



GRUPO URALITA

INFORME DE GESTIÓN INTERMEDIO CORRESPONDIENTE AL SEGUNDO SEMESTRE DE 2014

Introducción

- 1. Entorno económico y evolución geográfica**
- 2. Resultados consolidados**
- 3. Resultados por línea de negocio**
- 4. Evolución futura**

NOTA PREVIA: COMPARACIÓN DE RESULTADOS

A finales de 2014, Uralita alcanzó un acuerdo para la venta del negocio de Tejas al accionista minoritario Braas Monier. Dicha venta se materializó en enero de 2015.

De acuerdo con principios contables generalmente aceptados, en las cuentas de resultados del Grupo Uralita del ejercicio 2014, los ingresos y gastos de las operaciones del negocio de Tejas junto con el resultado de su venta se presentan en una única línea como “Resultado de operaciones discontinuadas” y, por razones de comparabilidad, el mismo criterio se aplica al ejercicio 2013 que se presenta en la información financiera de 2014.

En este Informe de Gestión, con objeto de dar una imagen más real de las operaciones gestionadas por el grupo durante los años 2014 y 2013, se incluye el negocio de Tejas dentro de las cifras generales y en consecuencia difieren en estos parámetros de los presentados en las cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas de los ejercicios 2014 y 2013.

Para una información más detallada leer las Notas complementarias a la Información financiera seleccionada del segundo semestre de 2014.

INTRODUCCIÓN

- ***Uralita alcanzó en 2014 unas ventas totales de 562 millones de euros, lo que supuso una disminución del 2,5% respecto a 2013. Pese al buen inicio de año, la incertidumbre macroeconómica en Europa y las tensiones geopolíticas y de mercado en Rusia, con fuerte depreciación del rublo, impactaron de forma negativa en los negocios internacionales. Por el contrario, y tras varios años de contracción, el mercado español presentó los primeros síntomas de recuperación desde niveles de actividad muy bajos.***
- ***La rentabilidad operativa (EBITDA) se elevó a 50 millones de euros (+7% frente a 2013), con ligero descenso en el negocio de Soluciones Interiores compensado por la mejora del resto de negocios que progresan según sus planes de transformación.***
- ***En Octubre de 2014 Uralita llegó a un acuerdo para la venta de la totalidad del negocio de Tejas a su socio Brass Monier. La operación se perfeccionó en Enero de 2015 y supuso, entre otros efectos, el cobro de 26,5 M Eur dotando de liquidez adicional al Grupo para continuar avanzando en el desarrollo de sus negocios y mercados estratégicos.***
- ***El resultado neto atribuible acumulado de 2014 fue de -118 millones de euros penalizado por varios efectos atípicos: (i) el resultado contable de la venta del negocio de Tejas, (ii) la regularización de créditos fiscales por los nuevos tipos impositivos en España, (iii) los gastos financieros derivados de la operación de refinanciación acometida en 2013, (iv) y los resultados extraordinarios no operativos.***
- ***De cara a la evolución en 2015 de los mercados europeos, y tras un segundo semestre de 2014 convulso, esperamos cierta estabilidad a principio de año que irá evolucionando hacia un ligero crecimiento a medida que aumente la confianza en la recuperación económica de la zona. Por su parte, España crecerá ligeramente por encima de la media Europea tras haber abandonado la recesión en 2014.***

1. Entorno económico y evolución geográfica

Tras un inicio de 2014 favorable por las condiciones climatológicas en Europa y de cierto optimismo en los mercados, la actividad industrial en la zona se fue ralentizando a medida que avanzó el año debido a los peores datos macroeconómicos de los principales países de la zona, junto a las tensiones geopolíticas y de mercado en Rusia. A esta situación se unió la fuerte depreciación del barril de petróleo en el segundo semestre que propició una mayor devaluación de las divisas frente al euro, y en especial del rublo ruso que terminó el año con una caída del 22% frente a 2013. Pese a todo, la evolución fue compensada una vez más por el impacto positivo de la regulación y los planes de mejora de la eficiencia energética, que, en el caso de Uralita, favoreció la demanda de productos aislantes.

En concreto, el comportamiento de nuestros mercados y nuestra evolución por región geográfica fue el siguiente:

- Europa Occidental y Central, que supuso un 48% de las ventas de Uralita, se vio afectada por la caída de la actividad del mercado residencial francés y la ralentización de la actividad en Alemania a lo largo del segundo semestre, en contraste con otros mercados como Reino Unido, que por segundo año consecutivo evolucionaron de forma muy positiva en la construcción. Con todo, las ventas en la zona se mantuvieron estables debido al crecimiento del negocio de aislantes en Reino Unido, Italia y Benelux así como por el buen avance de las exportaciones de placa de yeso en Francia.
- La región Europa del Este y Rusia, que representó el 25% de las ventas de Uralita, se vio afectada por las distintas tensiones antes mencionadas si bien presentó un leve crecimiento en los mercados residenciales de Rusia y Polonia. Aun así, las ventas en la zona se vieron reducidas en un 11% afectadas por la devaluación de las divisas así como por la variación de perímetro tras venta del negocio de aislantes en Turquía en 2013 (crecimiento comparable del +5% sin ambos efectos)
- En España (cuyas ventas representan el 23% del total de Uralita) el mercado de la construcción mostró los primeros síntomas de crecimiento en obra nueva residencial tras seis años de fuerte contracción, alcanzándose un crecimiento de ventas en la zona del 4%.
- Finalmente, las ventas a otros mercados internacionales se vieron reducidas en un 2% por las menores exportaciones a Brasil, compensadas en parte por el crecimiento en otros mercados.

