



Jueves 7 de mayo de 2020

Comunicado de prensa

PROTECCIÓN DE NUESTROS COLABORADORES Y CONTINUIDAD OPERACIONAL MARCAN PRIMER TRIMESTRE PARA EMPRESAS CMPC

+++La empresa creó un Comité de Crisis que sesiona de forma periódica para monitorear impacto de crisis sanitaria en sus operaciones y en la comunidad.

+++Ventas consolidadas alcanzaron los US\$ 1.348 millones, disminuyendo un 2% en comparación al trimestre inmediatamente anterior y un 7% en relación al mismo período de 2019.

Un primer trimestre marcado por el impacto de la Pandemia de COVID-19 declarada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) registró Empresas CMPC. De acuerdo a lo señalado por sus principales ejecutivos, los esfuerzos estuvieron concentrados, principalmente, en el cuidado de sus colaboradores directos e indirectos y en la continuidad de sus operaciones.

Como resultado, la compañía mantiene sus operaciones de forma regular, abasteciendo los principales mercados con productos especialmente relevantes en el actual contexto, además de desarrollar una serie de iniciativas en apoyo de sus comunidades vecinas. “La compañía asumió el doble desafío de cuidar a sus colaboradores y responder a la demanda por sus productos, aplicando rigurosos protocolos sanitarios que se revisan diariamente para incorporar las recomendaciones de las distintas autoridades y las mejores prácticas del mundo corporativo”, señaló Francisco Ruiz-Tagle, gerente general de Empresas CMPC.

En este período, en CMPC se creó un Comité de Crisis que sesiona de forma periódica para monitorear la situación que enfrenta la compañía. El comité está liderado por el gerente general de Empresas CMPC e integrado por los máximos ejecutivos corporativos y de las áreas de negocios.

Además, implementó el sistema home office para más de 4 mil colaboradores; la adecuación de turnos operacionales para reducir al máximo el contacto al interior de las plantas; y la cancelación de todas las reuniones y viajes de negocios, los que han sido reemplazados por video-conferencias.



La preocupación por la comunidad siguió siendo parte de las acciones que ha implementado la compañía en los distintos países donde opera, razón por la cual ha impulsado una serie de iniciativas como la adquisición -por parte de su filial SOFTYS- de seis máquinas de mascarillas que están siendo instaladas y comenzando a producir las en Chile, Perú, México, Argentina y Brasil, las que serán utilizadas por los colaboradores de la Compañía y en un principio serán distribuidas de manera gratuita a los servicios públicos de salud o a las comunidades de cada país.

En régimen, cuando todas las máquinas estén operativas, SOFTYS logrará la fabricación de 19 millones 500 mil unidades de mascarillas mensuales.

También y continuando con el firme propósito de ayudar a la comunidad en esta situación de crisis, CMPC decidió implementar en sus exoficinas de Los Ángeles un hospital de campaña para atención de pacientes; desarrollar programas permanentes de sanitización de calles y espacios públicos en comunas como Guaiba en Brasil; Nacimiento, Laja y Puente Alto en Chile; apoyar con elementos de higiene y protección a hogares de niños y adultos mayores; y ayudar a descongestionar los servicios de salud con la puesta en marcha de clínicas móviles para algunas regiones también de Chile.

Resultados

En este especial período de crisis tanto sanitaria como económica que vive el mundo, la vocación de CMPC como empresa global y siempre orientada al largo plazo, le ha permitido enfrentar estas dificultades con solidez financiera.

Durante este año, la compañía espera continuar manteniendo una estructura de capital conservadora, con mucha prudencia en su manejo financiero y una sólida posición de liquidez.

De hecho, la compañía decidió fortalecer su posición de liquidez, entre otras iniciativas, desembolsando una línea comprometida de US\$ 400 millones, la mitad de esa cantidad vence en septiembre y la otra mitad podría ser renovada hasta el año 2022.

Los resultados del primer trimestre de Empresas CMPC estuvieron marcados por los bajos precios de celulosa y por el favorable resultado operacional de su filial de productos de higiene y cuidado personal, Softys.

Durante estos tres primeros meses, las ventas consolidadas alcanzaron los US\$ 1.348 millones, disminuyendo un 2% en comparación al trimestre inmediatamente anterior y un 7% en relación al mismo período de 2019. Lo anterior se debe fundamentalmente a los menores precios de celulosa de mercado, lo que provoca una caída en los ingresos de Celulosa.



Las ventas de Softys disminuyeron un 2% trimestre a trimestre, producto de la depreciación de las monedas locales, pero aumentaron un 10% en comparación con el mismo período del año pasado, totalizando los US\$ 545 millones.

El EBITDA consolidado de la compañía llegó a los US\$ 222 millones, estables con respecto al trimestre pasado y 34% menor que el primer trimestre del 2019, principalmente por los menores precios de celulosa.

En el trimestre reportado, CMPC registró una pérdida neta de US\$ 132 millones, comparada con una caída en sus utilidades de US\$ 18 millones del cuarto trimestre recién pasado y una utilidad de US\$ 57 millones observados entre enero y marzo de 2019.

Esta disminución se debe principalmente a la mayor provisión de impuestos diferidos que la empresa tuvo que hacer en el período como resultado de la devaluación del real brasileño, la cual no tiene efecto en el flujo de caja de la compañía.

La compañía seguirá muy atenta a la evolución y el impacto de esta pandemia en los distintos mercados donde opera, con el fin de poder generar las medidas que permitan afrontar esta situación de manera rápida y responsable.