

OTROS NEGOCIOS

ACCIONA Inmobiliaria

Promoción, gestión de patrimonio y alquileres

ACCIONA Inmobiliaria cuenta con más de 20 años de experiencia en la promoción y gestión de complejos inmobiliarios. Distribuye su actividad en dos áreas de negocio: el desarrollo y promoción para la venta, que cuenta con activos en España, Polonia, México y Brasil; y el desarrollo, promoción y gestión de patrimonio para

la renta –actividad que lleva a cabo la nueva filial de la Compañía, ACCIONA Real Estate–, que incluye el alquiler de viviendas, oficinas, hoteles, centros comerciales y apartamentos universitarios.

En 2015 ACCIONA Inmobiliaria ha facturado 51,4 millones de euros, de los

cuales un 34% corresponde a la actividad promotora y un 66% a la actividad patrimonial en renta. La reducción de la facturación respecto al ejercicio anterior se ha debido a un menor número de viviendas entregadas durante el año.

ACCIONA Inmobiliaria en 2015

51,4M€
CIFRA DE NEGOCIO
2014
94 M€

6M€
EBITDA
2014
3 M€

111
EMPLEADOS
2014
119

1.271M€
VALOR DE ACTIVOS
2014
1.529 M€

316
STOCK VIVIENDAS
2014
685

71
VIVIENDAS ENTREGADAS
2014
141

1.382
VIVIENDAS EN ALQUILER
2014
1.014

122.495 M²
DE ACTIVOS TERCIARIOS
EN EXPLOTACIÓN
2014
119.100 M²

ACCIONA Inmobiliaria cuenta con una estrategia de futuro...

ACCIONA Inmobiliaria dispone de un marco de políticas que regula la operativa del Grupo. Con el objetivo de realizar un adecuado control y seguimiento de los riesgos que afectan al negocio, se analiza periódicamente el mapa de riesgos y se realiza un seguimiento de las tendencias del mercado, definiendo los mitigantes y las medidas correctoras oportunas.

En España, tras unos años de menor actividad como consecuencia de la crisis

inmobiliaria, el mercado comienza a dar señales de mejora. Las perspectivas económicas favorecen el incremento de la confianza en el país, atrayendo el interés del capital internacional y contribuyendo a la demanda de vivienda. Esta demanda se ha visto impulsada por el crecimiento del PIB y las condiciones crediticias óptimas, con una elevada oferta y bajos tipos de interés. Se espera además un importante impulso de la actividad inversora, apoyada en la mejora de las expectativas

macroeconómicas. Este nuevo entorno influye positivamente en la actividad de ACCIONA Inmobiliaria.

Durante el año 2015, las compraventas de viviendas subieron un 11,2% hasta superar las 354.000 unidades, según datos del Colegio de Registradores, y los precios crecieron un 6,65%. En relación con la inversión directa en activos inmobiliarios, se superaron los 12.800 millones de euros, un 30% más que en el año anterior.

Objetivos de crecimiento de ACCIONA Inmobiliaria

CORTO PLAZO

- Crecimiento orgánico mediante el desarrollo de nuevos proyectos que supongan doblar la cartera de vivienda en renta.
- Análisis de alternativas de crecimiento a través de la incorporación de un socio o mediante la cotización de la Compañía.

MEDIO PLAZO

- Crecimiento no orgánico mediante la incorporación de nuevos activos, fundamentalmente vivienda en alquiler, vía adquisición o contribución de potenciales socios.
- Incorporar activos en renta en Polonia y México.

LARGO PLAZO

- Convertirse en el Grupo líder de vivienda en alquiler en España y constituir una plataforma referente del mercado en vivienda de alquiler rentable y eficiente, desarrollando las mejores prácticas y manteniendo en todo momento los estándares de sostenibilidad.

Con el propósito de avanzar en el cumplimiento de sus objetivos a largo plazo, durante el año 2015 ACCIONA Inmobiliaria ha ejecutado la segregación

del negocio de alquiler en ACCIONA Real Estate, con unos activos destinados al alquiler y valorados en 628 millones de euros.

... y unas ventajas competitivas que la diferencian

Presente en toda la cadena de valor, ACCIONA Inmobiliaria abarca desde la gestión del suelo hasta su posterior desarrollo y la comercialización del producto final –viviendas y activos comerciales tanto en venta como en alquiler–. Este último segmento ofrece a la Compañía una recurrencia de los ingresos y un menor perfil de riesgo frente a la naturaleza cíclica del sector inmobiliario.

