

---

## NESTLÉ<sup>(1)</sup> EN ESPAÑA 2017

---

# La cifra de negocios de Nestlé se mantiene en 2017

- La cifra de negocios se sitúa en 1.928 millones de euros con un decrecimiento del 0,3% en términos comparables<sup>(2)</sup>.
- Las exportaciones representaron un 29% de las ventas totales y se situaron en 569 millones de euros, con un incremento del 3,6%.
- Las ventas en el mercado español alcanzaron los 1.359 millones de euros con un decrecimiento del 1,8% en términos comparables.
- Las inversiones ascendieron a 83 millones de euros.

*Esplugues de Llobregat, 1 de marzo de 2018.*— En 2017, las ventas totales de Nestlé en España ascendieron a **1.928 millones de euros**, con un ligero decrecimiento del 0,3% en términos comparables. Aun teniendo en cuenta la desinversión de Helados y Postres SA, la cifra de negocios se ha mantenido prácticamente igual a la de 2016 **gracias al buen ritmo de sus exportaciones**.

Un año más, y como muestra de la alta competitividad de las 10 fábricas de la Compañía en España<sup>(3)</sup>, el ritmo de las **exportaciones al Grupo** ha seguido creciendo y ya representan el 29% de las ventas totales. En 2017, las exportaciones aumentaron en valor (+3,6%) y en volumen (+2%), situándose en **569 millones de euros**.

En relación a las **ventas en el mercado español**, se alcanzaron los **1.359 millones de euros**, lo que supone un **descenso del 1,8% respecto al año anterior**. El incremento del coste de las principales *commodities* requirió el aumento de precios de algunos productos de la Compañía, resintiéndose así la demanda. Si bien es cierto que las ventas en el mercado español se vieron afectadas por esta circunstancia, cabe destacar una clara tendencia a la recuperación durante el último trimestre.

El conjunto de las **innovaciones** aportó un **10%** a la cifra de negocios y un **34%** adicional las **renovaciones** de diversas gamas de producto, fruto de la apuesta de Nestlé por mejorar la oferta al consumidor que, cada vez más, opta por productos *premium* y demanda opciones cada vez más saludables.

Por último, las **inversiones**, en su mayor parte destinadas al ámbito de la producción, alcanzaron los **83 millones de euros**.

---

<sup>(1)</sup> Estos datos reflejan la actividad comercial conjunta de Nestlé España SA, Productos del Café SA, Nestlé Purina PetCare España SA y Cereal Partners España AEIE (50%).

<sup>(2)</sup> Los datos correspondientes al ejercicio 2017 no incluyen las ventas del negocio de Helados y Postres SA, ya que desde el 1 de octubre de 2016 se traspasaron a Froneri con la creación de la *joint venture* con el Grupo R&R. A efectos comparativos, los datos de 2016 han sido recalculados con igual criterio.

<sup>(3)</sup> Nestlé España cuenta con 10 centros de producción ubicados en: Pontecesures (Pontevedra), Sebares y Gijón (Asturias), La Penilla (Cantabria), Miajadas (Cáceres) y Herrera del Duque (Badajoz), Girona y Viladrau (Girona), Reus (Tarragona) y Castellbisbal (Barcelona).

## Marcha de los negocios

En 2017, Nestlé ha vuelto a apostar por el llamado «*círculo virtuoso*» para seguir mejorando la eficiencia de las operaciones, incrementar la competitividad de las fábricas españolas y apoyar a las marcas con más recursos. En esta línea, el alto nivel de inversiones en el ámbito productivo, indispensables para asegurar la máxima calidad del producto, ha sido clave para impulsar la capacidad productiva y aumentar las exportaciones.

Por líneas de negocios, en **Cafés**, Nestlé continúa liderando la categoría, apostando fuertemente por el desarrollo del sistema NESCAFÉ DOLCE GUSTO y por la innovación, siendo la marca que ofrece al consumidor la mayor variedad de cafés del mercado. Este año sumó *Café au Lait intenso* a las 30 variedades de las que ya disponía. En soluble, se ha relanzado NESCAFÉ *Classic*, mejorando su aroma y sabor, e innovado con NESCAFÉ AZERA, un café *premium* al estilo de los *coffee shop* que mezcla café soluble y café tostado finamente molido.

