

RESULTADOS 2007 URALITA

Madrid, 20 de febrero de 2008

ADVERTENCIA

Este documento contiene información elaborada internamente y procedente de diferentes fuentes, así como previsiones de futuro relativas a la situación financiera, resultados de las operaciones, negocios y estrategias del Grupo Uralita.

Tales manifestaciones se basan en una serie de asunciones que en último término pudieran resultar incorrectas, y están sometidas a factores de riesgo financieros, comerciales, de mercado, regulatorios o de la economía en general, sobre los que únicamente se pueden realizar estimaciones.

Los Estados Financieros de la Sociedad cerrados a 31 de diciembre de 2007 recogidos en este documento se encuentran en proceso de revisión por parte del Auditor Oficial de la sociedad, por lo que, a esta fecha, está pendiente de emisión el correspondiente Informe de Auditoría.

En consecuencia, los analistas e inversores deben valorar adecuadamente la información suministrada. Uralita no asume obligación alguna en relación con la actualización de las informaciones contenidas y su publicación, bien como resultado de la aparición de nueva información, de nuevos acontecimientos o de cualquier otra causa.

PRINCIPALES MENSAJES

Uralita consiguió en 2007 un Resultado Neto Atribuido de 85,4 millones de euros, el mejor de su historia y un 81% superior al de 2006

- En un entorno externo más exigente, Uralita avanzó en la ejecución de su estrategia en 3 ejes: crecimiento (orgánico -6 fábricas en construcción- e inorgánico -1 fábrica-), posicionamiento en productos ganadores e incremento de eficiencia operativa.
- En este contexto, Uralita consiguió un récord en Resultado neto atribuido apoyado en unos sólidos resultados operativos: récord en Ventas (1.095 millones de euros, +9% vs. 2006) y rentabilidad operativa (EBITDA de 224 millones de euros, +26%) en materiales de construcción.
- Apoyado en la fortaleza de sus productos y de los mercados y segmentos en los que está presente, el objetivo de Uralita para 2008 es de, al menos, repetir los elevados resultados de 2007 pese a la menor demanda del mercado residencial español

AGENDA

- **Uralita en 2007**

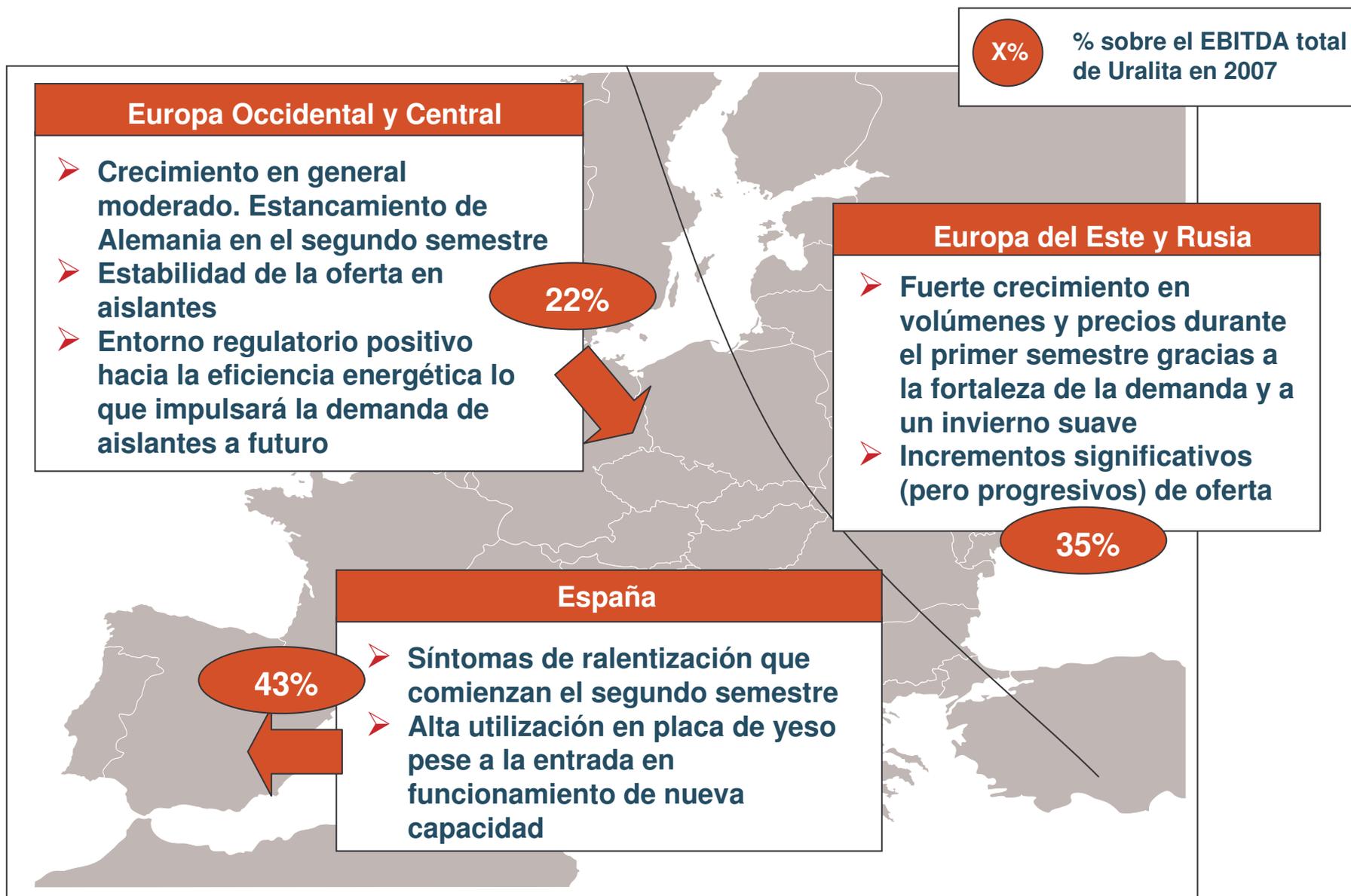
- **Contexto y avance en la implantación de la estrategia**

