

# Makro dispara un 60% su beneficio y avisa de caídas de precios

**EN EL EJERCICIO 2023/** La inflación y la recuperación del negocio elevan un 12% las ventas en España, hasta 1.642 millones.

C.D. Madrid

Makro está ejecutando un ambicioso plan estratégico que tiene como objetivo alcanzar los 3.000 millones de euros de facturación en España en 2030. A pesar de un contexto de mercado difícil, la compañía sigue acercándose a su meta estratégica después de cerrar su pasado ejercicio fiscal (finalizado en septiembre) con una cifra de negocio récord de 1.642 millones, un 12% de incremento, mientras que su beneficio neto se disparó un 60% interanual, hasta 14,6 millones.

Durante la presentación ayer de los resultados anuales, el consejero delegado de Makro España, David Martínez, apuntó a la inflación y a la recuperación, mejor de lo previsto, del mercado, para justificar los ingresos históricos. Por su parte, la fuerte subida del resultado neto tuvo como detonantes la fuerte política de contención de costes de la empresa y las medidas para mantener las ventas, lo que ayudó a mantener los volúmenes.

“Estamos conteniendo costes, aunque hemos crecido más en ventas (valor) que en volumen”, dijo.

A cierre de ejercicio, las marcas propias pesaron un 36% en la facturación de Makro, hasta 594 millones, aumentando su importancia en el negocio de la empresa,



David Martínez, consejero delegado de Makro España.

**El beneficio neto fue de 14,6 millones, un 59% más, y facturó 594 millones con sus propias marcas**

tras crecer un 24%, más que las firmas de fabricante, que supusieron un 76% de los ingresos. Martínez señaló que este mejor avance de la marca blanca se explica por la inflación, aunque considera que su crecimiento se desacelerará ya desde este año, en el que la inflación ya se está conteniendo y se están viendo bajadas de precios en algunos productos concretos.

Makro invirtió 12 millones de euros el año pasado en la mejora de sus centros y en medidas para reducir el impacto sobre el medio ambiente de su actividad. Para este año, la previsión es que las inversiones tengan el mismo peso sobre la facturación. Además, en 2023, aumentó un 17% su fuerza de ventas, superando los 500 gestores comerciales.

Martínez anticipa un verano bueno, gracias a la mejoría del mercado por encima de lo esperado y al boom del turismo, que impulsará la hostelería. Por ello, considera que 2024 será mejor que 2023, pese a las caídas de precios.

# Ence encadena dos trimestres en negro por el precio de la celulosa

Carlos Drake, Madrid

La compañía española Ence continúa su camino hacia la recuperación, tras una segunda mitad de 2023 marcada por el bajo precio de la celulosa. La firma, que ya tiene vendida toda su producción de celulosa de 2024, obtuvo un beneficio neto atribuido de 7,9 millones de euros en los tres primeros meses de 2024. Con este dato, consiguió su segundo trimestre consecutivo en negro, tras ganar 3,5 millones en el último de 2023.

Pese a la mejoría, la empresa no logró mejorar los resultados del primer cuarto de 2023, sino que los empeoró más de un 37%, ya que en dichos meses del ejercicio pasado la celulosa se encontraba en más de 1.300 dólares la tonelada, aunque pronto empezó a bajar hasta tocar fondo en agosto y llegó a 800 dólares. Además, en ese período se benefició de extraordinarios positivos como la subida del precio regulado de la energía y de la normalización productiva de su planta de Pontevedra.

La recuperación de la demanda y la menor producción de celulosa han permitido a Ence experimentar sin tomar de recuperación de su negocio, aunque la comparativa con el primer trimestre de 2023 muestra diferencias.

En cuanto a la facturación, la compañía española contabilizó unos ingresos de 213,6 millones entre enero y marzo de este año, es decir, un 17,9% menos si se compara con los 260 millones logrados en los mismos meses del año previo.