En 2017, el negocio de NESPRESSO ha continuado su progresión positiva, innovando a lo largo de todo el ejercicio, desde el lanzamiento de la máquina *Essenza Mini*, la más pequeña de la marca hasta la fecha, hasta por ejemplo las nuevas variedades de café que se pueden disfrutar con hielo (*Leggero on Ice e Intenso on Ice*), pasando por nuevos formatos en retail. Se han lanzado ediciones limitadas, como *Vintage 2014*, la colección *Barista y Explorations*. En el segmento de fuera del hogar, destaca el lanzamiento de las variedades aromatizadas *Espresso Caramel* y *Espresso Vanilla*. En el ámbito de retail, NESPRESSO ha traído a España su nuevo concepto de boutique experiencial en Madrid, en la cual sus consumidores podrán sumergirse en una experiencia envolvente, que promueve el aprendizaje y la exploración en profundidad en torno al café, así como vivir en primera persona el firme compromiso de la marca con la sostenibilidad y el reciclaje.

En **Cacao soluble**, NESQUIK ha mantenido su cuota de mercado en volumen, reforzando sus promociones de valor añadido e innovando con una nueva variedad adicional de NESQUIK que contiene un 30% menos de azúcar.

En **Lácteos**, Nestlé mantiene su liderazgo en el sector de la leche evaporada y leche condensada, dinamizando el mercado con las innovaciones sin lactosa de leche evaporada IDEAL y de leche condensada LA LECHERA.

En **Chocolates**, Nestlé ha consolidado su oferta de innovación en la categoría *premium*, ampliando la gama de tabletas LES RECETTES DE L'ATELIER y lanzando CAJA ROJA *Dark Sublime*, el primer surtido de bombones de chocolate negro 70% cacao. Además, también se ha renovado la gama KIT KAT, con una nueva receta con más leche y más cacao.

En el negocio de **Culinarios** destaca la continua apuesta por la innovación como respuesta a las tendencias del sector en favor de los productos saludables y sostenibles.

- La iniciativa “SOLIS Responsable” ha recibido el reconocimiento de los Premios Alimentos de España 2017 que otorga el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. El galardón ha reconocido el programa “SOLIS Responsable” como ejemplo de la viabilidad de proyectos que implican a toda la cadena de valor alimentaria.
- LITORAL ha seguido consolidando las gamas LITORAL *Vegetal* y LITORAL *Hoy Legumbres*, elaboradas con ingredientes naturales y menos grasas. También destaca LITORAL *Fabada Asturiana* con un 30% menos de sal y de grasa.
- BUITONI ha renovado su *Pizza Sin Gluten*, que ahora también es *Sin Lactosa*. La gama de pizzas también se ha reforzado pensando en el target *millennial*, con el lanzamiento de la gama *American Style*.
- Por su parte, GARDEN GOURMET, líder marquista destinado al mercado flexitariano, ha registrado un crecimiento tanto en la distribución, al expandirse por toda la geografía española, como en su portfolio.
- Por último, MAGGI ha seguido liderando el segmento de puré de patatas, *noodles* en bolsa y ayudas culinarias.

**Nutrición infantil** ha continuado reforzando su liderazgo tanto en harinas como en leches infantiles, ganando participación de mercado en el canal retail y en el canal farmacia. En 2017 y tras una década de investigación, España ha sido el escenario para el lanzamiento mundial de NAN SUPREME, la única fórmula para lactantes del mercado con oligosacáridos –en inglés, *Human Milk Oligosaccharides* (HMOs)– estructuralmente idénticos a los de la leche materna.

En el mercado de venta directa en farmacias, **Nestlé Health Science** ha conseguido un crecimiento significativo de la cuota de mercado gracias al lanzamiento de productos innovadores como MERITENE MOBILIS. En el ámbito de la prescripción médica se ha conseguido, en un mercado decreciente, un rendimiento superior al de los principales competidores.

