

EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS DEL GRUPO URALITA EN EL SEGUNDO SEMESTRE DE 2005

El Grupo Uralita continuó a lo largo de 2005 con la ejecución de su Plan Estratégico 2004-2006, finalizando con éxito su plan de desinversión de negocios no estratégicos: a lo largo del ejercicio se desinvertieron seis Negocios, lo que unido a la desinversión de otros siete en 2003 y 2004, consolidan un portafolio con los cuatro Negocios considerados estratégicos y que serán plataformas de crecimiento a futuro del Grupo.

En cuanto a factores macroeconómicos, es importante destacar la negativa evolución de mercado de la vivienda nueva en el Centro de Europa y el aumento del precio del petróleo y por tanto de la energía y de otras materias primas claves en los procesos productivos de las empresas del Grupo Uralita.

A pesar del contexto macroeconómico y del menor perímetro de negocio por las desinversiones realizadas, el Resultado Neto Atribuido a la Sociedad Dominante en 2005 fue de 35,2 millones de Euros, el segundo mejor resultado del Grupo en los últimos diez años.

Adicionalmente, la Deuda Neta del Grupo Uralita ha disminuido a lo largo del ejercicio 2005 en 151,9 millones de Euros, hasta situarse en 140,1 millones de Euros.

Con los resultados obtenidos y la estructura de apalancamiento financiero de la compañía, el Consejo de Administración estudiará la propuesta de incrementar el "pay-out" con cargo al Beneficio Neto Atribuido de 2005.

1.- RESULTADOS CONSOLIDADOS DEL GRUPO URALITA

Las principales magnitudes de resultados del año 2005 son las siguientes:

	Datos en Millones de Euros			Variación 2005/2004
	2005	2004	2003	
Cifra de Negocios	1.104,6	1.314,1	1.314,6	-15,94%
EBITDA	150,5	189,8	162,1	-20,71%
Resultado Neto	53,6	60,8	-26,4	-11,84%
Resultado Neto Atr. Soc. Dom.	35,2	45,2	-41,9	-22,12%
Flujo de Caja Libre	188,4	185,6	83,8	1,51%
Deuda Financiera Neta	140,1	292,0	451,1	-52,02%

La Cifra de Negocios consolidada ascendió a 1.104,6 millones de Euros, representando las ventas realizadas fuera de España el 49% del total. Esta cifra incluye los cinco primeros meses de año del negocio Químico. Considerando sólo los negocios estratégicos, las Ventas crecieron un 0,6% frente a 2004.

El EBITDA consolidado de 2005 fue de 150,5 millones de Euros. El descenso con respecto a 2004 se debe principalmente al menor resultado proveniente de negocios no estratégicos desinvertidos y al menor EBITDA de Aislantes, provocado por la negativa coyuntura en Alemania y por el aumento del precio de materias primas. El margen EBITDA del Grupo Uralita fue del 13,6% en 2005, frente al 14,4% en 2004.

A lo largo de 2005 se han implantado numerosas medidas encaminadas a reforzar la posición competitiva de los Negocios y del Grupo y a compensar el impacto de los condicionantes externos en la rentabilidad. Merece la pena destacar las siguientes:

- Desinversión de seis negocios no estratégicos.
- Revisión de la estructura industrial y disminución de gastos fijos de estructura en los Negocios de Aislantes y Tejados.
- Implantación de medidas de mejora de productividad industrial en Yesos y de iniciativas comerciales destinadas al aumento de penetración de PLADUR®.
- Profunda reestructuración del Negocio de Tuberías para garantizar una adecuada rentabilidad a futuro en el contexto competitivo esperado.
- Revisión de la política de marcas de Grupo y lanzamiento de nuevas marcas en Tejas (COBERT®) y Yeso en Polvo (ALGÍSS®).
- Simplificación del Centro Corporativo, adaptándolo a la nueva estructura del Grupo Uralita.
- Agrupación de las funciones comunes de los Negocios implantados en la Península Ibérica, con el objeto de optimizar su gestión.
- Finalización de la implantación de un sistema de información integrada en todos los negocios, que incrementará la agilidad y la calidad de la información para el control de gestión y para tareas administrativas y contables.

