

## EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS PRIMER TRIMESTRE 2003

Los resultados del primer trimestre de 2003 del Grupo Uralita son los siguientes:

### Datos en miles de euros

	1T 2003	1T 2002	Variación
Ventas	334.156	264.178	26,5%
Resultado Explotación	12.760	8.284	54,0%
Resultado Actividades Ordinarias	3.952	2.382	65,9%
Resultado Extraordinario	-562	4.164	-113,5%
Resultado antes de Impuestos	3.390	6.546	-48,2%
Resultado del Ejercicio	-1.172	3.618	-132,4%
Resultado atribuido a la Sociedad Dominante	-5.983	1.116	-636,1%

Las ventas del Grupo Uralita en el primer trimestre de 2003 ascendieron a 334,2 millones de euros (49,9% realizadas fuera de España), con un crecimiento del 26,5% respecto a 2002. Todas las Divisiones aumentaron sus ventas en el periodo.

El Resultado de Explotación aumentó el 54,0% respecto a 2002, destacando en este apartado las Divisiones Aislantes, Yesos y Química. En cualquier caso, es conveniente esperar a los resultados del primer semestre antes de realizar previsiones para el conjunto del año.

Es relevante destacar la mejora del Resultado de Actividades Ordinarias (+65,9%), a pesar del aumento de gastos financieros del 46,3% respecto a 2002 derivado del endeudamiento para financiar la adquisición de la división de aislantes de Pfeleiderer.

El menor Resultado atribuido a la Sociedad Dominante es consistente con la política de saneamientos que ha emprendido el Grupo Uralita desde la entrada de Nefinsa como accionista de referencia. Dos operaciones enmarcadas en dicha política explican en gran medida los Resultados Extraordinarios del periodo: Las ventas del negocio de Sanitarios a American Standard y de terrenos en Cerdanyola del Vallès (Barcelona) a la inmobiliaria Landscape Espais Promocions, S.L.

Por otra parte, la optimización de inversiones que la nueva dirección de la compañía ha puesto en práctica desde el comienzo de 2003 se traducirá en una relevante reducción de los pagos por este concepto a partir de la segunda mitad del año y, por tanto, en una mejora del flujo de caja libre.