El negocio de **Aguas** sigue con un excelente crecimiento cercano al doble dígito en ventas por tercer año consecutivo. Destaca la evolución de la marca VILADRAU así como los formatos dirigidos a niños de NESTLÉ AQUAREL. Al mismo tiempo, las marcas *premium* PERRIER y S. PELLEGRINO han continuado con un crecimiento acelerado. Gracias a su imagen de marca y a su sabor diferenciado, están atrayendo a nuevos consumidores al segmento de agua con gas.

En 2017, **Nestlé Professional** continuó con el desarrollo en hoteles de la solución NESCAFÉ *Alegria* a través de la captación de nuevos emplazamientos. En el Canal de Vending, se ha reforzado la relación con clientes y se han lanzado innovadores productos como, por ejemplo, las dos nuevas variedades de NESCAFÉ *3 en 1 Chocohazelnut* y *Caramel*. En Food destaca el crecimiento en *Dessert Solutions*, fruto de la colaboración con nuevos clientes como Telepizza que dio como resultado el lanzamiento de la *Sweet Telepizza* con KIT KAT.

Un año más, **Nestlé Purina Petcare** destaca por su excelente ejercicio fruto de la evolución de PURINA ONE, PURINA PROPLAN *Veterinary Diets* y las marcas FELIX y GOURMET, que han crecido a ritmos superiores al mercado. También han sido clave las innovaciones como PURINA DENTALIFE, una gama de snacks dentales para perros única en el mercado por su forma y textura o GOURMET *Soup*, una novedosa variedad de alimentación húmeda para gato en raciones individuales elaborada con ingredientes naturales. Además, a finales de año se lanzó la gama de alimentación húmeda para gatos en raciones individuales PURINA PROPLAN para ofrecer valor en el canal especializado.

**Cereal Partners** ha continuado dinamizando la categoría con las nuevas variedades de muesli para toda la familia: LION GRANOLA y CHOCAPIC GRANOLA, con deliciosa y nutritiva avena integral. En el mercado de cereales para niños, la marca CHOCAPIC ha mostrado una buena evolución impulsada por el apoyo en comunicación y en la innovación. En el segmento de barras para el desayuno, también ha crecido la cuota de mercado de las barras NESQUIK y FITNESS.

Cabe recordar que el año 2017 ya no incluye el negocio de **Helados y Postres SA** que, desde octubre de 2016, pasó a formar parte de la compañía Froneri tras la alianza entre Nestlé y R&R.

### Las exportaciones suponen el 29% de la cifra de negocios

La cifra de negocio de las exportaciones de Nestlé en España en 2017 fue de **569 millones de euros** y su aportación a la cifra de negocios total fue del 29%.

Por categorías de productos, NESCAFÉ DOLCE GUSTO destaca con la mayor cifra de negocio seguido del café soluble NESCAFÉ, café verde descafeinado, chocolates, especialidades de nutrición infantil y productos lácteos.

En relación al volumen, el 53% de la producción de las fábricas de Nestlé España se destinó a la exportación. Los países de destino fueron 74 de todo el mundo, concentrándose el 72% de las exportaciones en países que, de mayor a menor cifra de negocio, fueron Francia, Reino Unido, Portugal, Suiza, Italia, Alemania, Grecia, Polonia y países de Oriente Medio.

### Nestlé mantiene su esfuerzo inversor

En 2017, Nestlé España invirtió **83 millones de euros**, de los cuales 70 millones se destinaron al ámbito de la producción y 13 millones a las áreas de administración, ventas y tecnologías de la información.

El año pasado se culminaron con éxito las importantes inversiones realizadas en la fábrica de NESCAFÉ ubicada en Girona (Cataluña), a la que se destinaron 37 millones de euros para renovar una línea de producción de café soluble con tecnología avanzada que incrementará un 20% la capacidad de producción. También destaca la partida de 2 millones de euros para el centro ubicado en Sebares (Asturias) destinada a renovar una línea de producción de leches y a modernizar el laboratorio de control de calidad de la fábrica. El año 2017 también fue clave para la fábrica de La Penilla donde se alcanzó una cifra histórica al superar los 500 millones de bombones producidos, gracias a las inversiones de años anteriores que han permitido incrementar la producción en un 20%.