Otra ventaja competitiva de ACCIONA Inmobiliaria es su tamaño, que le permite obtener elevadas eficiencias en la gestión, contribuyendo a la diversificación de

los riesgos inherentes a la morosidad de inquilinos.

Además, los activos subyacentes de la actividad, en particular de las viviendas, tienen un cierto grado de liquidez que, incluso en los momentos más bajos del ciclo, encuentran demanda en el mercado.

La Compañía incluye en todas sus promociones criterios de sostenibilidad y apuesta por el desarrollo de proyectos que contribuyen a la conservación del medio ambiente y que suponen una reducción de costes para sus propietarios. En todos sus proyectos inmobiliarios, ACCIONA

Inmobiliaria aplica las innovaciones necesarias para fomentar el ahorro energético, la reducción de emisiones de CO₂, el consumo racional de agua y la construcción limpia. ACCIONA Inmobiliaria se ha comprometido a certificar todas sus nuevas promociones residenciales en alquiler con el sello de construcción sostenible BREEAM, de reconocido prestigio internacional.

Así mismo, la Compañía cuenta con profesionales con gran experiencia en el mercado nacional e internacional para aprovechar las oportunidades, y con un equipo directivo renovado en 2014.

Bestinver

En 2015 la Compañía aumentó el valor objetivo de las carteras

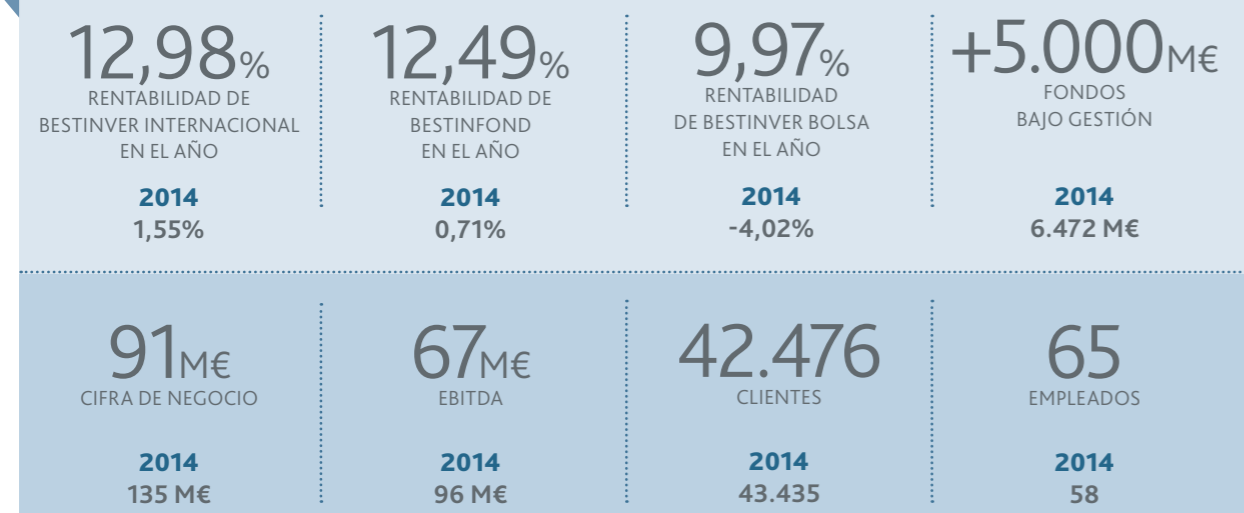
Bestinver mantiene su compromiso con la obtención del máximo valor a largo plazo. El profundo conocimiento de los negocios de cada una de las empresas de su cartera se ha visto reforzado en 2015.

Así, a pesar de que el año ha sido complejo y exigente, gracias a la gestión del equipo de inversiones, Bestinver ha construido una cartera que permitirá seguir generando rentabilidad en el futuro.

Los fondos gestionados han mostrado una evolución positiva: Bestifond y Bestinver Internacional han logrado unas rentabilidades del 12,49% y 12,98% respectivamente, superando al MSCI Europe con dividendos, que ha alcanzado una rentabilidad del 8,22%.

