



Nota de Prensa

Fecha:
16 de agosto 2010

Contacto
Carolina Pérez/Carlos Suárez
Tel. 91 563 77 22
cperez@lorenteycuenca.com
csuarez@lorenteycuenca.com

Grupo GfK registra un crecimiento dinámico de ventas y unos beneficios en alza

Núremberg, 16 de agosto de 2010 – Tras el satisfactorio comienzo de 2010, en el segundo trimestre el Grupo GfK siguió obteniendo unos excelentes resultados comerciales. Los signos de recuperación del primer trimestre se confirmaron. En consecuencia, se produjo un considerable incremento de las ventas y de los beneficios. GfK ha salido reforzado de la crisis financiera y económica. Y por todo ello, las previsiones de ventas y beneficios para el ejercicio 2010 se han incrementado de manera considerable.

Entre los meses de abril a junio, GfK mejoró el crecimiento de sus ventas y beneficios, con lo que el impulso de crecimiento se incrementó considerablemente con respecto al primer trimestre. En el segundo trimestre, GfK generó unas ventas por valor de 328,7 millones de euros, lo que supuso una subida del 12,3%. Asimismo, GfK registró un importante repunte en los beneficios, tanto con respecto al mismo trimestre del año anterior como al primer trimestre de 2010.

En términos estratégicos, todo parece apuntar hacia el crecimiento. Mediante la adquisición de participaciones de SirValUse Consulting y Nurago en mayo de 2010, así como gracias al desarrollo de la innovadora metodología de investigación GfK Network Intelligence Solution (GfK NIS) y a la extensión del GfK Media Efficiency Panel, GfK consiguió ampliar sus competencias en el ámbito de Internet. "No sólo dejamos atrás un segundo trimestre de excelentes resultados, sino que también hemos trazado el camino para una nueva era digital y nos encontramos bien posicionados con vistas a enfrentarnos a los desafíos del futuro", declaró el Profesor Dr. Klaus L. Wübbenhorst, Presidente del Grupo GfK.

Desarrollo económico y financiero

En los primeros seis meses de este año, GfK generó unas ventas por valor de 609,6 millones de euros, lo que significó un incremento del 9,4% comparado con los seis primeros meses del año anterior.

Los efectos derivados de las divisas, en concreto el dólar estadounidense, hicieron que las ventas subieran un 2,6%.

El MARGEN sobre ventas del Grupo GfK subió hasta el 11,8%, y fue por lo tanto 2,5 puntos porcentuales mayor que el margen del ejercicio anterior, situado en 9,3%.

EL BENEFICIO OPERATIVO se incrementó en un 61,7% con respecto al año anterior, alcanzando los 52,0 millones de euros.

En los primeros seis meses, el EBIDTA se incrementó en 20,0 millones de euros, hasta alcanzar los 78,2 millones de euros (ejercicio anterior: 58,2 millones de euros).

También durante los primeros seis meses de 2010, EL FLUJO DE CAJA DE ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN alcanzó los 64,0 millones de euros; cifra que en el ejercicio anterior fue de 48,6 millones.

Pamela Knapp, Directora de Recursos Humanos y Directora Financiera del Grupo GfK comentó: "La buena evolución de la compañía se refleja en la excelente tendencia mostrada por el flujo de caja de explotación. Tras financiar con él todas las inversiones y adquisiciones, GfK siguió disponiendo de 12,7 millones de euros. El hecho de contar con una cantidad así de flujo de caja disponible a mitad de año es muy positivo, y nos permite reducir la deuda neta en relación con el pasado ejercicio".

GRUPO GfK: CIFRAS DE CRECIMIENTO MÁS IMPORTANTES¹⁾

| En millones de euros | T2 2009 | T2 2010 | Cambio en % | S1 2009 | S1 2010 | Cambio en % |
|---|------------|------------|----------------|------------|------------|----------------|
| Ventas | 292,8 | 328,7 | 12,3 | 557,5 | 609,6 | 9,4 |
| EBITDA | 40,8 | 47,3 | 16,0 | 58,2 | 78,2 | 34,4 |
| Beneficio operativo ajustados | 36,8 | 46,6 | 26,5 | 51,6 | 71,9 | 39,3 |
| Margen en tanto por ciento ²⁾ | 12,6 | 14,2 | | 9,3 | 11,8 | |
| Beneficio operativo | 26,7 | 33,6 | 25,6 | 32,2 | 52,0 | 61,7 |
| EBIT | 28,1 | 34,4 | 22,6 | 34,1 | 53,5 | 57,0 |
| Beneficio total consolidado | 14,4 | 22,0 | 52,9 | 15,7 | 31,8 | 102,8 |
| Flujo de caja de actividades de explotación | 48,2 | 56,9 | 18,1 | 48,6 | 64,0 | 31,6 |
| Deuda neta ³⁾ | | | | -533,3 | -494,2 | -7,3 |
| Ganancias por acción no diluidas (en EUR) | 0,32 | 0,52 | 62,5 | 0,33 | 0,75 | 127,3 |
| Ganancias ajustadas por acción (en EUR) ⁴⁾ | 0,60 | 0,89 | 48,3 | 0,87 | 1,31 | 50,6 |

1) Redondeadas

2) Beneficio operativo ajustado sobre ventas

3) Obligaciones contraídas con entidades bancarias más obligaciones en materia de pensiones, obligaciones contraídas por arrendamiento y otro tipo de obligaciones con interés, menos caja y equivalentes así como títulos de valor y depósitos a plazo fijo.