Por negocios, las mayores inversiones se han destinado a Cafés, Nutrición infantil y Chocolates.

## Hechos destacados

### ▪ **Compromiso con la nutrición**

En 2017, Nestlé presentó **Nutriplato**, un método de educación nutricional ágil y sencillo para conseguir que los niños coman bien y ayudar a los padres a mejorar los hábitos nutricionales de sus hijos. La iniciativa nació tras año y medio de intenso trabajo de un equipo multidisciplinar formado por 20 expertos de Nestlé y del Hospital Sant Joan de Déu. El Método Nutriplato consta de un plato didáctico de tamaño real que, con un atractivo diseño, marca qué alimentos deben comer los niños y en qué proporciones. Además, incluye una guía con recetas y las pautas para seguir el Método de forma óptima. Por último, el Método dispone de una web: <https://www.nutriplatonestle.es/> que pone a disposición de los padres consejos y material multimedia complementario.

Por otro lado y coincidiendo con el **Día Nacional de la Nutrición**, Nestlé presentó los resultados del **IV Observatorio Nestlé sobre Hábitos Nutricionales y Estilo de Vida de las Familias** que, en esta edición, quiso profundizar sobre la falta de concienciación sobre la obesidad infantil en España. El estudio puso de manifiesto las diferencias entre la percepción y la realidad de este problema. El 82% de los padres españoles considera que su hijo tiene un peso normal; un 10%, bajo peso y el 8% restante, sobrepeso. Sin embargo, la realidad es que el 30% de los niños españoles presenta sobrepeso u obesidad y solo el 27% de los padres con hijos con sobrepeso es consciente del problema.

### ▪ **Compromiso con la sostenibilidad**

Nestlé España celebró en 2017 la primera edición del **Premio Proveedor Sostenible** para reconocer aquellas iniciativas de proveedores que comporten un beneficio para la sociedad y, a su vez, una mejora para la comunidad y la diversidad así como una reducción del impacto medioambiental en la cadena de suministro. La compañía especialista en procesado de tomate Conesa Group y la empresa de fabricación de cierres y tapones de plástico Aptar Torelló fueron las ganadoras del certamen.

Por otro lado, el **Plan de reciclaje integral de cápsulas monodosis de café** (tanto las de plástico de NESCAFÉ DOLCE GUSTO como las de aluminio de NESPRESSO) ha seguido ampliando, en colaboración con ayuntamientos y organismos municipales, la red de puntos de recogida sumando la ciudad de **Gijón**. El Plan de reciclaje cuenta ya con más de **1.450 puntos de recogida** municipales de cápsulas monodosis, tanto en puntos fijos como en puntos de recogida móvil, que dan servicio a **más de 16 millones de personas** de poblaciones de **12 comunidades autónomas** (Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, Cantabria, Castilla y León, Cataluña, La Rioja, Madrid, Navarra, País Vasco y Valencia). Además, a estos puntos se añaden, en el caso de NESPRESSO, los ubicados en sus Boutiques y en los puntos de venta de máquinas comprometidos con el medio ambiente, presentes además en Castilla-La Mancha, Galicia y Murcia.

También en el marco de la sostenibilidad, que ha sido siempre una de las prioridades de la Compañía, Nestlé España se adhirió en 2017 al **Decálogo de Sostenibilidad Integral de la Industria Agroalimentaria**, impulsado por el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. Esta adhesión pone de manifiesto su compromiso de seguir mejorando en materia de sostenibilidad de forma proactiva y de tener en cuenta el aspecto económico, ambiental y social de su actividad empresarial.

Por último, destacar la integración de Nestlé en el **Grupo de Acción Empresarial en Economía Circular**, que impulsa la asociación **Forética**, con el objetivo de compartir conocimiento entre organizaciones y colaborar con las Administraciones Públicas y líderes de opinión para el impulso de estrategias en esta materia, alineando competitividad y sostenibilidad.