- **Resultados consolidados**

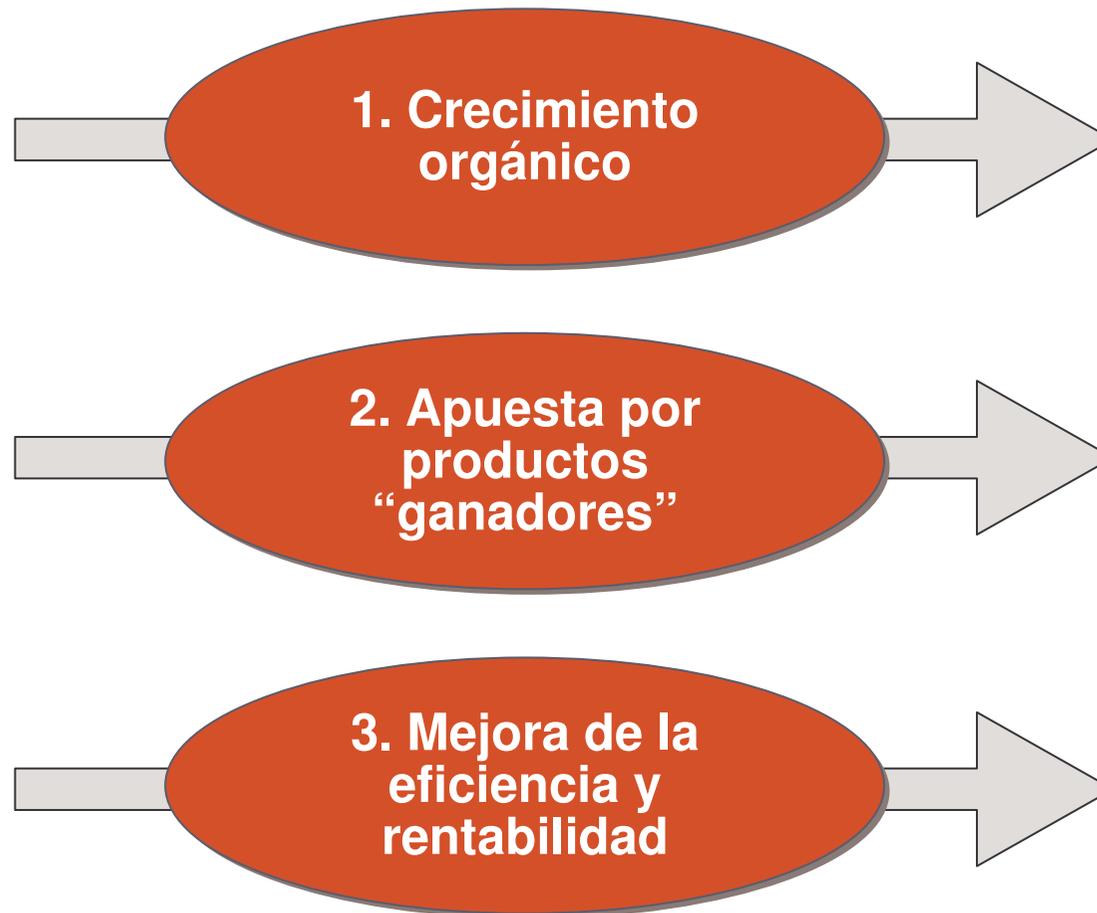
- **Resultados por negocio**

- Expectativas para 2008

ENTORNO EXTERNO MÁS EXIGENTE EN 2007



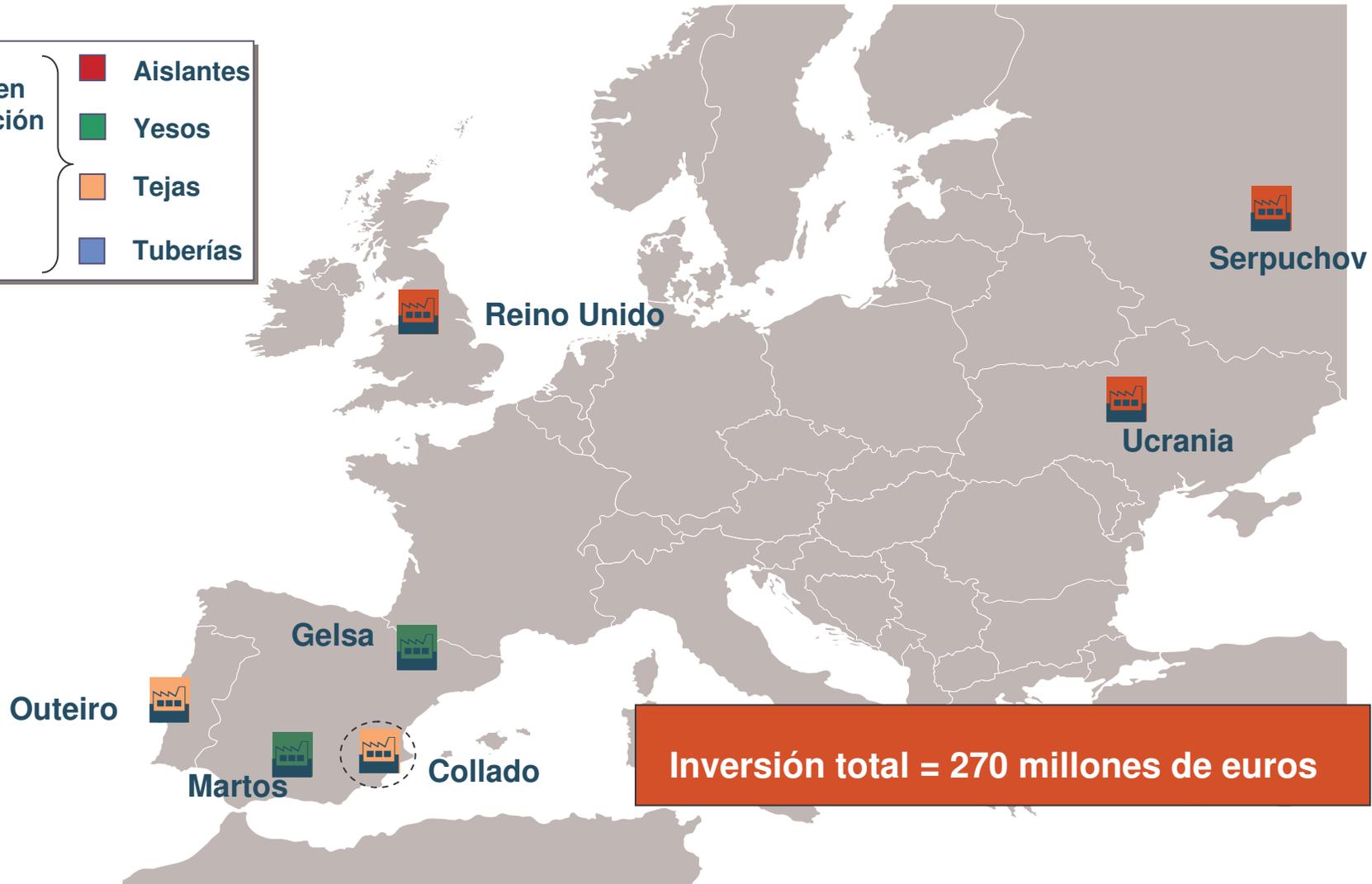
URALITA AVANZÓ EN 2007 EN LA IMPLANTACIÓN DE 3 EJES ESTRATÉGICOS



1. FUERTE CRECIMIENTO EN MERCADOS/PRODUCTOS EN CRECIMIENTO

1. Crecimiento orgánico 

	Fábricas en construcción		Aislantes
	Fábrica adquirida		Yesos
			Tejas
			Tuberías



2. APUESTA POR PRODUCTOS GANADORES



Descripción

Oferta de productos de Uralita

Eficiencia energética

Materiales que la regulación impulsa crecientemente por ser energéticamente eficientes

- Aislantes
- Placa de Yeso
- Tejados solares

Confort/calidad

Materiales que escoge el usuario final por incrementar el confort o por percibir mayor calidad del producto

- Placa de Yeso
- Aislantes
- Tubos anti-ruido
- Tejas de alta calidad

Beneficio para el constructor

Materiales que escoge el decisor por aportarle mayor beneficio: menor tiempo de instalación, mejor coste para mismas propiedades técnicas, etc.

- Placa de Yeso
- Yeso proyectado
- Tuberías plásticas de gran diámetro
- Sistemas de Tejas

3. INCREMENTO CONTINUO DE LA EFICIENCIA PARA ASEGURAR LA RENTABILIDAD A FUTURO



Iniciativas comerciales

- **Mejora de los procesos comerciales:** implantación de CRM, programas de formación a prescriptores, adecuación de acciones comerciales para mejorar el acceso al mercado
- **Apuesta por la calidad e innovación:** nuevo laboratorio de I+D en Valdemoro
- **Desarrollo de productos de mayor valor añadido:** pastas y perfiles para Pladur®, nuevas gamas de Tejas, tubería corrugada de 1.200 mm, etc.