Ignacio Colmenares, presidente de Ence.

**La empresa española incrementó un 1% la producción de celulosa en el primer trimestre del año**

**Ence ganó 7,9 millones en el primer trimestre, un 37% menos, y las ventas bajaron un 18%**

Sin embargo, el dato intertrimestral subió un 6,8%.

Ence, que presentó ayer sus resultados del primer cuarto de 2024, concentró tres cuartas partes de sus ventas en el negocio de celulosa, con 161 millones, un 10,3% de reducción, mientras que el área de renovables cerró el trimestre con una facturación de 53,3 millones (-35%).

**Sube la producción**

La demanda creciente de papel y cartón motivó que Ence viera incrementada su producción trimestral de celulo-

sa, hasta 254.865 toneladas, un 0,9% más, aunque las ventas de esta materia prima se elevaron un 12%, hasta 242.726 toneladas (con un 19% de celulosas especiales como el *fluff*, cinco puntos más que hace un año).

Así, el precio medio de venta de celulosa superó levemente los 600 euros por tonelada entre enero y marzo, un 21% menos, al tiempo que el margen operativo por tonelada de celulosa también cayó un 10%, hasta 114 euros.

La Ullave / Página 2

# Erte en Freixenet para el 79% de la plantilla debido a la sequía

J. Orihuel, Barcelona

La sequía en la comarca catalana del Penedès pasa factura al sector vitivinícola. Grupo Freixenet, el mayor elaborador de cava, anunció ayer la presentación de un expediente de regulación temporal de empleo (Erte) ante la situación de falta de precipitaciones en la zona, en especial desde 2023, con la consiguiente caída de la producción de uva.

Dos empresas del grupo, participado al 50% por la

multinacional alemana Henkel y la familia Ferrer, la propia Freixenet y Segura Viudas, han planteado a la Generalitat y a los sindicatos un Erte por fuerza mayor que afectará a partir de mayo a 615 empleados.

La intensidad de la suspensión temporal dependerá de la época del año y de la evolución de la climatología.

La tercera empresa de Henkel y los Ferrer, Comercial Grupo Freixenet, con 60 empleados, queda al margen

del ajuste. En total, el Erte afectará al 79% de la plantilla del grupo, formada por 778 personas. Dependiendo de los departamentos, el impacto del expediente oscilará entre el 20% y el 50%.

Codorníu, el principal competidor de Freixenet, descartó ayer la aplicación de ajustes de plantilla a pesar de la sequía gracias, entre otros factores, a la buena planificación en la compra de uva, explicaron fuentes de la empresa controlada por Carlyle.

# Holaluz negocia una operación de financiación de 21 millones

E. Galián, Barcelona

Holaluz se asegura nuevos recursos financieros. La comercializadora de energía anunció ayer en una comunicación al BME Growth que tiene “todo preparado” para firmar esta misma semana una operación de financiación valorada en 21 millones de euros. Esta transacción se ha negociado en un momento complejo para la firma creada por Carlota Pi, Oriol Vila y Ferran Nogué como consecuencia de la normalización de los precios de la

luz y de la desaceleración del mercado solar residencial.

La financiación se dividirá en cuatro tramos. Por un lado, el Institut Català de Finances (ICF), dependiente de la Generalitat, concederá un préstamo de diez millones, casi la mitad del montante total. Otro organismo del Ejecutivo catalán, Avançsa, inyectará, por su parte, tres millones; el holding industrial del Govern está especializado en préstamos participativos, que tienen tipos de interés vincula-

dos a la marcha de la empresa.

La operación también contará con un préstamo convertible de dos millones de euros procedente de “varios *family office* catalanes”, según explicó ayer Holaluz, así como con una línea de capital de seis millones de euros. La nueva financiación forma parte de una reestructuración de la deuda de la comercializadora, según aclaran fuentes consultadas. Al cierre de 2023, la deuda neta de Holaluz ascendía a 64,4 millones.