

Carta Mensual Solventis Aura Iberian Equity, F.I. – Mayo 2024

Estimado participe,

Como cada mes, agradecer la confianza en Solventis. Continuamos trabajando para encontrar compañías sólidas que nos aporten valor a largo plazo.

Mirando hacia atrás

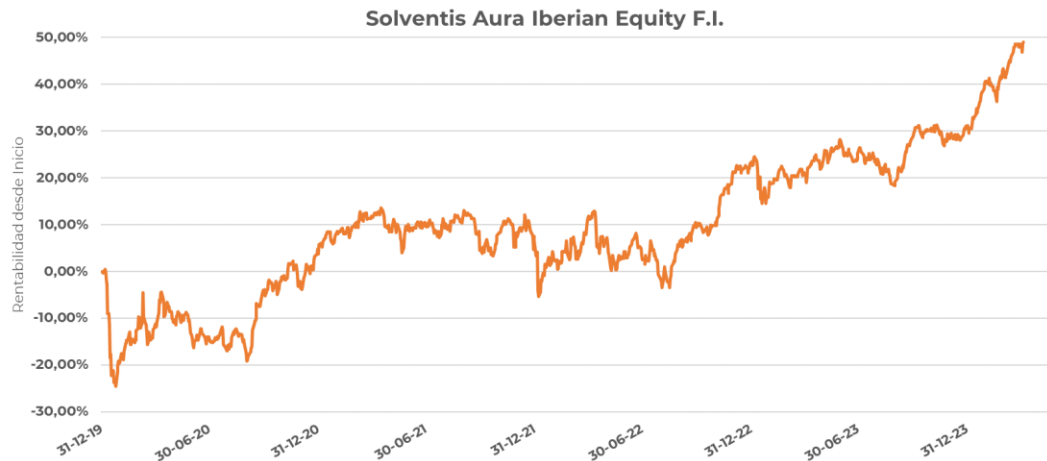
Cerramos el mes con la publicación de resultados empresariales del primer trimestre ya terminada.

Nos parece relevante remarcar la fortaleza mostrada por el sector bancario español. Hemos visto como el margen de cliente se está manteniendo en el mismo nivel de 2023, con una morosidad que poco a poco se va normalizando, pero sin mostrar cambios bruscos.

Fuera de este sector, hemos visto sorpresas en los beneficios publicados. Estamos viendo como muchas empresas están implementando soluciones de inteligencia artificial para mejorar su eficiencia, y esto se está notando en los márgenes operativos. También hemos oído comentarios referentes a las expectativas que hay en muchos sectores de una aceleración a finales de 2024 e inicios de 2025, causada por el retraso de muchos proyectos a la espera del resultado de las elecciones americanas.

Además, seguimos muy pendientes de la situación que se está viviendo en Oriente Medio y Ucrania, que sigue inestable. Una posible escalada del conflicto podría provocar incertidumbre en los mercados y un aumento fuerte del precio del petróleo, lo cual no sería nada bueno para los márgenes de las empresas y, tampoco, para la inflación.

La cartera de Aura Iberian Equity FI ha tenido un rendimiento del +5.3% en el mes. En el año, Aura Iberian Equity han obtenido un rendimiento de +14.6%.



Fuente: Bloomberg y Solventis

Principales contribuidores/detractores del mes:

5 Principales Contribuidores

VIDRALA	p.p	+0.65
BANKINTER		+0.51
CIE AUTOMOTIVE		+0.50
IBERDROLA		+0.45
CAIXABANK		+0.41

5 Principales Detractores

BBVA	p.p	-0.16
IAG		-0.05
ACERINOX		-0.02
REIG JOFRE		-0.00
GESTAMP		+0.05

A destacar en cartera este mes

Este mes nos centraremos en una empresa que recientemente ha salido a cotizar. **Puig Brands** es una empresa española líder en el sector de la fragancia y la cosmética, con sede en L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona). Fundada en 1914 por Antonio Puig, la compañía ha experimentado un crecimiento notable. La compañía ha ido añadiendo marcas a lo largo de su historia.

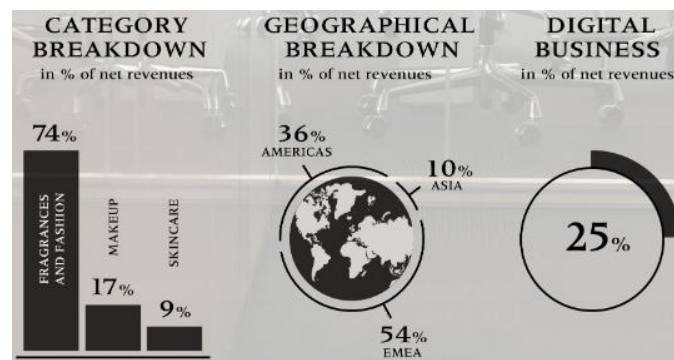
A día de hoy cuenta con **marcas tan icónicas como: Rabanne, Carolina Herrera, Charlotte Tilbury, Jean Paul Gautier**, Nina Ricci, Byredo, Dries Van Noten, Uriage entre muchas otras. Este portfolio tan amplio a Puig Brands como uno de los principales actores del mercado internacional.



Puig brands está posicionada en el la industria de la belleza, que tiene unos crecimientos medios esperados para los próximos años del 7%. Por tipología de producto, el **70% de las ventas provienen del segmento de las fragancias**, con un crecimiento esperado para los próximos años algo superior.

Los principales drivers de crecimiento de la compañía son la baja penetración del producto, el shift poblacional en mercados emergentes y el crecimiento de productos nicho con más margen.

La baja presencia de la Puig Brands en el continente asiático es una clara oportunidad de crecimiento y de expansión para la empresa. Además, la empresa planea expandir geográficamente algunas marcas específicas, como por ejemplo Charlotte Tilbury, que es una marca muy popular en Reino Unido, con un gran potencial para el mercado norte americano.



La hoja de ruta de la compañía también pretende ampliar su oferta de producto en los segmentos de maquillaje y cuidado de la piel, diversificando así el riesgo de concentración en una sola industria.

Con todos estos factores, hemos creado una posición en la compañía del 1.1%. Esperamos ver este potencial crecimiento que está por venir los próximos años.

Mirando hacia adelante

Seguimos muy de cerca mensajes de los directivos de las compañías. Estamos viendo disparidad entre algunos datos macroeconómicos y los mensajes de las compañías, con lo cual, busca visibilidad operativa en los negocios donde invertimos y resiliencia de ingresos sigue siendo clave.

Nos seguimos sintiendo cómodos en compañías con una demanda que no dependa del ciclo y que tengan gran parte de su negocio ligado a **tendencias estructurales**, como podría ser la shift poblacional en algunos mercados emergentes o la electrificación de las economías. Además, buscamos empresas con ventajas competitivas sólidas, que permitan **traspasar al precio final de su producto o servicio** el incremento de costes de fabricación y/ operativos, sin perder volúmenes.

*Muchas gracias por su atención y confianza.
Equipo Solventis*