

**EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS DEL GRUPO URALITA
EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2007 (1T 2007)**

- *Incremento del 32,8% en EBITDA y del 125,7% en Resultado Neto Atribuido a la Sociedad Dominante respecto al mismo periodo del año anterior*
- *Durante el primer trimestre de 2007 todos los negocios del Grupo mejoraron su rentabilidad con respecto al mismo periodo de 2006*
- *El Grupo invertirá 90 millones de euros en una fábrica de aislantes de lana de vidrio en Ucrania*

1. RESULTADOS CONSOLIDADOS DEL GRUPO URALITA

<i>Magnitudes totales del Grupo (datos en millones de euros)</i>	Acum. 1T 2007	Acum. 1T 2006	Variación 2007/2006
Cifra de negocios	270,9	237,7	+14,0%
EBITDA	51,6	38,8	+32,8%
<i>Margen EBITDA sobre Ventas</i>	<i>19,0%</i>	<i>16,3%</i>	<i>+ 2,7pp</i>
Resultado Neto	25,4	13,7	+85,7%
<i>Resultado Neto sobre Ventas</i>	<i>9,4%</i>	<i>5,8%</i>	<i>+3,6 pp</i>
Resultado Neto Atribuido a la Sociedad Dominante	18,9	8,4	+125,7%
Deuda Financiera Neta	107,8	147,4	-26,9%

La cifra de negocios del 1T2007 ascendió a 270,9 millones de euros, un 14,0% superior a la del 1T2006, gracias a la fortaleza de la demanda en los diferentes productos y mercados donde el Grupo está presente.

El incremento de ventas, unido a las medidas de mejora implantadas en todos los negocios, permitió al Grupo incrementar su EBITDA un 32,8%, hasta 51,6 millones de euros. El margen EBITDA sobre Ventas mejoró 2,7 puntos porcentuales hasta 19,0%.

La mejoría de resultados operativos se tradujo en incrementos del Resultado neto y Resultado neto de la sociedad dominante hasta alcanzar, respectivamente, 25,4 millones de euros (+85,7% respecto al 1T 2006) y 18,9 millones de euros (+125,7%).

La deuda financiera neta del Grupo a 31 de marzo de 2007 era de 107,8 millones de euros.

2. RESULTADOS POR NEGOCIO

Negocios	Ventas Acumuladas		Variac. 07/06	EBITDA Acumulado		Variac. 07/06
	1T 2007	1T 2006		1T 2007	1T 2006	
Aislantes	133,2	106,9	+24,6%	24,8	15,3	+61,7%
Yesos	65,4	59,1	+10,7%	20,0	17,7	+12,9%
Tejados	24,9	25,4	-2,1%	4,1	3,9	+4,0%
Tuberías	47,5	43,0	+10,4%	4,1	3,1	+32,6%
Otros y Ajustes ⁽¹⁾	-0,1	3,3	n.a.	-1,1	-1,2	n.a.
TOTAL	270,9	237,7	+14,0%	51,6	38,8	+32,8%

⁽¹⁾ Incluye Ventas y EBITDA de negocios desinvertidos, Corporativo y ajustes de consolidación

Ursa® aumentó un 61,7% su EBITDA en el 1T 2007 por la fortaleza del mercado de aislantes en el centro y este de Europa

En lana de vidrio, la mayor demanda en países del Este y Centro Europa permitieron a Ursa® incrementar tanto niveles de precios como volumen de ventas. En XPS, se produjo un crecimiento significativo de la demanda, especialmente en Alemania y Rusia, lo que permitió incrementar volúmenes y aumentar ligeramente los precios.

Adicionalmente, la rentabilidad se vio mejorada por la disminución del coste unitario de producción de lana de vidrio asociado a un mayor nivel de utilización de las fábricas. Como resultado, el margen EBITDA del negocio se incrementó en +4,3 p.p.

Durante este trimestre Ursa® anunció la inversión en una fábrica de lana de vidrio por un importe de 90 millones de euros. La capacidad prevista, 45.000 toneladas, permitirá a Uralita consolidar su posición de liderazgo en los mercados de Europa del Este.

El alto nivel de actividad en el mercado de edificación en España permitió a Yesos incrementar sus ventas un 10,7% con respecto al 1T 2006

El alto nivel de actividad en edificación y la mayor utilización de placa de yeso, permitió a Pladur® aumentar sus ventas mientras que Algíss® mantuvo las suyas. Este último negocio está implantando paulatinamente una subida del precio en las tarifas.

El incremento de ventas, la mejora de eficiencia industrial y el control de costes fijos permitieron que el margen EBITDA mejorara 0,5 p.p. con respecto al 1T 2006

Cobert® compensó una ligera caída de las ventas con un aumento de EBITDA del 4,0% con respecto al 1T 2006

En España el volumen de actividad del negocio disminuyó, fundamentalmente debido al cierre de las fábricas de Oviedo y Cervelló en 2006 para enfocarse en productos de mayor valor añadido. Por su parte, en Portugal, Cobert® vendió un 16% más de tejas, aunque este efecto se vio contrarrestado en parte por la disminución de precios en este mercado.

El negocio continuó aplicando las medidas de contención de costes implantadas en 2006, lo que permitió que el margen EBITDA del negocio se situara en el 16,3%.

Adequa® incrementó las ventas de productos de mayor valor añadido, lo que le permitió mejorar su EBITDA un 32,6% con respecto a 1T 2006

El negocio de tuberías, Adequa®, incrementó sus ventas un 10,4% respecto al 1T 2006 gracias a la mayor venta de productos de mayor valor añadido como las tuberías especiales (PVC corrugado y poliéster) y piezas.

Este efecto, unido a la contención en gastos de estructura permitió alcanzar un EBITDA de 4,1 millones de euros, con un margen EBITDA sobre ventas del 8,7%.