL.**
- **DESARROLLAR PROGRAMAS DE FORMACIÓN PARA EL PERSONAL CLAVE.**
- **LOGRAR UN ROE DEL 15% EN 2002 Y 20% EN EL FUTURO.**

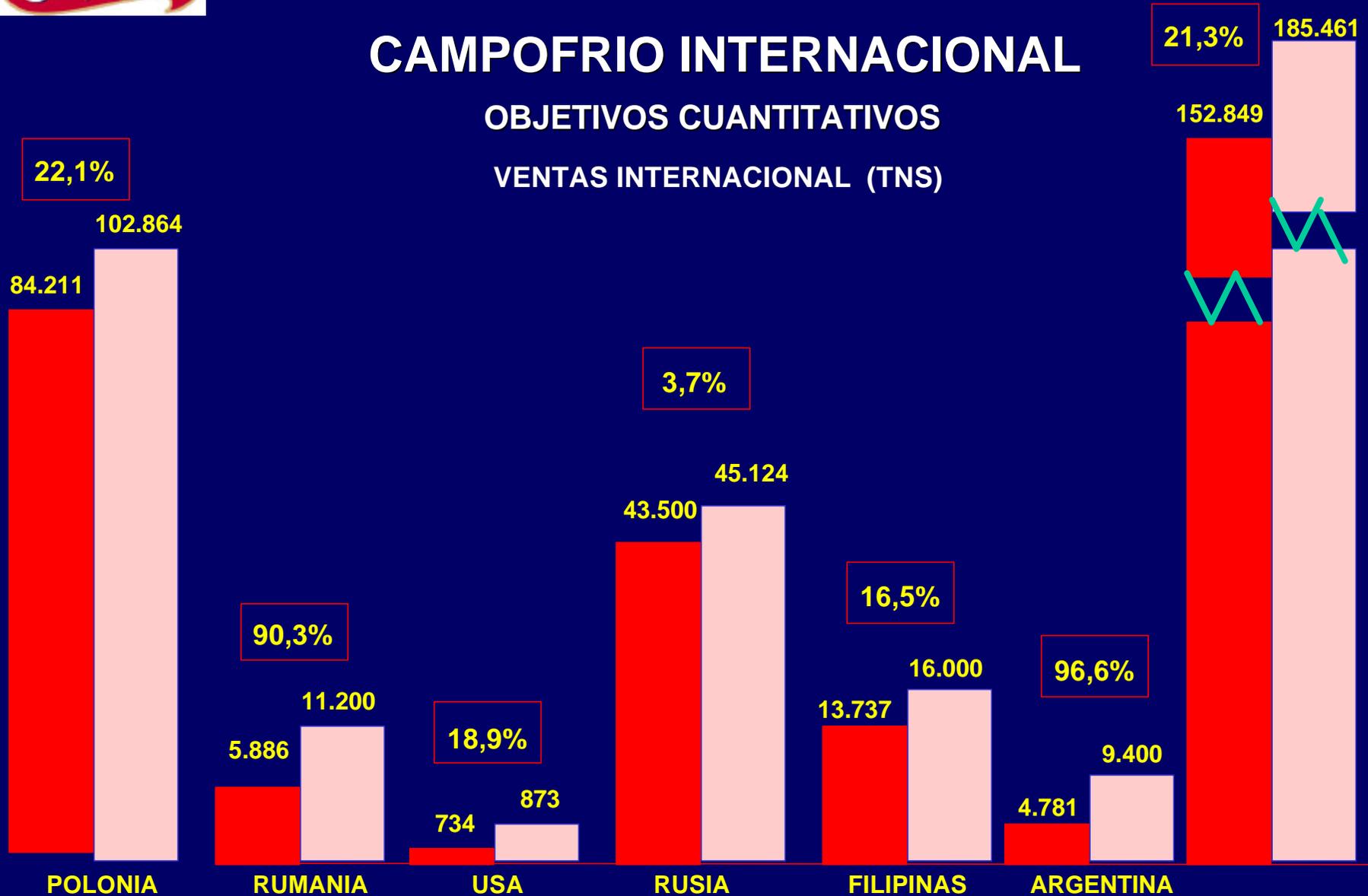


PRESUPUESTO 2000

CAMPOFRIO INTERNACIONAL

OBJETIVOS CUANTITATIVOS

VENTAS INTERNACIONAL (TNS)



■ 99 REAL ■ 2000 PPTO.

