

**EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS DEL GRUPO URALITA
EN EL TERCER TRIMESTRE DE 2006**

- **Incremento del 11,9% en EBITDA y del 18,1% en Resultado Neto Atribuido a la Sociedad Dominante respecto al mismo periodo del año anterior**
- **Todos los negocios continúan la línea marcada en el primer semestre, mejorando de forma significativa su rentabilidad**
- **El Grupo ha anunciado la inversión en capacidad en los negocios de aislantes, Ursa®, en Alemania y de placa de yeso, Pladur®, en España**

1. RESULTADOS CONSOLIDADOS DEL GRUPO URALITA

<i>Magnitudes totales del Grupo (datos en millones de euros)</i>	Acum. 3T 2006	Acum. 3T 2005	Variación 2006/2005
Cifra de negocios	744,1	868,9	-14,4% (+9,7% a igual perímetro)
EBITDA	132,8	118,7	+11,9% (+36,7% a igual perímetro)
<i>Margen EBITDA sobre Ventas</i>	<i>17,8%</i>	<i>13,7%</i>	<i>+ 4,1 pp</i> (+3,5 pp a igual perímetro)
Resultado Neto	48,4	41,8	+15,8%
<i>Resultado Neto sobre Ventas</i>	<i>6,5%</i>	<i>4,8%</i>	<i>+1,7 p.p.</i>
Resultado Neto Atribuido a la Sociedad Dominante	32,0	27,1	+18,1%
Deuda Financiera Neta	110,8	155,3	-28,6%

La cifra de negocios ascendió a 744,1 millones de euros. Excluyendo las ventas de los negocios no estratégicos desinvertidos en 2005, la cifra de negocios creció un 9,7%.

El Grupo consiguió un EBITDA de 132,8 millones de euros, un 11,9% superior a 2005 incluso a pesar de la menor cifra de negocios. Sin considerar los negocios desinvertidos, el EBITDA comparable creció un 36,7%. El margen EBITDA sobre Ventas mejoró 4,1 puntos porcentuales hasta 17,8%.

El Resultado neto y el Resultado neto de la sociedad dominante ascendieron respectivamente a 48,4 millones de euros (15,8% superior al mismo periodo de 2005) y a 32,0 millones de euros (18,1% superior).

El flujo de caja proveniente de los negocios y de algunas desinversiones de activos redujo la deuda financiera neta hasta 110,8 millones de euros.

2. RESULTADOS POR NEGOCIO

Negocios	Ventas Acumuladas		Variac. 06/05	EBITDA Acumulado		Variac. 06/05
	3T 2006	3T 2005		3T 2006	3T 2005	
Aislantes	357,2	325,0	9,9%	61,4	36,9	66,4%
Yesos	176,7	151,6	16,6%	52,9	45,6	16,0%
Tejados ⁽¹⁾	78,1	80,2	-2,6%	13,2	12,2	8,2%
Tuberías ⁽¹⁾	128,7	118,4	8,7%	9,3	2,5	272,0%
Otros y Ajustes ⁽²⁾	3,4	193,7	n.a.	-4,0	21,5	n.a.
TOTAL	744,1	868,9	-14,4%	132,8	118,7	11,9%

⁽¹⁾ Las cifras de 2005 de Tejados y Tuberías incluyen solo las de los negocios estratégicos y que permanecen en 2006

⁽²⁾ Incluye Ventas y EBITDA de los negocios no estratégicos desinvertidos y ajustes de consolidación

En Aislantes, Ursa® creció un 9,9% sus ventas y mejoró significativamente su rentabilidad (17,2% margen EBITDA) principalmente en Lana de Vidrio.

En lana de vidrio, las ventas crecieron por la fuerte demanda de los mercados del Este y algunos de Centro Europa, lo que permitió elevar la utilización de nuestras fábricas y, al mismo tiempo, consolidar incrementos de precios. La ampliación de capacidad en la fábrica de Delitzsch, Alemania, permitió a Ursa atender los incrementos de demanda.

En XPS la mayoría de mercados crecieron respecto a 2005 aunque el exceso de capacidad del sector impidió subidas de precios, lo que unido al incremento del coste del poliestireno condujo a cierta erosión de márgenes.

Adicionalmente, la rentabilidad se incrementó por las reducciones de costes industriales (cierre de la planta de Wesel), logísticos y de estructura (reducción de diez a seis unidades operativas).

En Yesos, Pladur® y Algíss®, crecieron sus ventas manteniendo los elevados niveles de rentabilidad (alrededor del 30% margen EBITDA).

Fuerte crecimiento de ventas, muy por encima del sector de la construcción. En Placa de Yeso se incrementó la penetración frente a la tabiquería tradicional. En Yeso en Polvo se vendió un mix más rentable y se avanzó en aquellas zonas en las que el negocio tiene menos presencia (Andalucía).

El margen EBITDA se mantiene en los niveles de 2005, gracias al traslado al mercado de parte de los importantes incrementos de costes de energía y de transporte, y a la mejora de eficiencia industrial.

Con el objetivo de atender el crecimiento de este negocio, durante este trimestre se ha aprobado la inversión en una nueva fábrica de Placa de Yeso en Zaragoza.

En Tejas, Cobert® consiguió mejorar su rentabilidad a pesar de la débil demanda en Portugal

Las ventas descendieron ligeramente respecto a 2005 principalmente por la situación recesiva del sector de la construcción en Portugal.

El negocio incrementó su rentabilidad (margen EBITDA del 16,9%) reflejando el efecto de las medidas de mejora implantadas en 2005 y primeros meses de 2006: cierre de fábricas menos eficientes y concentración de la producción en fábricas de mayor tamaño, adecuación de gastos de estructura al nuevo perímetro de negocio.

En Tuberías, consolidación de la mejora de rentabilidad del primer semestre.

Incremento de las ventas en un 8,7% respecto a 2005 gracias la venta de productos de mayor valor añadido donde Uralita es líder: tuberías especiales (PVC corrugado y poliéster) y piezas.

La mejora de rentabilidad respecto a 2005 (margen EBITDA del 7,2%¹ vs 2,1% en 2005) se debe, además de al cambio de mix hacia productos de mayor margen ya comentado, a la mejora operativa en fábricas, al crecimiento de ventas a través de almacenes propios y a la adecuación de los gastos de estructura.

¹ La reducción del margen EBITDA respecto al del primer semestre (que fue del 8%) se explica por la elevada estacionalidad de este negocio, como se comentó en la anterior nota de evolución de los negocios.