A pesar de los resultados de Aislantes y la reducción del perímetro del Grupo, el Resultado Neto fue de 53,6 millones de Euros, con un margen sobre ventas del 4,9%, 0,3 p.p. mayor que el de 2004. El Resultado Neto Atribuido a la Sociedad Dominante fue de 35,2 millones de Euros.

Los resultados operativos obtenidos unidos a las desinversiones realizadas han permitido mantener el esfuerzo inversor del Grupo y generar un Flujo de Caja Libre de 188,4 millones de Euros, reduciendo el endeudamiento neto del Grupo hasta los 140,1 millones de Euros desde los 292,0 millones de Euros de finales de 2004.

2.- RESULTADOS POR NEGOCIOS ¹

NEGOCIO DE AISLANTES

	Datos en Millones de Euros			Variación 2005/2004
	2005	2004	2003	
Cifra de Negocios	440,0	435,3	434,4	1,08%
EBITDA	55,4	74,2	72,1	-25,34%
Margen EBITDA	12,59%	17,05%	16,60%	-4,69pp

¹ Las Cifras de Negocio incluidas en los resultados de los Negocios incorporan las Ventas entre las compañías del Grupo

Las ventas del Negocio de Aislantes fueron de 440,0 millones de Euros en 2005, lo que supone un crecimiento del 1,1% respecto a 2004. Un 89,3% del total de las Ventas se realizaron fuera de España siendo Aislantes el negocio más internacional del Grupo, estando presente en la práctica totalidad de mercados europeos.

El EBITDA de Aislantes alcanzó los 55,4 millones de Euros, lo que representa un 25,3% menos respecto al mismo periodo de 2004. El margen EBITDA sobre ventas disminuyó desde el 17,0% de 2004 al 12,6% de 2005.

La disminución de la rentabilidad en 2005 se debe principalmente a dos motivos:

- Una reducción de la actividad de edificación en Centro Europa, principalmente en Alemania, que implicó un menor grado de utilización de la capacidad instalada y conllevó la venta de productos en mercados más alejados geográficamente, con unos márgenes inferiores.
- Aumento del coste de energía y de materias primas relacionadas con el petróleo, con la dificultad de trasladar momentáneamente al mercado la totalidad del aumento de dichos costes.

Para corregir este descenso en la rentabilidad, se han adoptado ya varias medidas entre las que cabe destacar:

- Ajuste de la capacidad a la evolución prevista del mercado en los próximos años. Durante 2005 se cerró la fábrica de Wesel y se concentró capacidad en la de Delitzsch (ambas en Alemania).
- Ampliación de capacidad en los mercados de Europa del Este donde se prevé un mayor crecimiento de la construcción: en febrero de 2005 arrancó la producción de la segunda línea de lana de vidrio en Serpuchov (Rusia).
- Concentración y enfoque comercial en los mercados y productos de mayor rentabilidad para el Negocio.
- Reducción de costes fijos de personal y estructura en todas las áreas funcionales. En este sentido, se ha decidido reducir el número de Unidades Operativas y trasladar las oficinas centrales de Frankfurt a Madrid para aprovechar mejor las sinergias con el resto de Negocios del Grupo Uralita.
- Implantación de un sistema común de información analítica que mejorará la información de gestión para asegurar una mejor toma de decisiones sobre rentabilidad en mercados, productos y canales en los que opera el Negocio.

NEGOCIO DE YESOS

	Datos en Millones de Euros			Variación 2005/2004
	2005	2004	2003	
Cifra de Negocios	199,6	182,3	164,7	9,49%
EBITDA	58,5	52,2	45,5	12,07%
Margen EBITDA	29,31%	28,63%	27,63%	+0,66pp

El Negocio de Yesos ha conseguido una mejora significativa de resultados en 2005, con una facturación cercana a 200 millones de Euros y un margen EBITDA del 29,3%.

En lo que respecta a las Ventas, el crecimiento del 9,6% sobre el año anterior, superior al de la actividad de la edificación en España, viene impulsado principalmente por dos palancas:

- Acciones de desarrollo comercial del mercado de Pladur® (campañas con promotores, prescriptores, distribuidores e instalación indirecta) que permiten aumentar la penetración de la Placa de Yeso frente a soluciones tradicionales.
- Desarrollo y promoción de productos con mayor valor añadido en el negocio de Yeso en Polvo, como son los Yesos Aligerados y el Sistema de Venta en Silo.

