

# Alantra vende Probos a la alemana Surteco por 99 millones

**COMPRADA EN 2013 POR 48 MILLONES/** La firma de capital riesgo avanza en el proceso de desinversión de su segundo fondo, tras las últimas ventas de High Tech y Eysa.

Inés Abril. Madrid

Alantra tiene 450 millones de euros listos para invertir: proceden de su tercer fondo de capital riesgo, que la firma acaba de levantar para comprar empresas españolas y portuguesas y que es el mayor que se cierra en España desde la crisis. Pero antes de que haya podido estrenarlo, lo que ha llegado es una desinversión. Tras varios meses de negociaciones, Alantra ha cerrado un acuerdo para vender la portuguesa Probos al grupo industrial alemán Surteco.

Los nuevos dueños pagarán 99 millones de euros en efectivo por el 100% de Probos, el tercer fabricante mundial de cantos plásticos encolados para la industria del mueble. Y no es un sector demasiado atomizado. Excluyendo China, este nicho mueve una facturación global de unos 630 millones de euros, según fuentes financieras, y los cuatro principales operadores de la industria tienen una cuota cercana al 76%.

Con una facturación en 2016 de 66,5 millones, Probos es uno de esos cuatro operadores. Y con unos ingresos diez veces superiores a los de la portuguesa, la germana Surteco también es uno de los líderes de la industria. Con su recién adquirida filial aspira a reforzar su presencia sobre todo en Latinoamérica, ya que Probos tiene un fuerte posicionamiento en países como Brasil, México y Colombia, además del que tiene



Santiago Eguidazu, presidente ejecutivo de Alantra.

## BBVA ha sido el asesor de Alantra en la negociación para la venta de su participada lusa

en Rusia. Alantra compró Probos en 2013, con una inversión de 48 millones realizada tanto desde Dinamia como desde el segundo fondo de capital riesgo de la firma presidida por Santiago Eguidazu.

Cuatro años después se produce la salida tras un proceso de negociación en el que han participado compañías industriales y también del segmento del capital riesgo. BBVA ha sido el asesor de Alantra en la transacción.

La venta de Probos es la tercera desinversión que realiza el segundo fondo de capital riesgo de Alantra en los últimos meses. El pasado septiembre la firma vendió su participación en High Tech Hotels & Resorts y unos meses antes había hecho lo propio con Eysa, especializada en servicios de aparcamiento.

## Proceso de salida

Pese a estas ventas, Alantra aún tiene bastantes participaciones en cartera fruto de las inversiones realizadas con su segundo fondo. La firma es dueña todavía de la compañía audiovisual Secuoya, del fabricante de pan congelado Panasa o de la entidad especializada en productos de or-

## Dispone de un nuevo fondo con el que quiere realizar entre una y tres compras este año

topedia MBA. Esta última compañía lleva en cartera desde 2008, pero no es la más antigua. Alantra tiene una participación que data de 2005: Grupo Novolux, propiedad de su primer fondo.

Pese a ello, fuentes financieras aseguran que el foco de la división de capital riesgo de Alantra está más puesto en invertir que en desinvertir. Los 450 millones de euros que tiene recién llegados a sus arcas son un aliciente para ello.

Eso sí, la compañía no tiene prisa por realizar la primera compra. Fuentes financieras aseguran que su tercer fondo de capital riesgo ha comenzado 2017 con mucha actividad y que su objetivo es realizar entre una y tres inversiones, pero no por ello se van a acelerar los plazos o a asumir inversiones a precios elevados.

En la actual situación que domina el sector, caracterizada por la alta competencia por realizar adquisiciones y colocar la liquidez, Alantra pretende mantener la disciplina en las valoraciones y el endeudamiento de las compañías, así como vigilar los precios que ofrezca en los procesos de subasta a los que acuda.

La Llave / Página 2

# Damm supera por primera vez los 1.000 millones en ventas

Sergi Saborit. Barcelona

La junta general de accionistas de Damm aprobará hoy las mejores cuentas de la historia del grupo cervecero. En 2016, el último ejercicio completo gestionado por Enric Crous, la empresa catalana logró superar por primera vez los 1.000 millones de facturación y alcanzó también por vez primera un beneficio neto consolidado superior a los 100 millones de euros.

