

**EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS DE  
URALITA.  
PRIMER TRIMESTRE DE 2008**

- 
- **Uralita consiguió un resultado neto atribuible de 21 millones de euros, un 11% mayor que el del primer trimestre de 2007.**
  - **Gracias a su diversificación internacional y a la fortaleza de sus productos y de su red comercial, Uralita consiguió, en términos comparables, unos resultados operativos en línea con los del primer trimestre de 2007.**
  - **Uralita mantiene sus previsiones para el resto del año (mantenimiento de ventas, ligera reducción de EBITDA y mejora del Resultado Neto respecto a un excepcional 2007) a la espera de la evolución del sector en España en el segundo semestre de 2008**
-

## 1. RESULTADOS CONSOLIDADOS DE URALITA

<i>Magnitudes totales consolidadas (datos en</i>	<b>Acum. 1T 2008</b>	<b>Acum. 1T 2007</b>	<b>Variación 2008/2007</b>
<b>Cifra de negocios</b>	<b>268,5</b>	<b>270,9</b>	<b>-0,9%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>48,0</b>	<b>51,6</b>	<b>-6,9%</b>
<i>Margen EBITDA sobre Ventas</i>	<i>17,9%</i>	<i>19,0%</i>	<i>- 1,1 pp</i>
<b>Resultado Neto</b>	<b>26,5</b>	<b>25,4</b>	<b>+4,2%</b>
<i>Resultado Neto sobre Ventas</i>	<i>9,9%</i>	<i>9,4%</i>	<i>+0,5 pp</i>
<b>Resultado Neto atribuible a la Sociedad Dominante</b>	<b>21,0</b>	<b>18,9</b>	<b>+11,1%</b>
<b>Deuda Financiera Neta</b>	<b>151,0</b>	<b>130,7</b>	<b>+20,4</b>

La cifra de negocios del 1T 2008 ascendió a 268,5 millones de euros. Esta cifra es similar a la del mismo periodo de 2007, a pesar de dos factores coyunturales que afectaron al 1T 2008: un menor número de días laborables (en 2008, Semana Santa ha tenido lugar en marzo) y un invierno menos suave que el de 2007 en algunas zonas de Europa.

En este contexto, Uralita consiguió un EBITDA de 48,0 millones de euros (-6,9%), con un margen EBITDA del 17,9% (1,1 puntos porcentuales menor que el del 1T 2007). Las menores ventas unidas a la menor rentabilidad de algunos negocios explican esta reducción del EBITDA.

El resultado neto fue de 26,5 millones de euros (+4,2%), con un margen sobre ventas del 9,9%. Por su parte, el resultado neto atribuible ascendió a 21,0 millones de euros, un 11,1% superior al del mismo periodo de 2007. A esta mejora contribuyeron tanto la menor tasa impositiva en España (bajada del 32,5% al 30%) y Alemania (del 38% a 29,8%) como al hecho de que Uralita ha ganado más en los negocios sin minoritarios (Aislantes y Tuberías).

Por último, la deuda se mantiene en niveles bajos (aproximadamente 0,6 veces el EBITDA de los últimos 12 meses).

## 2. RESULTADOS POR NEGOCIO

Negocios	Ventas Acumuladas		Variac. 08/07	EBITDA Acumulado		Variac. 08/07
	1T 2008	1T 2007		1T 2008	1T 2007	
Aislantes	128,7	133,2	-3%	25,9	24,8	+5%
Yesos	65,2	65,4	0%	18,0	20,0	-10%
Tejas	23,5	24,9	-10%	2,7	4,1	-33%
Tuberías	51,0	47,5	+7%	3,6	4,1	-13%
Otros y Ajustes <sup>(1)</sup>	0,1	-0,1	n.a.	-2,0	-1,1	-85%
<b>TOTAL</b>	<b>268,5</b>	<b>270,9</b>	<b>-0,9%</b>	<b>48,0</b>	<b>51,6</b>	<b>-6,9%</b>

<sup>(1)</sup> Incluye Ventas y EBITDA de Corporativo y ajustes de consolidación

### ***Aislantes: URSA®. Buen nivel de ventas y mejora de rentabilidad***

El negocio de aislantes mostró, en general, un buen comportamiento con unas ventas de 128,7 millones de euros. Esta cifra es un 3% menor que la del 1T 2007 (que fue récord de ventas en el primer trimestre en la historia de Ursa), si bien hay que tener en cuenta tanto el menor número de días laborables en el 1T 2008 como el clima excepcionalmente suave del invierno de 2007, que permitió un mayor nivel de actividad.

Por mercados, destacó la fortaleza de Rusia, Polonia, Ucrania y Francia y, por el lado menos positivo, el débil comportamiento del mercado de la construcción en Alemania y en otras regiones (Kazajstán, Balcanes, Repúblicas Bálticas, entre otros).

El EBITDA se incrementó un 5% respecto al 1T07 gracias al mayor peso de ventas de lana de vidrio frente a XPS, a incrementos de precio implantados a lo largo del trimestre y a las mejoras de eficiencia introducidas. Se espera que este diferencial se reduzca progresivamente a lo largo del año por mayores ventas de XPS y un mayor coste de materias primas y energía.

### ***Yesos: Incremento de ventas en Pladur® y reducción de actividad en Algíss®***

El negocio de yesos mantuvo su nivel de ventas del 1T 2007, con diferencias entre negocios: Pladur® aumentó su volumen de ventas mientras que Algíss® se enfrentó a una menor demanda de producto y a una mayor competencia en el sector.

En este contexto, el EBITDA se redujo un 10%. Una parte de esta reducción se debió a causas puntuales (importación de placa, mayor coste de suministro de mineral) que se espera que se vayan corrigiendo progresivamente durante el resto del año.



***Tejas: Cobert®. Menor volumen de actividad por el contexto del sector***

Cobert® disminuyó un 10% el volumen de ventas de tejas con respecto al mismo periodo del año anterior por la menor actividad del sector de construcción en España que no pudo compensarse con el aumento de actividad registrado en Portugal.

La caída de volúmenes y precios afectó igualmente al EBITDA, que se redujo un 33% respecto al mismo periodo de 2007.

El negocio sigue trabajando para incrementar su rentabilidad tanto en el corto plazo, mediante medidas de reducción de costes, como a largo plazo, posicionándose progresivamente en el segmento de tejas de alta calidad.

***Tuberías: Adequa®. Mayores ventas aunque reducción del resultado***

Adequa® mejoró sensiblemente sus ventas gracias a las ventajas de sus productos frente a otras soluciones y a un mayor volumen de ventas en Francia.

El EBITDA se redujo un 13% respecto al 1T2007. Ello fue debido a un mayor peso de las ventas de tuberías de menor margen, a los costes asociados al arranque de la fábrica de tubería corrugada en Alcázar (ambos efectos se espera que mejoren en el resto del año), y a las provisiones realizadas para tener en cuenta la situación de mayor incertidumbre del sector.