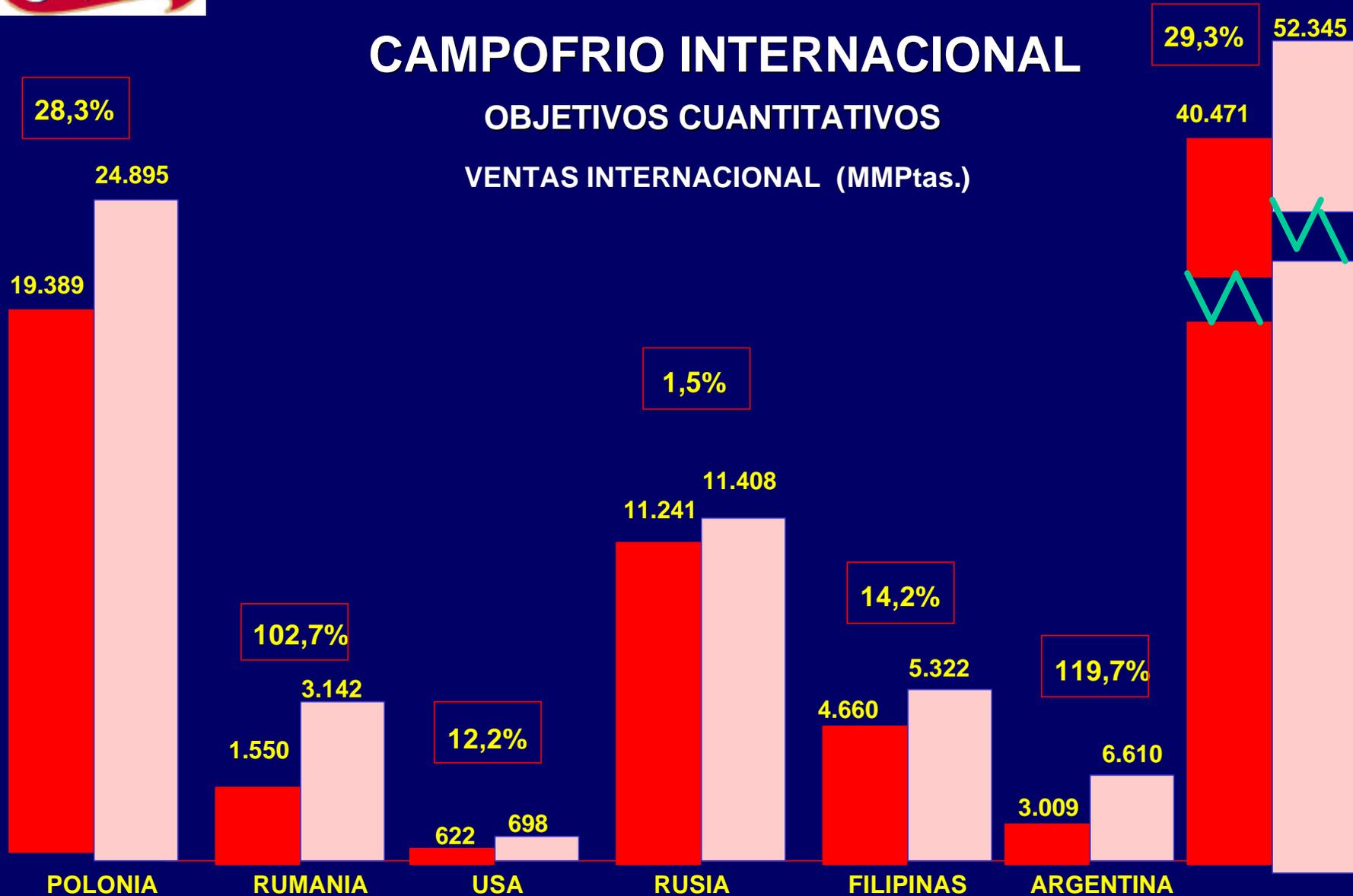


PRESUPUESTO 2000

CAMPOFRIO INTERNACIONAL

OBJETIVOS CUANTITATIVOS

VENTAS INTERNACIONAL (MMPtas.)