El año 2015, no solo ha permitido a Bestinver mejorar los niveles de rentabilidad, sino también aumentar el valor objetivo de las carteras, lo que implica un mayor potencial de revalorización para los partícipes en el largo plazo.

Bestinver en 2015



Para más información visita la web de Bestinver [<http://www.bestinver.es/>].

Bestinver cuenta con una estrategia de futuro...

Fieles a la filosofía *Value Investing*, Bestinver invierte en negocios transparentes y bien gestionados, con un precio de mercado bajo pero con un

importante potencial de revalorización en el largo plazo. La selección de las empresas se basa en los siguientes criterios que permiten determinar su valor real:

Buen negocio	Buena gestión	Buen precio
Bestinver invierte en compañías caracterizadas por ser negocios sencillos, que producen bienes y servicios deseados y poseen fuertes ventajas competitivas. La buena salud de los balances es también primordial. Se buscan compañías poco apalancadas, con buenos márgenes, poca deuda y una alta rentabilidad sobre el capital empleado.	Los equipos directivos de las empresas seleccionadas por Bestinver poseen una dilatada experiencia en la gestión con vocación a largo plazo, donde, a la hora de asignar los recursos y la caja generada, prevalece el sentido común y la alineación con los intereses de los accionistas.	Bestinver utiliza un modelo de valoración desarrollado internamente. Se busca que el precio de adquisición de la compañía no supere nunca el 70% del valor que Bestinver le otorga. Esto proporciona un amplio margen de seguridad en la inversión. La divergencia entre el valor y el precio vendrá dada por criterios que minimizan el riesgo y facilitan la obtención de rentabilidades a largo plazo.

Bestinver afronta el año 2016 manteniendo su compromiso inalterable: la búsqueda de la mejor rentabilidad posible para sus inversores.

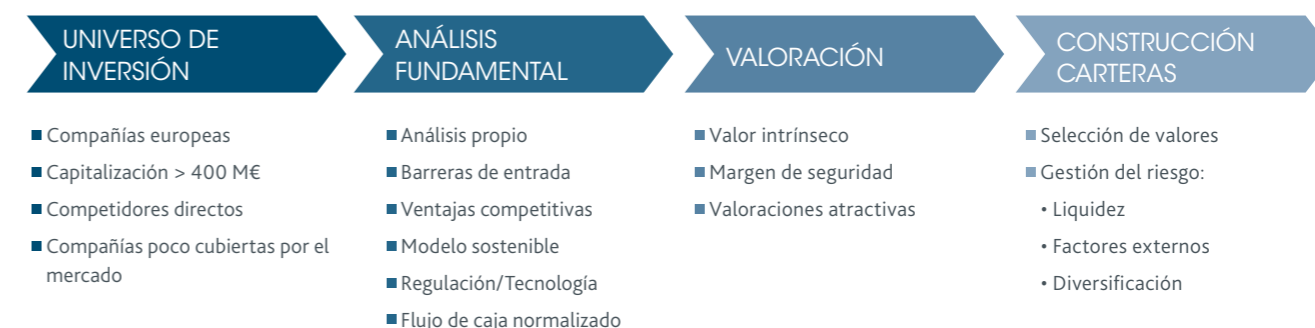
... y ventajas competitivas que la diferencian

La Compañía lleva a cabo un estricto proceso de selección de inversiones y pone toda su capacidad y empeño en la

obtención de rentabilidades atractivas en el largo plazo, evitando operaciones cortoplacistas y de tipo especulativo, y

apostando por la renta variable como el mejor instrumento para conseguirlas.

Proceso de Inversión



Trasmediterranea

La naviera líder española a la búsqueda de la rentabilidad sostenible

Trasmediterranea es la naviera líder en el sector del transporte marítimo español de carga y pasaje, y una de las mayores de Europa. Ofrece conexiones nacionales desde la Península con las Islas Baleares, las Islas Canarias, Ceuta y Melilla, e internacionales con el norte de África (Tánger, Ghazaouet, Nador y Orán). Proporciona también servicios de *handling* a cruceros en los principales puertos del Mediterráneo.

La Compañía explota un total de 17 líneas marítimas y en su haber cuenta con 21

buques, de los cuales 14 son propios y 7 fletados. Dispone además de terminales marítimas en propiedad de pasaje y carga, agencias de consignación y un servicio de logística y distribución terrestre que cubre toda la cadena de valor, ofreciendo un servicio diferencial para satisfacer las necesidades de sus clientes.