Evolución de ventas por área geográfica (M€)

	2013	2014	Variación
EUROPA OCCIDENTAL Y CENTRAL	273	272	0%
EUROPA DEL ESTE Y RUSIA	158	140	-11 %
ESPAÑA	126	131	4%
EXPORTACIÓN	20	20	-2%
TOTAL	576	562	-2 %

2. Resultados consolidados

Uralita realizó en 2014 una ventas de 562,0 M€, con una reducción del 2,5% respecto a 2013 (incremento del 2,0% a perímetro y tasa de cambio constantes).

El EBITDA del grupo en 2014 alcanzó 50M€, mejorando un 7,2% frente a 2013, con un margen sobre ventas del 8,9% vs. 8,1%. El menor volumen de ventas fue compensado por los diferentes planes de mejora comercial e industrial así como por el ajuste adicional de costes fijos y de costes de personal.

El Resultado neto atribuible del grupo fue de -118 millones de euros penalizado por los siguiente efectos atípicos: (i) el resultado contable del negocio de Tejas, incluida la venta del mismo por -40 millones de euros, (ii) la regularización de créditos fiscales por los nuevos tipos impositivos en España, con un impacto de -26 millones de euros, (iii) los gastos financieros derivados de la operación de refinanciación acometida en 2013, que ascendieron a -53 millones de euros, (iv) y otros resultados extraordinarios no operativos por -22 millones de euros.

Para información adicional sobre el resultado neto atribuible del grupo en el año 2014, refiéranse a las “Notas complementarias a la información financiera seleccionada”.

3. Resultados por línea de negocio

El negocio de **Soluciones Interiores (Aislantes y Yesos)**, generó en 2014 unas ventas de 476M€, lo que supuso el 85% de las ventas totales del grupo, realizando un 84% de las mismas fuera de España. Con respecto a 2013 presentaron una caída del 3%, si bien a efectos constantes de perímetro y tasa de cambio supusieron una mejora del 2%.

Las ventas del negocio de aislantes presentaron un ligero descenso afectadas por los distintos factores antes mencionados, así como por un contexto general de presión competitiva en todos sus mercados contrarrestado por el avance de los planes comerciales. En el caso del negocio de Yesos, las ventas crecieron tanto en el mercado ibérico como en el francés, el cual ha pasado a ser su mercado más importante tras España.

En el conjunto del negocio de Soluciones Interiores, el EBITDA se redujo un 2% hasta 51 M€. El menor volumen de ventas y el deterioro del tipo de cambio, fueron parcialmente compensados por las mejoras de costes fijos y de personal tras la reducción de perímetro. Con todo ello, el margen EBITDA del negocio se situó en el 10,7% (+0,1 pp frente a 2013).

El negocio de **Tuberías** (9% de las ventas totales de Uralita) redujo ligeramente sus ventas frente a 2013 hasta los 52 M€ (-2%) debido principalmente a la ralentización del mercado francés, mientras que en España las ventas se mantuvieron similares a las de 2013 mostrando crecimiento en sus productos estratégicos. La mejora adicional en costes variables y fijos permitieron al negocio alcanzar EBITDA cero, mejorándolo en 0,9 M Eur frente a 2013.

Por último, el negocio de **Tejas** (6% de las ventas totales de Uralita) completó 2014 con un incremento de sus ventas en un 7% hasta los 34 M Eur, creciendo ligeramente en España y Portugal y de forma significativa en los mercados de exportación (+37%). El EBITDA del negocio mejoró hasta 3,5 M€ (incremento de 3,1 M€ frente a 2012) gracias a las mayores ventas y al esfuerzo adicional en simplificación de estructura.

4. Evolución futura

Tras la ralentización de la economía en ciertos mercados en Europa y Rusia en la segunda mitad de 2014, y especialmente en el cuarto trimestre, las perspectivas para el 2015 son de un inicio estable que irá presentando un crecimiento moderado a medida que trascorra el año y mejore la confianza en la recuperación económica de la zona.

En el caso de la Europa Occidental y Central, esperamos diferentes comportamientos en nuestros principales mercados: Francia permanecerá en niveles de actividad residencial similares a 2014 mientras que Alemania y Países Bajos recuperarán gradualmente el impulso perdido en la segunda mitad del año pasado. Dentro del resto de mercados, esperamos continúe el buen comportamiento del mercado de Reino Unido y se produzca cierta recuperación en Italia.

En Europa del Este y Rusia, la evolución será desigual con previsible evolución negativa en Rusia por impacto de las sanciones de la UE y EEUU, y crecimiento en Polonia gracias al empuje de las ayudas de fondos europeos. Se mantendrá la incertidumbre macro y de divisas en la zona.

Finalmente, en España se prevé continúe el crecimiento en obra nueva y reforma iniciado en el segundo semestre de 2014 así como que aumente la inversión en obra pública hidráulica incentivada por los planes electorales.

En conjunto, Uralita está preparada para continuar afrontando los retos futuros gracias a su fuerte posicionamiento en aislantes, producto clave para mejorar la eficiencia energética en edificios, y a su elevada diversificación internacional con posiciones de liderazgo en Europa del Este y especialmente en Rusia. Al mismo tiempo, el negocio de Yesos continúa manteniendo su posición de liderazgo en España y avanzando en su desarrollo internacional en el mercado francés. Por último, se espera que el negocio de Tuberías, impulsado por los planes de crecimiento en obra civil y tras la transformación acometida, pueda volver a la senda de la rentabilidad.