



Idea de inversión

Danone

13 de mayo de 2019

Este material ha sido publicado en www.rentamarkets.com/Informacion y tiene carácter meramente divulgativo por lo que no debe considerarse asesoramiento o análisis financiero. El documento no se ha elaborado con sujeción a las disposiciones orientadas a promover la independencia de los informes de inversiones. Su contenido y uso queda sujeto al AVISO LEGAL contenido en www.rentamarkets.com/Informacion/AvisoLegal

DATOS GENERALES

Nombre de la compañía:	Danone	Ticker:	BN:xpar
Sector:	Consumo	Capitalización:	EUR 48.410 millones
País:	Francia	Precio:	EUR 69,82
Mercado:	Bolsa de París	Rentabilidad por dividendo:	2,72%
Divisa:	EUR	¿CFDs?	Sí

RACIONAL

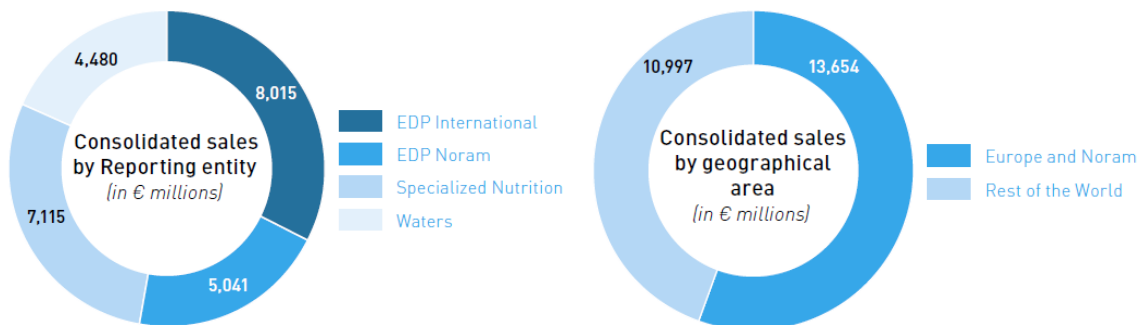
Esta semana se va a presentar Danone, que con su cotización actual a 69,82 euros por acción es una candidata de inversión con un potencial cercano al 20% de revalorización. La compañía cotiza a los mismos niveles que hace 4 años siendo una compañía que se está transformando. El objetivo principal de Danone desde el 2014 es centrarse en productos bio que tienen mayores márgenes y tener menos concentración en productos lácteos.

Danone es una empresa dedicada a la producción y distribución de alimentos y bebidas. Opera a nivel mundial con un 55% (13.654 millones de euros) de sus ventas en Europa y Estados Unidos y un 45% (10.997 millones de euros) en el resto del mundo.

Sus numerosas marcas (Activia, Danone, Alpro, Danette...) se dividen en 4 divisiones:

- Productos esenciales del día a día: Incluye los yogures, bebidas vegetales, café y productos frescos.
- La división de agua: Vende agua mineral, con sabores, enriquecida en vitaminas o con zumos de fruta.
- Nutrición de bebés: Se centra en todos los productos alimenticios para los primeros 1.000 días de vida.
- Nutrición médica: Son productos centrados en complementos para mejorar la alimentación de niños y adultos.

ILUSTRACIÓN 1: Ventas de Danone por zona geográfica y por división.



FUENTE: Memoria anual 2018.

La empresa produce directamente en sus 194 plantas de producción y los vende a sus clientes que son principalmente cadenas de supermercados y mayoristas. Las materias primas principales para su producción que tendrán impacto en sus márgenes son:

- Leche: Es el principal por ser mayoritarios los productos lácteos.
- Fruta: Para los zumos y refrescos.
- Plástico y cartón: para la elaboración de los envases. En los últimos 5 años la empresa se ha centrado en reducir la cantidad de materia prima por cada envase para ahorrar costes. Así como buscar alternativas con materiales biodegradables.
- Energía



El sector del gran consumo es de carácter defensivo porque tanto la facturación como los márgenes son estables. Otra razón es que las empresas cuentan con fuertes barreras de entrada, principalmente la gran escala, la calidad de las marcas y la fidelización de los clientes. Las preferencias de los clientes están evolucionando hacia productos más frescos, sanos y con menores cantidades de azúcar. Esta es exactamente la estrategia que está implementando Danone desde hace 5 años.