Iniciativas industriales y de eficiencia en costes

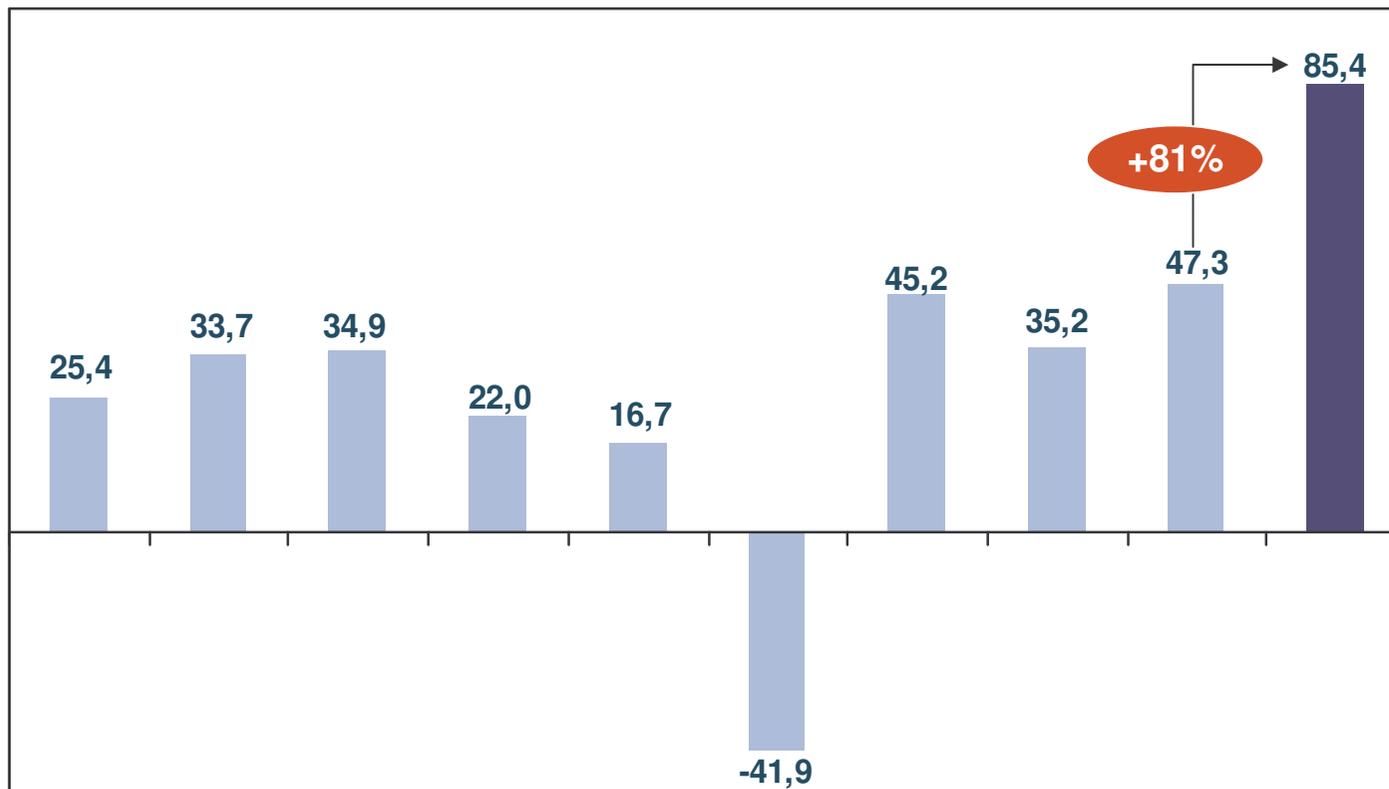
- **Mejora de eficiencia en fábricas:** concentración de capacidad y especialización de fábricas
- **Optimización de costes logísticos:** utilización de sistemas de información para decisiones sobre producción y comercialización
- **Control sobre gastos de estructura a nivel central y en cada negocio**
- **Identificación de sinergias de los negocios en la Península Ibérica**

AGENDA

- **Uralita en 2007**
 - **Contexto y avance en la implantación de la estrategia**
 - **Resultados consolidados**
 - **Resultados por negocio**
- Expectativas para 2008

BENEFICIO RÉCORD EN 2007: 85,4 MILLONES DE EUROS

Resultado Neto Atribuible a la Sociedad Dominante (M EUR)

