



Las ventas de Damm crecen un 10% hasta los 1.385 millones de euros y su EBITDA crece un 25% hasta los 247 millones de euros en 2019

- **El pasado ejercicio estuvo marcado por la expansión internacional y con la entrada en 12 nuevos mercados**
- **Durante 2019 la compañía aumentó su plantilla un 7% hasta los 4.900 empleados**
- **Damm realizó inversiones industriales superiores a los 100M destacando los 6M en acciones de mejora medioambiental y 8M€ en innovación tecnológica y transformación digital**

Barcelona, 13 de julio de 2020.- Damm, empresa líder con presencia en los sectores de bebidas, logística, restauración (Rodilla y Hamburguesa Nostra) y alimentación (Ebro Foods) alcanzó en 2019 una facturación de 1.385 millones de euros, un 10% más que en 2018, resultados que se someterán a aprobación en la próxima Junta de Accionistas de la compañía, que se celebrará en la Antigua Fábrica Estrella Damm el 29 de septiembre.

El resultado bruto de explotación (EBITDA) fue de 247 millones de euros que supone un incremento del 25% respecto al año anterior y, el beneficio neto se situó en 120 millones de euros, un 7% más que el año 2018. Este excelente comportamiento ha sido posible gracias a la importante apuesta por la innovación y potenciación de las marcas, así como al aumento de la capacidad y de la eficiencia productiva, además de la constante apuesta por la internacionalización, junto con una evolución positiva en los mercados en los que opera.

En relación con la internacionalización, la compañía registró un incremento de las ventas en todos los canales y mercados en los que opera. Actualmente, Damm está presente en más de 120 países. En este sentido, cabe destacar la exitosa evolución de las ventas internacionales en los últimos años, pasando de representar un 1,5% en 2008 a superar el 25% actualmente.

Para conseguir este importante crecimiento la compañía ha incrementado el número total de empleados, pasando de 4.574 en 2018 a 4.900 a cierre de 2019, año en el que la compañía fue reconocida por Merco, monitor empresarial de reputación corporativa, por su capacidad para atraer y retener talento.

Otro de los aspectos destacados de 2019 es la inversión realizada por parte de Damm en las áreas de investigación y desarrollo e innovación tecnológica, así como en transformación digital, conceptos a los que destinó un total de 8 millones de euros.

Demetrio Carceller Arce, presidente ejecutivo de Damm, ha remarcado que “los resultados de 2019 han sido fruto del esfuerzo de la compañía por continuar creciendo de forma sostenible y en el ámbito internacional, gracias a la solidez de nuestras marcas, que actualmente conforman un extenso portafolio de productos, así como a la consolidación de nuestra amplia red de distribución y un gran esfuerzo inversor destinado a incrementar nuestra

capacidad de producción, mejorando, al mismo tiempo, la eficiencia en toda la cadena de suministro”.

La actividad de la compañía se ha visto afectada desde el mes de marzo por la crisis del Covid-19 que supuso el cierre total del canal de hostelería, pero se muestra confiada en recuperar la actividad en los próximos meses. En este sentido, Carceller Arce ha afirmado que “durante los últimos meses, hemos hecho un esfuerzo muy notable para adaptarnos a la situación, ofreciendo todos nuestros recursos durante la crisis sanitaria para mitigar los efectos del virus, y apoyando a la hostelería de manera decidida en estas últimas semanas de arranque”, a lo que ha añadido que “nuestras fábricas han continuado operativas en todo momento, garantizando el suministro continuo de nuestros productos, y hemos llevado a cabo también un esfuerzo importante en tecnología que nos ha permitido afrontar la situación con todas las garantías de seguridad”

La sostenibilidad, aspecto clave en el crecimiento de la cervecera

El 2019 ha sido también un año marcado por la sostenibilidad, consolidada ya como eje estratégico transversal aplicado a la toda actividad de la compañía. Ello se ha plasmado en un giro a nivel de comunicación en las últimas campañas de Estrella Damm -“Alma”, “Amantes” y “Compromiso”- con el propósito de concienciar a la sociedad sobre la necesidad de proteger el mar. Asimismo, la mejora de la gestión ambiental se ha trasladado también al negocio con la implantación de destacadas medidas medioambientales como el lanzamiento de los primeros packs de latas de Estrella Damm libres de plástico a través de un nuevo sistema de embalaje con cartón 100% biodegradable.

El compromiso de Damm por concienciar sobre la importancia del medio ambiente llevó a la compañía a impulsar un año más su plan estival de fomento de reciclaje de latas en las playas del mediterráneo, así como una campaña itinerante de recogida de basuraleza en playas de la mano de la ONG SEO BirdLife.

Asimismo, prueba de este firme compromiso es la adhesión de la compañía al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, lo que supone la alineación de su actividad con los diez principios universalmente aceptados en las áreas de derechos humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción, así como la adopción de medidas en apoyo de los objetivos de las Naciones Unidas plasmados, actualmente, en los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

www.dammcorporate.com