### ▪ **Compromiso con el empleo y los trabajadores**

Cerca de **500 jóvenes menores de 30 años** se beneficiaron de la iniciativa de promoción del empleo juvenil, "*Global Youth Initiative: Nestlé needs YOUTH*", el año pasado. Una cifra con la que Nestlé España ya ha ofrecido un tercio de las **1.400 nuevas oportunidades de empleo y formación** a las que se comprometió para el periodo 2017-2020. Desde su lanzamiento en nuestro país en 2014, más de **2.000 jóvenes menores de 30 años** se han beneficiado de esta iniciativa. En concreto, **1.105 jóvenes han firmado algún tipo de contrato laboral y 977 estudiantes**, tanto universitarios como de formación profesional, han accedido a algún programa de formación en España.

Como ampliación a este programa, Nestlé impulsó también en 2014 la “*Alliance for YOUth*”, una iniciativa empresarial global para promover la empleabilidad en los jóvenes, que reúne a más de 200 grandes y pequeñas empresas de Europa, Oriente Medio y Norte de África. En 2017, esta alianza ofreció oportunidades de empleo y formación a aproximadamente **90.000 estudiantes** con el objetivo de minimizar el impacto de la falta de experiencia de los jóvenes desempleados.

Por otro lado y fruto del compromiso de Nestlé con sus empleados, Nestlé Purina invitó a empresas y organizaciones de toda Europa a unirse a la ***Pets@Work Alliance*** para beneficiarse del impacto positivo que pueden tener las mascotas no solo en el ámbito privado sino también en un entorno profesional. La Compañía defiende que las personas están mejor junto a sus animales y que, trabajar con ellos, ofrece múltiples beneficios: mejoras en el ambiente de trabajo, un mayor equilibrio entre la vida laboral y personal además de contribuir a la sociabilidad entre empleados.

#### ■ **Innovación**

La innovación es uno de los pilares de Nestlé y, como empresa líder en el sector de la alimentación, celebró su **primera *Food Tech Week***, una semana de formación e inspiración de carácter interno en la que las diferentes líneas de negocio pudieron ver las últimas tendencias en el sector y cómo las nuevas tecnologías están transformando la industria alimentaria. Las jornadas, organizadas por el Departamento de Innovación de Nestlé, contaron con la participación de 12 expertos y representantes de *startups* procedentes de Alemania, EEUU, Reino Unido o Dinamarca, entre otros países. Además, se organizaron 10 *workshops* entre los empleados para trabajar en nuevas ideas que se puedan aplicar en los diferentes negocios.

### Mantenimiento de los resultados de la Región Ibérica

En 2017, el conjunto de la **Región Ibérica**, que comprende los mercados español y portugués, mantuvo los resultados de ventas del ejercicio anterior en términos comparables<sup>(2)</sup>, con una cifra de negocios agregada de **2.394 millones de euros**. La Región Ibérica sigue estando entre los primeros mercados de Nestlé a nivel mundial.

### Acerca de Nestlé

Nestlé está presente en 189 países de todo el mundo con más de 2.000 marcas y cuenta con 323.000 empleados, firmemente comprometidos con el propósito de Nestlé de mejorar la calidad de vida y contribuir a un futuro más saludable. Su oferta de productos y servicios cubre las necesidades nutricionales de las personas y de sus mascotas en todas las etapas de la vida.

En España, Nestlé instaló su primera fábrica en La Penilla de Cayón (Cantabria) en 1905. En la actualidad, cuenta con 10 centros de producción distribuidos en 5 Comunidades Autónomas. El 53% del total de la producción española se destina a la exportación, principalmente a países de Europa.

Con una facturación de 1.928 millones de euros y una plantilla media de 4.450 personas en 2017, Nestlé lidera el mercado alimentario español con una amplia gama de productos: alimentos infantiles, lácteos, chocolates, cafés y bebidas a base de cereales, culinarios, cereales para el desayuno, aguas minerales, especialidades de nutrición clínica y alimentos para mascotas.

---

<sup>(2)</sup> Los datos correspondientes al ejercicio 2017 no incluyen las ventas del negocio de Helados y Postres SA, ya que desde el 1 de octubre de 2016 se traspasaron a Froneri con la creación *joint venture* con el Grupo R&R. A efectos comparativos, los datos de 2016 han sido recalculados con igual criterio.