La mejora en la rentabilidad +0,7 p.p. de margen EBITDA respecto al año anterior, está fundamentalmente explicada por los programas de mejora en la eficiencia industrial, que ha permitido alcanzar un record histórico de producción, mejorando el apalancamiento operativo del Negocio. Esta mejora operativa, junto a la gestión de los precios de venta, ha permitido compensar la subida de costes de energía y transporte

NEGOCIO DE TEJADOS

Datos en Millones de Euros				
	2005	2004	2003	Variación 2005/2004
Cifra de Negocios	182,6	231,0	260,8	-20,95%
EBITDA	21,8	32,3	33,3	-32,51%
Margen EBITDA	11,94%	13,98%	12,77%	-2,04pp

El Negocio de Tejados ha tenido durante 2005 unas ventas de 182,6 millones de Euros, un 21% inferior a las del mismo periodo del año anterior. Esta disminución de las Ventas se debe principalmente a la reducción del perímetro debido a las desinversiones ejecutadas.

Dentro del negocio de Tejados, los negocios estratégicos de Tejas España y Portugal realizaron en 2005 unas Ventas de 108,2 millones de Euros, un 6,0% inferior al año anterior. El margen EBITDA de los negocios estratégicos se redujo hasta el 14,8%, con dinámicas muy diferenciadas en ambos países: en España, donde continuó la tendencia de años anteriores de crecimiento de la edificación, las Ventas fueron un 2% superiores a las de 2004, mientras que en Portugal, donde la actividad de construcción ha decrecido por cuarto año consecutivo, las Ventas fueron un 20% inferiores.

A lo largo del año 2005 se implantaron una serie de medidas destinadas a adaptar el Negocio a la evolución prevista del mercado de la edificación y a la mejora de la rentabilidad a futuro. En este sentido cabe destacar las siguientes:

- Rediseño de la estructura industrial del Negocio, lo que implica el cierre de las 3 fábricas con los costes más elevados y la decisión de invertir en la modernización de la tecnología de las fábricas existentes.
- Lanzamiento de la nueva marca de Tejas COBERT® como marca única para el mercado español.
- Aprovechamiento de sinergias logísticas entre las actividades de Tejas en España y Portugal.

- Simplificación de la estructura societaria.

NEGOCIO DE TUBERÍAS

	Datos en Millones de Euros			Variación 2005/2004
	2005	2004	2003	
Cifra de Negocios	163,7	212,9	227,6	-23,11%
EBITDA	3,6	2,2	7,5	63,64%
Margen EBITDA	2,20%	1,03%	3,30%	+1,17pp

El Negocio de Tuberías en 2005 ha continuado teniendo un desempeño inferior al esperado. Las Ventas fueron de 163,7 millones de Euros, un 23% menores a las del mismo periodo del año anterior, debido fundamentalmente a la desinversión de Negocios No Estratégicos y al abandono de actividades no rentables.

El EBITDA alcanzó la cifra de 3,6 millones de Euros, lo que supone un margen del 2,2%. A pesar de que dicho margen es superior al del ejercicio anterior, aún está lejos de los objetivos del Grupo Uralita para este Negocio.

Los factores externos que han influido en la rentabilidad del Negocio han sido fundamentalmente:

- Desfavorable evolución de los precios de la Tubería de Poliéster (mercado de Obra Civil).
- Mayores precios de la principal materia prima, la resina de PVC (derivado del petróleo) junto con la dificultad de repercutir al mercado dicha subida.

A lo largo de 2005 se ha realizado una profunda reestructuración en el Negocio de Tuberías y se han implantado una serie de medidas encaminadas a mejorar la rentabilidad, cuyo impacto se espera a lo largo del ejercicio 2006. Entre las mismas caben destacar:

- Desinversión de actividades no estratégicas (Uracan, Lusofane y Aquatecnic) que hacían más compleja la gestión del Negocio.
- Especialización de las fábricas por líneas de productos con objetivo de reducir el coste unitario de fabricación aprovechando las ventajas de escala y la aplicación de mejores prácticas.
- Enfoque del equipo comercial a la nueva estrategia industrial.
- Disminución de los gastos fijos de estructura, redimensionando la plantilla a las necesidades del Negocio.