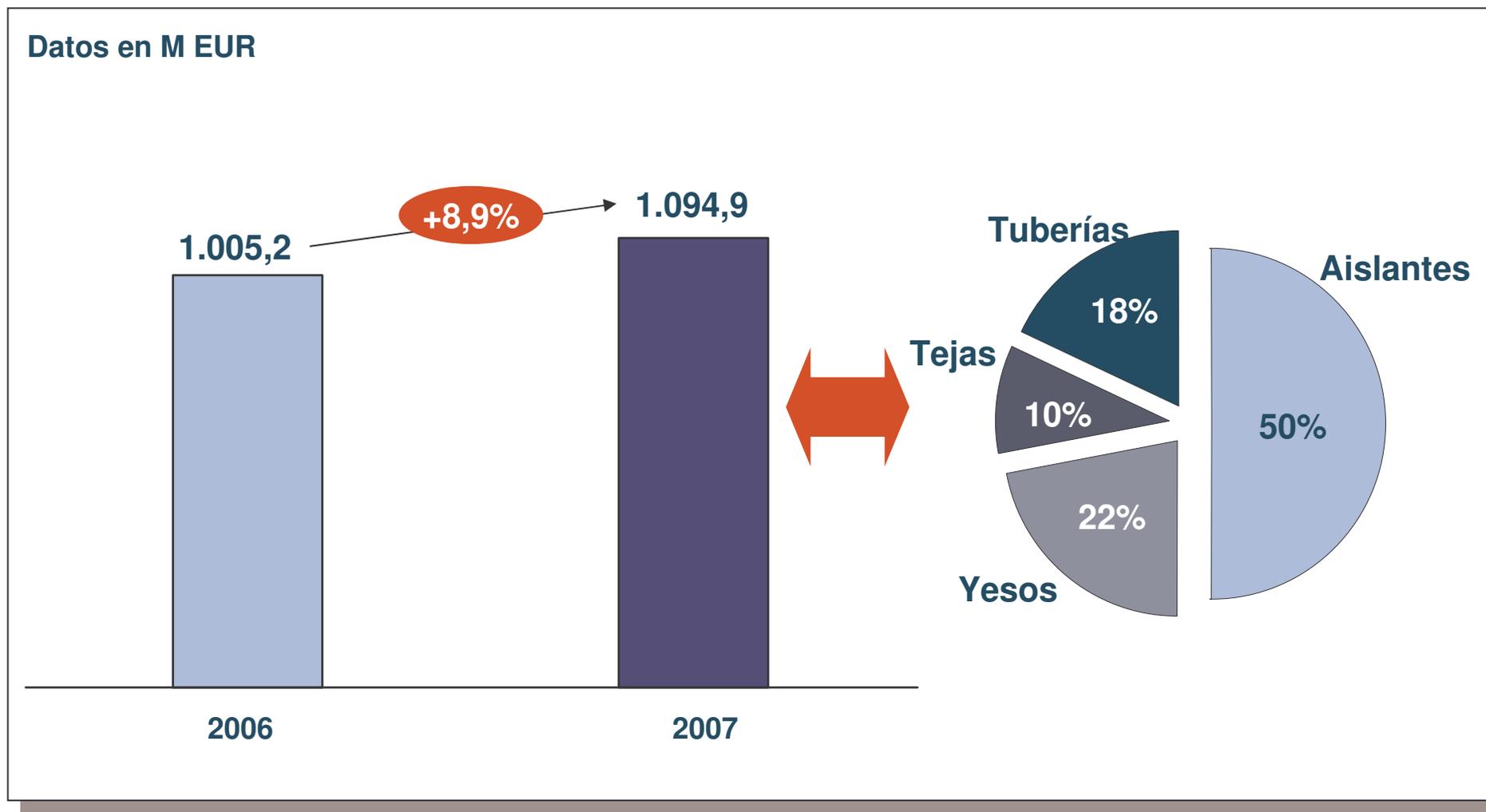


Resultado neto sobre ventas

Año	Margen sobre Ventas (%)
1998	5,0%
1999	5,4%
2000	5,0%
2001	3,1%
2002	2,7%
2003	-2,0%
2004	4,5%
2005	4,9%
2006	7,0%
2007	9,6%

Nota: En el cálculo del margen sobre Ventas se utiliza el Resultado Neto (antes de minoritarios) ya que esta cifra es coherente con las ventas totales