■ 99 REAL ■ 2000 PPTO.



PRESUPUESTO 2000



MORLINY/OSTROLEKA

- **EXPANDIR LAS VENTAS PARA ALCANZAR LA DISTRIBUCIÓN A NIVEL NACIONAL.(ACTUALMENTE 70% VENTAS SE REALIZAN EN 3 DE 10 REGIONES).**
- **DESARROLLAR E IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE FOOD SERVICE PARA INCREMENTAR SUS VENTAS HASTA EL 5% DEL TOTAL .**
- **MAXIMIZAR LA CAPACIDAD DEL MATADERO A TRAVÉS DEL INCREMENTO DE LAS VENTAS DE FRESCO.**
- **REDUCIR PLANTILLA EN 500 PERSONAS EN AMBAS FILIALES.**
- **INCREMENTAR VENTAS EN USA, CANADA,ETC...**
- **MEJORA DE LA GENÉTICA ANIMAL LOCAL.**



CAMPOMOS

- **FORTALECIMIENTO DE LAS POSICIONES EN EL ÁREA DE MOSCÚ.**
- **INTRODUCCIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS CURADOS DE MORLINY EN EL MERCADO RUSO.**
- **DESARROLLO DE VENTAS EN REGIONES APOYADOS EN DISTRIBUIDORES LOCALES.**
- **ACTIVAR DESPIECE PARA CONCENTRAR LAS COMPRAS DE CARNE EN CARCASAS DE PORCINO Y CUARTOS DE VACUNO (EN RUBLOS).**



TABCO

- **DESARROLLO DE LA PRODUCCIÓN PORCINA INCORPORANDO MEJORAS GENÉTICAS EN EL ÁREA DE TULCEA.**
- **INTRODUCCIÓN DE UNA LINEA DE EMBUTIDOS CURADOS .**
- **CONSOLIDAR LA DISTRIBUCIÓN A NIVEL NACIONAL.**
- **MEJORA DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN.**



PRESUPUESTO 2000

RESUMEN FILIALES EN CIFRAS

(Uds: MM. pts)

	Ventas(Tn)	Ventas Netas	EBITDA	B.A.I.	B.D.I.	ROE%
DELICASS	870	2.664	311	165	116	76
C.M. NOIRE	10.800	14.000	985	513	308	11
FRICARNES	31.954	14.347	1.017	556	359	15
CAMPOCARNE	166.854	39.173	1.042	560	392	14
CC. ANDALUCIA	27.743	8.678	507	309	216	185
MORLINY/OSTROLEKA	102.864	24.895	2.103	1.028	706	13
CAMPOMOS	45.124	11.408	1.114	166	(118)	-
RUMANIA	11.200	3.142	272	157	94	9
SUBTOTAL	397.409	118.307	7.351	3.454	2.073	
PUESTAS EN EQUIVALENCIA:						
CAMPOAUSTRAL	9.400	6.610	633	320	320	12
S.M.C.C.	16.000	5.322	96	336	210	10
ABUIN	873	698	152	118	71	21
SUBTOTAL	26.273	12.630	881	774	601	



PRESUPUESTO 2000

RESULTADOS OPERATIVOS CONSOLIDADOS

(Uds: MM pts)	AÑO 2.000
Ventas en Tn	502.293
Ventas Netas	161.520
Margen Materiales	61.158
Resultado Operativo	7.359
Resultados financieros	(1.343)
B.A.I.(*)	6.016
B.D.I(**)	3.827

(*)No se tienen en cuenta Resultados Extraordinarios.

(**)Se ha calculado con una tasa impositiva media del 35%.



PRESUPUESTO 2000

RESUMEN DEL P-2000 GRUPO CAMPOFRÍO

(Uds: MM pts)	VENTAS	BDI
GRUPO CAMPOFRÍO P-2000(*)	161.520	3.827
OMSA P-2000(**)	42.500	710
	204.020	4.537
CASH FLOW		10.277

(*)No se tienen en cuenta Resultados Extraordinarios.

(**)Considerando el 60% de resultado atribuible .



COTIZACIÓN CAMPOFRIO EN EL MERCADO CONTINUO