En 2015 Trasmediterranea ha mejorado su EBITDA un 37,6% hasta alcanzar los 41 millones de euros. El crecimiento ha estado impulsado por las mejoras de eficiencia, el incremento en los volúmenes de carga,

pasajeros y vehículos, y la reducción en los costes de combustible y personal. El volumen de deuda neta se ha situado en 33 millones de euros, lo que representa una reducción del 60% con relación al año 2014.

El plan de reestructuración implementado en el año 2014, y que ha tenido continuidad durante el 2015, ha sido clave en la mejora de los resultados del negocio. Trasmediterranea se ha convertido en una compañía más competitiva, impulsada por los procesos de mejora de la eficiencia en la gestión y la búsqueda de la rentabilidad sostenible.

Trasmediterranea cuenta con una estrategia de futuro...

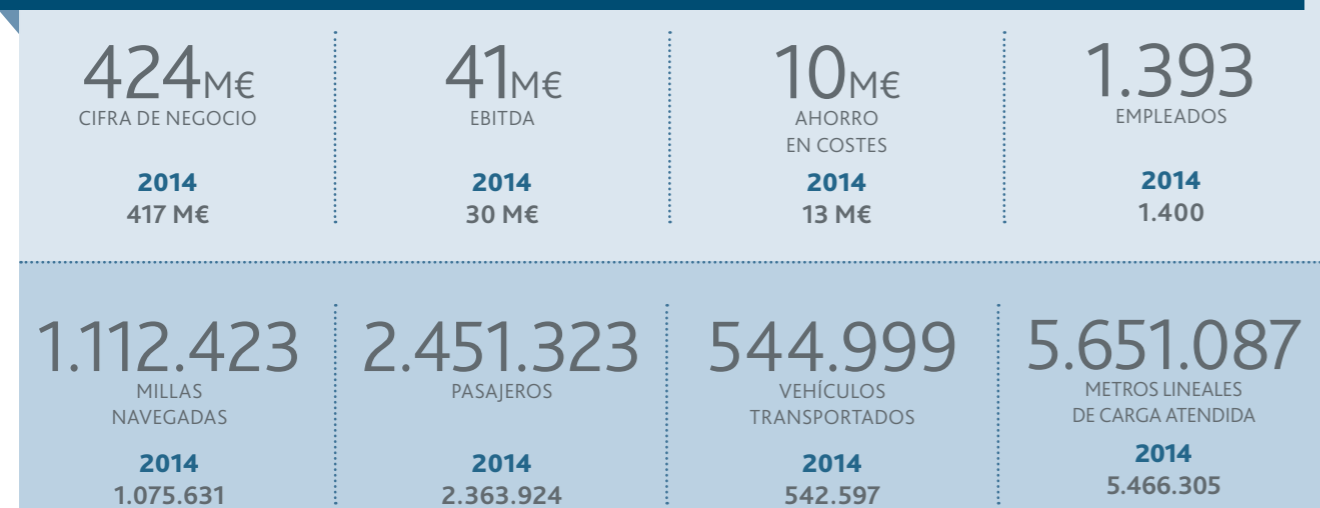
La actividad de Trasmediterranea se verá favorecida por el incremento de la demanda de transporte marítimo, tanto de pasajeros como de mercancías, que se producirá en los próximos años como consecuencia de una situación económica más favorable. El aumento en el tráfico estará principalmente ligado a una mayor actividad turística y a un mayor consumo interno en las zonas de influencia, especialmente en los tráficos entre la Península con las Islas.

Trasmediterranea aspira a consolidarse como la compañía líder de transporte marítimo regular de pasajeros y mercancías en los mercados donde opera, y a convertirse en referente en la gestión sostenible de los activos marítimos, siendo responsable con el entorno en el que interactúa, anticipándose a las tendencias que le afectan y buscando la mejora continua.

La estrategia de la Compañía en el medio y largo plazo se centra en cuatro líneas de acción:

- El crecimiento rentable y la mejora de la satisfacción del cliente.
- La eficiencia de los activos y los procesos.
- La innovación.
- La orientación de toda la Organización hacia el servicio al cliente.

