



GRUPO URALITA

INFORME DE GESTIÓN INTERMEDIO CORRESPONDIENTE AL SEGUNDO SEMESTRE DE 2013

Introducción

- 1. Entorno económico**
- 2. Resultados consolidados**
- 3. Resultados por negocios y geografías**
- 4. Evolución futura**

INTRODUCCIÓN

- ***Uralita alcanzó en 2013 unas ventas totales de 576 millones de euros, lo que supuso una disminución del 7% respecto a 2012, en un contexto de contracción adicional del sector en España mientras que en el resto de Europa la actividad se vio afectada por unas condiciones climatológicas adversas en los primeros meses del año dentro de un entorno macroeconómico aún débil.***
- ***El EBITDA del grupo se redujo hasta 47 millones de euros (-16% frente a 2012). La mejora de rentabilidad en los negocios de Tuberías y Tejas no fue suficiente para compensar el menor resultado del negocio de Soluciones Interiores que acusó el menor volumen de actividad y el incremento de coste de algunas materias primas. Con todo, Uralita consiguió mejorar el EBITDA en la segunda mitad del año gracias a las iniciativas de reducción de costes y al positivo avance de la exportación.***
- ***El resultado neto atribuible acumulado de 2013 fue de -56 millones de euros, frente a -43 millones de 2012, afectado principalmente por el menor resultado de explotación, por los costes de los programas de reestructuración de los negocios y por las minusvalías en la venta o cierre de negocios no estratégicos.***
- ***Uralita refinanció su deuda en abril de 2013 cambiando así significativamente su estructura financiera y dotando de estabilidad al grupo para los próximos siete años.***
- ***De cara a 2014, y con la cautela necesaria dada la escasa visibilidad en los mercados y las incertidumbres macroeconómicas, prevemos una ligera recuperación de ventas apoyada en una mejora en la eficiencia comercial así como en un mayor impulso a la exportación, efectos que esperamos compensen la caída adicional de actividad prevista en el mercado español.***

1. Entorno económico

El mercado europeo de la construcción presentó en su conjunto un menor volumen de actividad en 2013, con una estimación de caída del 2,7% en los mercados relevantes para Uralita. Si bien en algunos países la menor actividad fue fruto de los ajustes inmobiliarios, en general se percibió una débil situación macroeconómica, agravada en Europa del Norte y del Este por una climatología severa en invierno y principio de primavera lo que impactó en el nivel de actividad. Por el contrario, un año más continuó 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.

- Los países de Europa Occidental y Central, que en 2013 supusieron un 51% de las ventas de Uralita, presentaron una evolución de actividad de construcción neutra o ligeramente negativa, si bien con una mejor evolución en el segundo semestre.
- En Europa del Este y Rusia (27% de las ventas de Uralita) la actividad de construcción mostró marcadas diferencias entre países: mientras que en Polonia sufrió una fuerte desaceleración económica por la reducción de ayudas europeas a la construcción, en Rusia el mercado creció si bien con un incremento en la tensión competitiva en la región.
- Por su parte en España, cuyas ventas representan el 22% del total de Uralita, la actividad del sector de construcción en 2013 continuó un año más con caídas tanto en el segmento de obra nueva como rehabilitación, consecuencia de la crisis económica y financiera y de las medidas públicas de contención de gastos e inversiones.

2. Resultados consolidados

Uralita realizó en 2013 una ventas de 576,2 M€, con una reducción del 7,3% respecto a 2012.

La evolución fue diferente por área geográfica: en Europa Occidental y Central, las ventas se redujeron un 3%, afectadas en gran medida por la paralización de la fábrica de Bondeno (Italia) desde mayo 2012 debido al terremoto que afectó esa región, así como por la menor actividad en Reino Unido, donde la paralización de algunos planes regulatorios sobre eficiencia energética afectó a nuestras ventas de aislantes en ese país.

Por su parte, en Europa del Este y Rusia, la caída fue del 6% debido al menor volumen de actividad, fruto de la adversa meteorología de principio de año y al menor volumen de construcción especialmente en Polonia, y a la fuerte devaluación experimentada por las monedas de esos países, especialmente el rublo ruso, en la segunda mitad del año.

Finalmente, en España las ventas se redujeron un 17% tanto por el continuo ajuste del sector de la construcción como por la desinversión en ciertas actividades no estratégicas de los negocios de Tuberías y Tejas.

Evolución de ventas por área geográfica (M€)

	2012	2013	Variación
EUROPA OCCIDENTAL Y CENTRAL	303	293	-3%
EUROPA DEL ESTE Y RUSIA	168	158	-6 %
ESPAÑA	150	125	-17%
TOTAL	621	576	-7 %

El EBITDA de 2013 alcanzó 47M€, con una reducción del 16,4% frente a 2012, con un margen del 8,1% vs. 9,0%. En el segmento de Soluciones Interiores, que incluye los negocios de Aislantes y Yesos, el menor nivel de actividad junto con un incremento del coste de materias primas (principalmente del poliestireno, materia prima principal del aislante XPS) tuvo un impacto negativo en la rentabilidad, compensado en parte con medidas de mejora de eficiencia industrial y de ahorro en costes.