Danone ha experimentado una evolución en sus productos. En 2014 ya anunció que su objetivo era centrarse en productos frescos, saludables y para ello continuarán invirtiendo. Estas inversiones en I+D van a focalizarse en continuar mejorando sus productos para tener cada vez un mayor impacto en la salud y la dieta de las personas. Uno de los ejemplos que se puede observar en la división de aguas es la creación de aguas afrutadas para sustituir a los perjudiciales refrescos con grandes cantidades de azúcar.

Catalizadores operativos

Crecimiento en ventas

Las ventas de Danone en primer lugar crecerán por el canal online, tienen el objetivo de alcanzar los 2.000 millones para 2020. Además, al estar enfocándose en productos bio, están aumentando su mix de producto que le ayudará a seguir generando aumentos en ventas. Además, la población demanda cada vez productos más sanos con menores contenidos en azúcares y esto puede ayudar a la división de aguas afrutadas a quitar cuota de mercado a los refrescos con altos niveles de azúcar.

Expansión de márgenes operativos

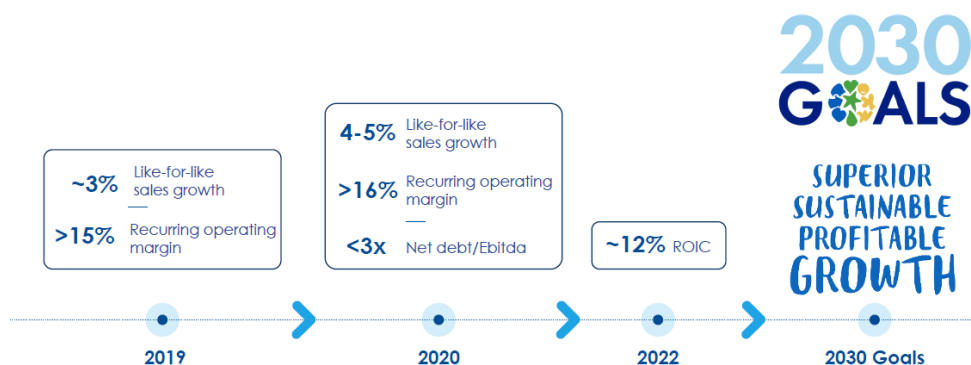
Esta expansión vendrá del nuevo mix de producto de mayores márgenes y de la reducción de costes. Danone trabaja en rebajar la utilización de plásticos para envases, reducir los costes energéticos y rebajar la exposición a los productos lácteos.

El aprovechamiento de sinergias entre sus diferentes líneas de negocio (como en el caso de la incorporación de White-Wave). Su objetivo es un crecimiento de los márgenes de un 14,4% actuales a un 16% para 2020.

Por último, la empresa cotizando a niveles de 2,44 veces EV/Sales con márgenes de un 14% son bajos por la altísima calidad de la compañía. Los márgenes y las ventas se comportan de forma muy consistente en épocas de crisis (2008). Nestle en proporción cotiza a niveles un 50% superiores (3,56 veces EV/Sales con un margen EBIT de 15,8%).

Por lo tanto, Danone es una buena oportunidad de inversión que irá pagándonos un 2,72% de rentabilidad por dividendo hasta que el mercado comience a poner en valor su nueva estrategia que la consolida como una empresa de mayor calidad pero con la misma valoración que hace 5 años.

ILUSTRACIÓN 2: Objetivos de la empresa para los próximos años.



FUENTE: Memoria anual de Danone.