Trasmediterranea en 2015



... y ventajas competitivas que la diferencian

Trasmediterranea es una marca referente en el sector, con garantía de calidad y presente en toda la cadena de valor. La Compañía muestra un compromiso total con la sostenibilidad medioambiental y con la sociedad. La eficiencia energética es una de las principales áreas de investigación; en los últimos ocho años el negocio ha desarrollado mejoras técnicas y operacionales para la disminución del consumo energético de sus buques.

Con el objetivo de reducir su huella de carbono y evitar las emisiones de óxido de nitrógeno y azufre a la atmósfera, la Compañía está aplicando medidas que permitan adaptar los motores de su flota al consumo de gas natural. Además, ha actuado en la mejora de los consumos a partir de la aplicación de pinturas autosalientes, que permiten la optimización de las velocidades de operación en cada una de las rutas debido a la reducción de la resistencia en el avance de los buques.

Hijos de Antonio Barceló

130 años de comercialización de vinos de calidad

Hijos de Antonio Barceló (HAB) es uno de los 20 grupos vitivinícolas más importantes de España con una experiencia acumulada de más de 130 años. La actividad de la Compañía se centra en la elaboración, crianza, embotellado y comercialización de vinos de calidad. La facturación de la Compañía procedente del ámbito internacional, representa el 40% de las ventas totales.

Durante el año 2015 los resultados se han mantenido en sintonía con los del año anterior. La Compañía ha continuado

invirtiendo en reforzar la imagen de sus marcas y se ha llevado a cabo la renovación de las instalaciones de Bodegas Palacio y del entorno en el que se encuentran.

En términos de eficiencia operativa, durante el año se han revisado los procedimientos internos para la optimización de la generación de obsoletos y las ratios de embotellado. La externalización de las actividades de logística ha permitido a HAB variabilizar los coste y mejorar el nivel de servicio al cliente.

Hijos de Antonio Barceló en 2015



Hijos de Antonio Barceló cuenta con una estrategia de futuro...

El aumento de la demanda de vinos de calidad favorece la actividad de Hijos de Antonio Barceló. En 2015, se constata un crecimiento notorio del consumo de las primeras marcas de HAB frente al resto de vinos con D.O. –ha crecido un 13%, mientras que el consumo de vinos con D.O. aumentó un 2,8%–.

HAB apuesta por ser reconocida como una compañía líder por la calidad de sus vinos. Para alcanzar dicho objetivo,

pretende desarrollar sus marcas premium y potenciar su presencia en los mercados internacionales, y así garantizar la sostenibilidad del negocio y la mejora de la rentabilidad para el accionista.

Hijos de Antonio Barceló ha definido un conjunto de iniciativas que tienen como propósito incrementar la facturación y el EBITDA en un 20% y 40% respectivamente en los próximos cinco años. Entre las medidas a desarrollar se encuentran, entre otras:

- Estrategia comercial enfocada al crecimiento de la distribución selectiva.
- Inversión en comunicación.
- Transformación digital y potenciación de ventas y promoción online.
- Mejora de la eficiencia y optimización de los procesos.
- Aumento de la integración vertical con un mayor control sobre los viñedos.

... y ventajas competitivas que la diferencian

Hijos de Antonio Barceló se caracteriza por una integración vertical y horizontal, con presencia en toda la cadena de valor vitivinícola. Las inversiones en nuevos tecnologías y la innovación en los procesos para la elaboración, crianza y el embotellado aportan un valor diferencial al producto y se traduce en un vino de mayor calidad para el consumidor final.

Como marca de ACCIONA en el sector vitivinícola, la sostenibilidad y la gestión responsable del negocio constituyen

también un pilar de la actuación de Hijos de Antonio Barceló. Aspectos como el cuidado del suelo y la protección de los viñedos, haciendo énfasis en una utilización responsable de los recursos necesarios para la producción, son esenciales para garantizar un producto final de calidad superior.

En 2015, Hijos de Antonio Barceló, como miembro de la Comisión Ejecutiva de la Federación Española del Vino, ha liderado junto a un reducido grupo de bodegas, el

desarrollo en España del proyecto *Wineries for Climate Protection*, una certificación orientada a la mejora continua en la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, el uso de energías renovables, la eficiencia energética, la reducción de residuos y la gestión del agua. La Compañía cuenta también con certificaciones en gestión de calidad (ISO9001), medio ambiente (ISO 14001) y seguridad alimentaria (ISO 22000).