CRECIMIENTO DEL 8,9% EN VENTAS

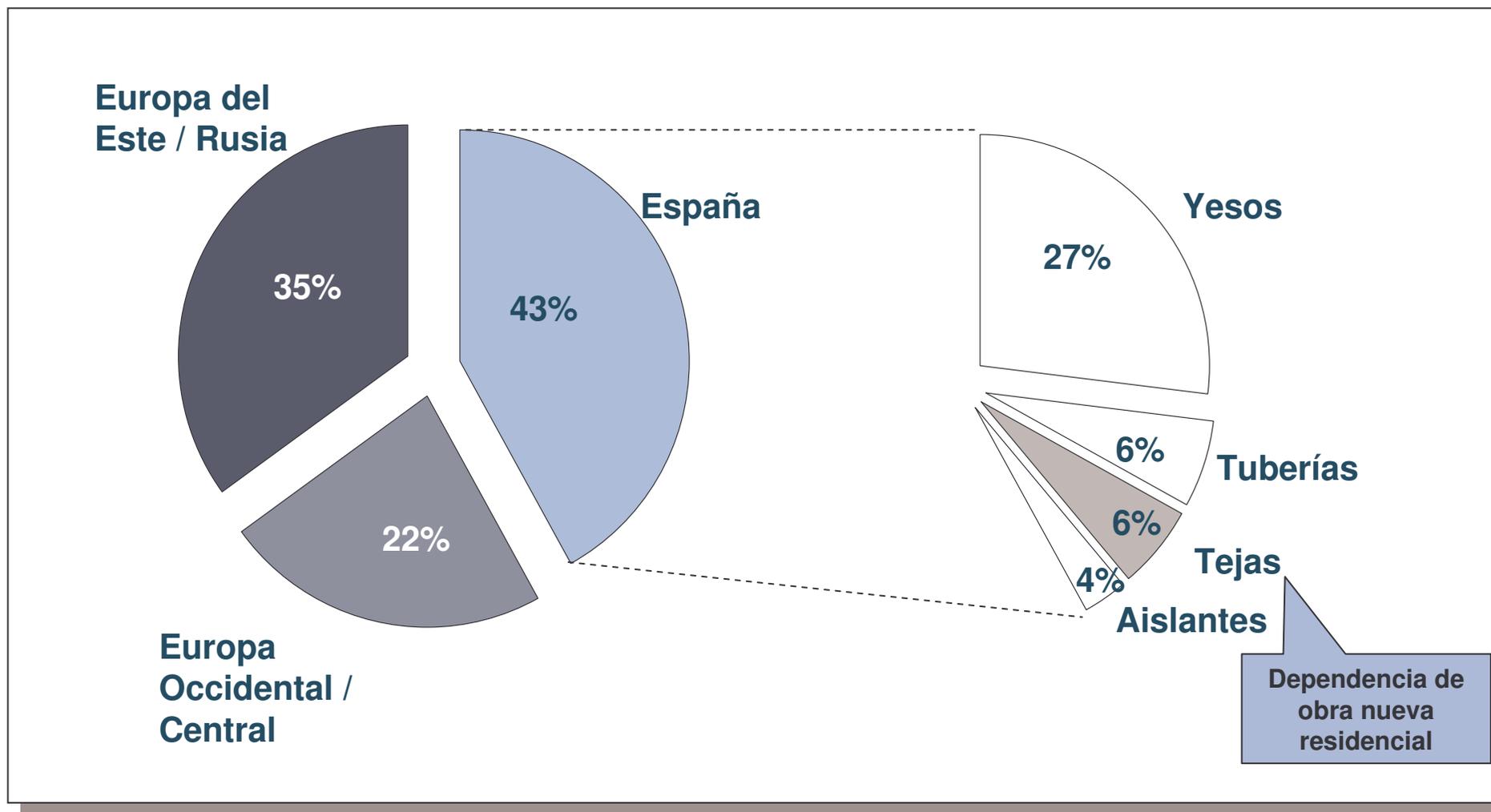


CRECIMIENTO EN EBITDA DEL 25,7% HASTA 224 MILLONES DE EUROS

Datos en M EUR	EBITDA 2007	EBITDA 2006	VARIACIÓN 07/06
AISLANTES Margen sobre Ventas	130,4 24,0%	87,4 17,6%	+49,3% +6,4 p.p.
YESOS Margen sobre Ventas	67,4 27,4%	69,1 29,5%	-2,4% -2,1 p.p.
TEJAS Margen sobre Ventas	16,7 15,6%	17,0 16,5%	-1,5% -0,9 p.p.
TUBERÍAS Margen sobre Ventas	15,9 8,0%	11,0 6,5%	+44,4% +1,5 p.p.
OTROS (1)	-6,4	-6,3	-1,6%
TOTAL GRUPO URALITA Margen sobre Ventas	224,0 20,5%	178,2 17,7%	+25,7% +2,8 p.p.