Por su parte, los negocios de Tejas y Tuberías mejoraron su EBITDA gracias a que el nuevo ajuste de ventas en España fue compensado por los avances en planes de exportación, por el abandono de actividades no rentables (tuberías de poliéster, válvulas, y ladrillos en Portugal principalmente) y por la consolidación de los planes de reestructuración.

El resultado neto atribuible del grupo se redujo hasta -56 M€, negativamente afectado por el menor EBITDA y los mayores gastos extraordinarios debidos a las minusvalías en la venta/cierre de negocios no estratégicos, y al coste de cierre y reestructuración de negocios.

En abril de 2013 se cerró la refinanciación de la deuda del Grupo con el grupo internacional KKR, por un volumen total de 320M€ y por un periodo de 7 años, lo que otorga al grupo la estabilidad financiera necesaria para poder ejecutar su plan de negocio.

3. Resultados por geografía y línea de negocios

El negocio de **Soluciones Interiores (Aislantes y Yesos)**, generó en 2013 unas ventas de 492M€, lo que supuso el 85% de las ventas totales del grupo, realizando un 86% de las mismas fuera de España, principalmente en países del resto de Europa y Rusia.

Las ventas de aislantes presentaron diferentes evoluciones por región: en Europa Occidental el volumen prácticamente se mantuvo en Francia y Alemania, principales países de la región, mientras que cayó tanto en Italia (por la paralización de la fábrica de Bondeno tras el terremoto de mayo de 2012) como en Reino Unido, donde las dudas sobre la continuación de algunos planes regulatorios sobre eficiencia energética redujo significativamente las compras de nuestros clientes más relevantes en el país. En Europa del Este y Rusia, las ventas se vieron afectadas por las duras condiciones meteorológicas del principio del año sumadas a cierta desaceleración económica de algunos países y al fuerte impacto por la devaluación de las monedas locales, especialmente el rublo ruso, en la segunda mitad del año. En esta región es también relevante señalar la desinversión del negocio de aislantes en Turquía, que se realizó en diciembre de 2013.

Por su parte, las ventas del negocio de Yesos se vieron afectadas por la contracción adicional del sector de la construcción en España si bien parcialmente compensadas con el mayor volumen de exportación.

En el conjunto del negocio de Soluciones Interiores, el EBITDA se redujo un 24% hasta 52 M€. El menor volumen de ventas y el incremento del coste de materias primas no pudieron ser compensados con las mejoras de costes de producción y la reducción de costes fijos fruto del plan de mejora iniciado en 2013. Con todo ello, el margen EBITDA del negocio de Soluciones Interiores se situó en el 10,6% (-2,4pp frente a 2012).

El negocio de **Tejas** (6% de las ventas totales de Uralita) experimentó una reducción de ventas del 11% hasta 32M€, con caídas tanto en el mercado español como portugués ambos afectados por la crisis financiera y del sector de la construcción. Las ventas de exportación experimentaron un notable crecimiento (+24%) especialmente en África y Oriente Medio, aunque no consiguieron compensar la caída del mercado ibérico.

Pese a las menores ventas, el EBITDA del negocio mejoró hasta 0,4 M€ (incremento de 1,6 M€ frente a 2012) gracias al esfuerzo de simplificación de estructura y al empuje de la internacionalización.

Por último, el negocio de **Tuberías** (9% de las ventas totales de Uralita) fue el que mayor caída presentó frente a 2012, alcanzando unas ventas de 52 M€ (-12%). La caída se debió al menor volumen de actividad principalmente en el sector de Obra Civil aunque también se vio acentuada por el abandono de las actividades no estratégicas de poliéster y válvulas a mediados de 2012 (caída de 5% a perímetro constante).

Pese a estas circunstancias, el negocio completó el plan de reestructuración que tenía previsto para 2013 y reforzó su presencia comercial en el mercado francés. Todo ello llevó a un EBITDA de -0,8 M€ que, si bien continúa siendo negativo, mejora en 5,3 M€ el logrado en 2012.

4. Evolución futura

Pese a los primeros síntomas de mejoría percibidos en el segundo semestre de 2013, somos cautos frente a la previsión para 2014. En Europa, esperamos un paulatino crecimiento para los próximos dos años con diferente comportamiento según zonas. Esperamos un crecimiento más suave en Europa Occidental y Central frente al de Europa del Este y Rusia, donde habrá significativas diferencias por mercado según el entorno económico. En España, esperamos un último año de caída en la construcción que gradualmente irá mejorando tras el cambio de tendencia percibido en el segundo semestre de 2013.

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 resto de los negocios del grupo continúan con su transformación mientras avanzan en su expansión internacional.