Según la memoria corporativa que hoy se presentará a los socios, Damm incrementó un 8,6% su cifra de negocio el pasado año, hasta un total de 1.045 millones de euros. El ebitda mejoró un 6,4%, hasta 189,5 millones. El beneficio de explotación aumentó un 8,4% (120,16 millones) y el beneficio neto atribuido escaló hasta los 101,26 millones, tras avanzar un 9,7%. La ratio de deuda neta (54 millones) sobre ebitda es de solo 0,29 veces.

El consejo de administración de Damm propondrá a la junta distribuir un dividendo total a cargo del ejercicio de 2016 de 50,1 millones, importe que supone un *pay out* del 67% respecto a las ganancias de la matriz del grupo (75 millones). De esta cifra, 22 millones ya se pagaron en dos dividendos a cuenta abonados en octubre y enero. “Uno de los objetivos principales sigue siendo maximizar la rentabilidad de los accionistas”, afirma Damm, que sitúa el beneficio por acción a 0,42 euros, un 10,5% más. Los principales accionistas del grupo son la petrolera canaria Disa (30,6%), el grupo ale-



Demetrio Carceller, presidente del grupo cervecero Damm.

mán Dr. Oetker (25%) y Seegrund (13,95%), una sociedad propiedad de la familia Carceller, que también controla Disa. El resto del capital está en manos de minoritarios y de otras familias históricas de Damm, como los Agenjo Bosch y Armadàs Bosch -descendientes del fundador- y los Furriol Fornells.

## Posee el 11,45% de Ebro

Damm incrementó el pasado año hasta el 11,45% su participación en Ebro Foods, paquete que ayer estaba valorado en Bolsa en 367 millones. El 5,5% de estas acciones están pignoras en garantía a una emisión de bonos efectuada el pasado 1 de diciembre por 200 millones. Estos bonos canjeables por títulos de Ebro cotizan en la Bolsa de Fráncfort y devengan un interés fijo anual del 1% con vencimiento en 2023. El precio fijado para el canje se estableció en 23,71 euros. Ayer las acciones de Ebro cerraron a 20,8 euros.

# Eroski modera la inversión para reducir deuda

M.Á.Fuentes. Bilbao

El control y la reducción de la deuda van a ser la prioridad de Eroski, lo que le obliga a “moderar la utilización de fondos” y a ralentizar las inversiones, que rondarán el 2% de la cifra de negocios anual. Así lo explicó ayer el presidente del grupo de distribución, Agustín Markaide, en una intervención en el Foro Europa, en Bilbao. Según dijo, el volumen de inversión estará condicionado durante el próximo quinquenio al recorte de la deuda en entre 300 millones y 500 millones de euros.

Año y medio después de acordar la refinanciación con la banca, Eroski tiene actualmente una deuda que, “en números muy redondos” –e incluyendo el pasivo circulante– está en 2.500 millones de euros. De ellos, 2.160 millones serían con las entidades financieras acreedoras, importe que ha acordado dejar en 1.600 millones en 2019.

Markaide admitió que el endeudamiento “no nos da aún autonomía en la gestión”. En los próximos cuatro años, Eroski abrirá 70 nuevas tiendas en sus áreas de influencia

del norte de España (Baleares, Cataluña, Aragón, País Vasco, Navarra, Asturias y Galicia) y allí concentrará sus desembolsos. En el resto de España está prevista la apertura de 80 a 100 comercios al año en régimen de franquicia: “Tenemos que rentabilizar la inversión ya realizada”.

Markaide quiso dejar claro

## Markaide resta importancia a la competencia de Mercadona en el País Vasco

que la compra de Caprabo no fue una decisión equivocada, pese al fuerte endeudamiento que supuso para Eroski en vísperas de la crisis: “Fue una operación estratégica excelente; la equivocación fue la crisis”. Además, señaló que la elevada deuda no se debe sólo a Caprabo, sino a la política de crecimiento “que no fue bendecida por el mercado”.

El grupo cooperativo –que perdió 22,8 millones y mantuvo estable su facturación en 6.051 millones en 2016– defiende la política de alianzas en compras y basa su estrate-

gia comercial en la diferenciación, la cercanía al cliente y los productos “extrapróximos y frescos”.

Sobre la competencia de Mercadona, que entró en 2014 en el País Vasco (única Comunidad en la que no estaba), Markaide admitió que la valenciana, como toda la competencia, “roba clientes”. Pero dijo que el efecto real ha sido que Mercadona ha quitado a Eroski “menos de lo que nos tocaría”, con lo que el grupo está satisfecho.

La Llave / Página 2



Agustín Markaide es presidente del grupo Eroski desde 2011.