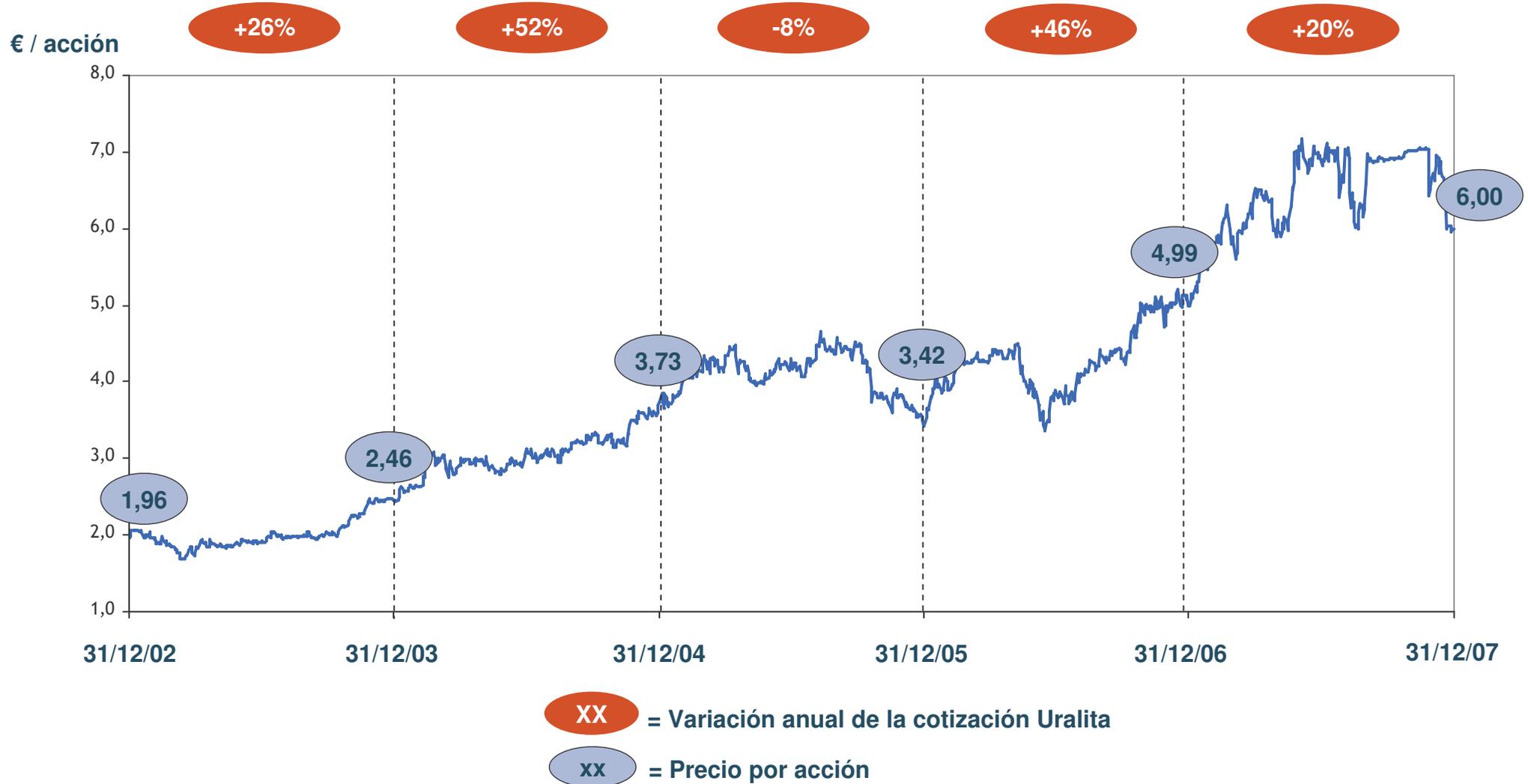
(1) Incluye gastos corporativos no distribuibles (-5,8 y -5,9 millones de euros en 2007 y 2006 respectivamente) y EBITDA de negocios no estratégicos ya desinvertido (-0,6 y -0,4 millones de euros en 2007 y 2006 respectivamente)

DESGLOSE DEL EBITDA POR ÁREA GEOGRÁFICA Y NEGOCIO



REVALORIZACIÓN DE LA ACCIÓN DEL 20% EN 2007

Precio medio durante el ejercicio: 6,46 EUR/acción



MÚLTIPLOS IMPLÍCITOS Y RENTABILIDAD CON LA COTIZACIÓN ACTUAL

	Mayo 2007	Febrero 2008
Cotización (EUR / acción)	7,00	5,40
PER año corriente	26,1	12,6
EV / EBITDA	8,4	5,4
Rentabilidad por dividendo	3,4%	3,2% - 4,0 % (pay-out 40%-50%)

AGENDA

- **Uralita en 2007**
 - **Contexto y avance en la implantación de la estrategia**
 - **Resultados consolidados**
 - **Resultados por negocio**
- Expectativas para 2008

EN AISLANTES RÉCORD DE RENTABILIDAD Y PREPARACIÓN DEL CRECIMIENTO FUTURO



2007 (M EUR)	2006 (M EUR)	Variación 07/06
-----------------	-----------------	--------------------

<u>VENTAS</u>	542,4	495,9	+9,4%
<u>EBITDA</u>	130,4	87,4	+49,3%
% s/Ventas	24,0%	17,6%	+6,4 p.p.
<u>PLANTILLA</u>	2.049	2.004	+2,2%

Principales ejes de actuación

- Ampliaciones de capacidad en las plantas de Lana de Vidrio para capturar crecimiento
- Aprobación y comienzo de construcción de nuevas fábricas de Lana de Vidrio en Ucrania y Reino Unido y de XPS en Rusia
- Análisis de proyectos de inversión en nuevas fábricas/nuevas geografías
- Mejora de los procesos comerciales: programa COMEX de excelencia comercial
- Mejora de la eficiencia en producción y logística
- Inversión en áreas críticas: marca, I+D, sistemas de información

CRECIMIENTO DE VENTAS Y LIGERA REDUCCIÓN DE RENTABILIDAD EN YESOS



2007 (M EUR)	2006 (M EUR)	Variación 07/06
-----------------	-----------------	--------------------

Principales ejes de actuación

<u>VENTAS</u>	246,3	234,4	+5,1%
<u>EBITDA</u>	67,4	69,1	-2,4%
% s/Ventas	27,4%	29,5%	-2,1 p.p.
<u>PLANTILLA</u>	539	510	+5,7%