4) Beneficios totales consolidados atribuibles a los accionistas, más elementos destacados divididos por el número medio de acciones para el periodo en cuestión.



Tendencias en el sector

INVESTIGACIÓN AD-HOC: En los primeros seis meses, el sector del Grupo GfK que más vende generó unas ventas de 368,1 millones de euros, un repunte interanual del 9,7%. Los ingresos se triplicaron, pasando de 6,5 millones de euros a 19,5 millones de euros.

La actual recuperación de la actividad comercial con clientes de las industrias del automóvil y los mercados financieros tuvo mucho que ver con esa subida. Asimismo, el volumen de los contratos con clientes de los sectores de las tecnologías de la información y de las telecomunicaciones siguió evolucionando favorablemente. A esto hay que añadir las nuevas medidas, en materia por ejemplo de satisfacción del cliente y de webmining, que han supuesto un mayor impulso para el crecimiento.

SECTORES MINORISTA Y TECNOLÓGICO: En la primera mitad del año, el sector con mayores beneficios experimentó un repunte del 10,1% en las ventas, hasta alcanzar los 172,78 millones. Los beneficios subieron aún más, un 20,6%, hasta alcanzar los 47,4 millones de euros.

El sistema internacional de producción e informes GfK StarTrack, que garantiza una valoración con costes eficientes de los datos siguiendo el mismo patrón en todo el mundo, sigue realizando una contribución clave al éxito del sector. Los sectores Minorista y Tecnológico obtuvieron unos resultados especialmente buenos en los segmentos de Telecomunicaciones, Tecnología de la Información y Óptico. Los segmentos principales, como la Electrónica de Consumo y el Bricolaje también ganaron terreno. Las nuevas actividades en Turismo y Moda generaron asimismo un crecimiento dinámico de las ventas.

El sector de los MEDIOS DE COMUNICACION se mantuvo con éxito en su posición durante los seis primeros meses. En la primera mitad del año, el sector incrementó sus ventas en un 4,5%, hasta alcanzar los 66,1 millones de euros. Los factores que contribuyeron a esta evolución positiva de las ventas incluyeron la renovación de contratos en el ámbito de la utilización de medios en Austria y Países Bajos.

Asimismo, la filial norteamericana GfK MRI, con su producto GfK AdMeasure, que mide la efectividad de la publicidad en la prensa escrita, consiguió nuevos clientes y un importante impulso en las ventas. Los ingresos totales del sector ascendieron a 7,8 millones de euros (ejercicio anterior: 9,1 millones).



Previsiones

En los siete primeros meses del año el volumen de los pedidos experimentó una evolución positiva. A finales de julio de 2010, la cartera de pedidos cubría un 85,4% de las ventas presupuestadas. Esto supone una importante subida con respecto al 81,0% del año anterior. Los tres sectores anteriormente comentados contribuyen positivamente a este desarrollo.

En vista de los excelentes resultados de la primera mitad del año, y del satisfactorio volumen de los pedidos, GfK está superando de manera importante lo establecido en el Informe Anual de la dirección del Grupo de 2009.

Teniendo en cuenta las empresas que consolidaron a principios de año, GfK espera un incremento de las ventas del 6% para el ejercicio 2010. Este dato supone el doble de lo declarado inicialmente y no tiene en cuenta los efectos de las divisas. Los tres sectores corporativos deberán contribuir con sus resultados al incremento positivo de las ventas. Para el conjunto de 2010, GfK va camino de superar de manera considerable su previsión en materia de márgenes, hasta que este alcance el 13,5% de las ventas. Este margen supera al alcanzado en 2008, y pone punto y final a la tendencia bajista consecuencia de la crisis. Sin embargo, todas estas perspectivas se basan en la premisa de que las condiciones económicas no empeoren. Lo establecido en el primer trimestre para los elementos más destacados y los gastos de capital se mantienen durante el resto de 2010.

Con las medidas adoptadas, el Consejo de Dirección del Grupo GfK considera que su Grupo está bien preparado para superar los resultados del sector de la investigación de mercados en términos de crecimiento orgánico en el medio plazo, y para mejorar aún más la calidad de los beneficios.

Sobre el Grupo GfK

El Grupo GfK aporta el conocimiento que la industria, el comercio, las empresas de servicios y los medios de comunicación necesitan para tomar decisiones en el mercado. Provee una extensa gama de servicios de información y consultoría en tres sectores: investigación ad hoc, retail y tecnología y medios. Con operaciones en más de 100 países y más de 10.000 profesionales, GfK es la cuarta empresa de investigación de mercados del mundo. En 2009, las ventas del Grupo GfK alcanzaron los 1.164 millones de euros.

En España, GfK Emer ocupa el segundo lugar en el ranking elaborado por ANEIMO, cuenta con una plantilla superior a las 300 personas, distribuidas en sus oficinas de Madrid, Barcelona y Valencia. Al cierre de 2008, la facturación de GfK Emer ascendió a 39.7 millones de euros, de los cuales, cerca del 28% correspondieron a servicios prestados a nivel internacional.

Más información: www.gfk.es