- Avance de la construcción de las fábricas de Pladur® en Zaragoza y de Algiss® en Andalucía
- Desarrollo de una nueva gama de productos (pastas y perfiles) para Pladur®
- Mejora del posicionamiento comercial (p.ej. programa de cualificación en Pladur®, CRM en Algiss®)
- Apuesta por la calidad e innovación: laboratorio de I+D en Valdemoro
- Incremento, durante el 4T 2007, de la importación de placa en preparación de la nueva fábrica de Pladur®

EN TEJAS, INCREMENTO DE VENTAS Y PREPARACIÓN ANTE EL NUEVO CONTEXTO DE MERCADO



2007 (M EUR)	2006 (M EUR)	Variación 07/06
-----------------	-----------------	--------------------

<u>VENTAS</u>	107,2	102,9	+4,1%
<u>EBITDA</u>	16,7	17,0	-1,5%
% s/Ventas	15,6%	16,5%	-0,9 p.p.
<u>PLANTILLA</u>	729	640	+13,9%

Principales ejes de actuación

- Posicionamiento en el segmento de tejas de alta calidad:
 - Adquisición del negocio de Tejas Cerámicas de Imerys en España y Portugal
 - Inicio de la adaptación tecnológica de la planta de Teja Cerámica en Outeiro
 - Desarrollo de nuevas gamas de tejas
- Implantación de un “call center” para fortalecer el Área de Servicio al Cliente
- Optimización de los costes de estructura del negocio

INCREMENTO SIGNIFICATIVO DE VENTAS Y RENTABILIDAD EN TUBERÍAS

2007 (M EUR)	2006 (M EUR)	Variación 07/06
-----------------	-----------------	--------------------

Principales ejes de actuación

<u>VENTAS</u>	198,8	168,6	+17,9%
<u>EBITDA</u>	15,9	11,0	+44,4%
% s/Ventas	8,0%	6,5%	+1,5 p.p.
<u>PLANTILLA</u>	611	571	+7,0%

- Ampliación de capacidad en productos de mayor valor añadido (p.ej. potenciación del negocio de piezas)
- Especialización e incremento de utilización de fábricas (p.ej. traslado de tuberías de PVC Corrugado a Alcázar de San Juan)
- Reducción de costes comerciales y de estructura

AGENDA

- Uralita en 2007

- **Expectativas para 2008**

- **Evolución del negocio**
- **Crecimiento inorgánico**

PERSPECTIVAS EXTERNAS PARA 2008

Ante un contexto externo más complejo para 2008...

Evolución de la demanda

- España: Caída de obra nueva parcialmente compensada por obra civil y reforma
- Europa Centra y Occidental: Crecimiento moderado
- Europa del Este y Rusia: Altas tasas de crecimiento, aunque más moderadas que 2007



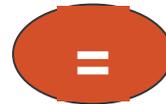
Situación de la oferta

- Mayor presión competitiva por incremento de capacidad de aislantes en Europa y de Placa en España
- Reducido potencial de crecimiento de Uralita en volumen por alto grado de utilización actual de las fábricas (las principales fábricas nuevas comienzan a operar en 2009)



Coste de energía y materias primas

- Mantenimiento de los altos precios de energía y materias primas
- Menor capacidad de actuación comercial



... Uralita posee activos que le permiten ser positivo ante 2008

- Fuerte peso internacional con posiciones de liderazgo en áreas de mayor crecimiento
- Especialización en productos “ganadores” en un contexto de menor demanda
- Fortaleza comercial en España

OBJETIVOS DE URALITA PARA 2008

Evolución esperada por negocio

Resultados esperados

Aislantes	=	<ul style="list-style-type: none"> + Demanda en E. Este/ Rusia + Impulso regulatorio - Restricción capacidad hasta 2009 - Mayor tensión competitiva
Yesos	=	<ul style="list-style-type: none"> + Penetración Pladur (limitada por la restricción de capacidad hasta 2009) - Mayor oferta placa en España - Menor demanda yeso polvo
Tejas	=/-	<ul style="list-style-type: none"> + Integración resultados Collado - Menor demanda tejas
Tuberías	+	<ul style="list-style-type: none"> + Incremento obra civil + Productos ganadores frente a alternativas

En este contexto, y a la espera de la entrada en operación de las principales fábricas nuevas en 2009, Uralita espera repetir, al menos, los elevados resultados de 2007:

- Crecimiento, aunque más moderado, en ventas (5%)
- Sostenimiento o ligero incremento en EBITDA y Resultado atribuido

AGENDA

- Uralita en 2007

- **Expectativas para 2008**
 - **Evolución del negocio**
 - **Crecimiento inorgánico**

EN UN ENTORNO MÁS “LÓGICO” ESTAMOS ANALIZANDO OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO INORGÁNICO

Deuda actual =
136,6 (0,6x EBITDA)



+1.000 millones de euros de capacidad de endeudamiento

1. Oportunidades de diversificación geográfica en materiales de construcción

- Negocios que refuercen significativamente nuestros negocios estratégicos: tamaño, complementariedad geográfica, refuerzo tecnológico

2. Oportunidades de diversificación sectorial

- Oportunidades a contemplar:
- Tamaño relevante
 - Compañías españolas con posibilidad de internacionalizar
 - Potencial de mejora



Muchas gracias por su atención