

# **RESULTADOS 2007 URALITA**

**Madrid, 20 de febrero de 2008**

# ADVERTENCIA

**Este documento contiene información elaborada internamente y procedente de diferentes fuentes, así como previsiones de futuro relativas a la situación financiera, resultados de las operaciones, negocios y estrategias del Grupo Uralita.**

**Tales manifestaciones se basan en una serie de asunciones que en último término pudieran resultar incorrectas, y están sometidas a factores de riesgo financieros, comerciales, de mercado, regulatorios o de la economía en general, sobre los que únicamente se pueden realizar estimaciones.**

**Los Estados Financieros de la Sociedad cerrados a 31 de diciembre de 2007 recogidos en este documento se encuentran en proceso de revisión por parte del Auditor Oficial de la sociedad, por lo que, a esta fecha, está pendiente de emisión el correspondiente Informe de Auditoría.**

**En consecuencia, los analistas e inversores deben valorar adecuadamente la información suministrada. Uralita no asume obligación alguna en relación con la actualización de las informaciones contenidas y su publicación, bien como resultado de la aparición de nueva información, de nuevos acontecimientos o de cualquier otra causa.**

## PRINCIPALES MENSAJES

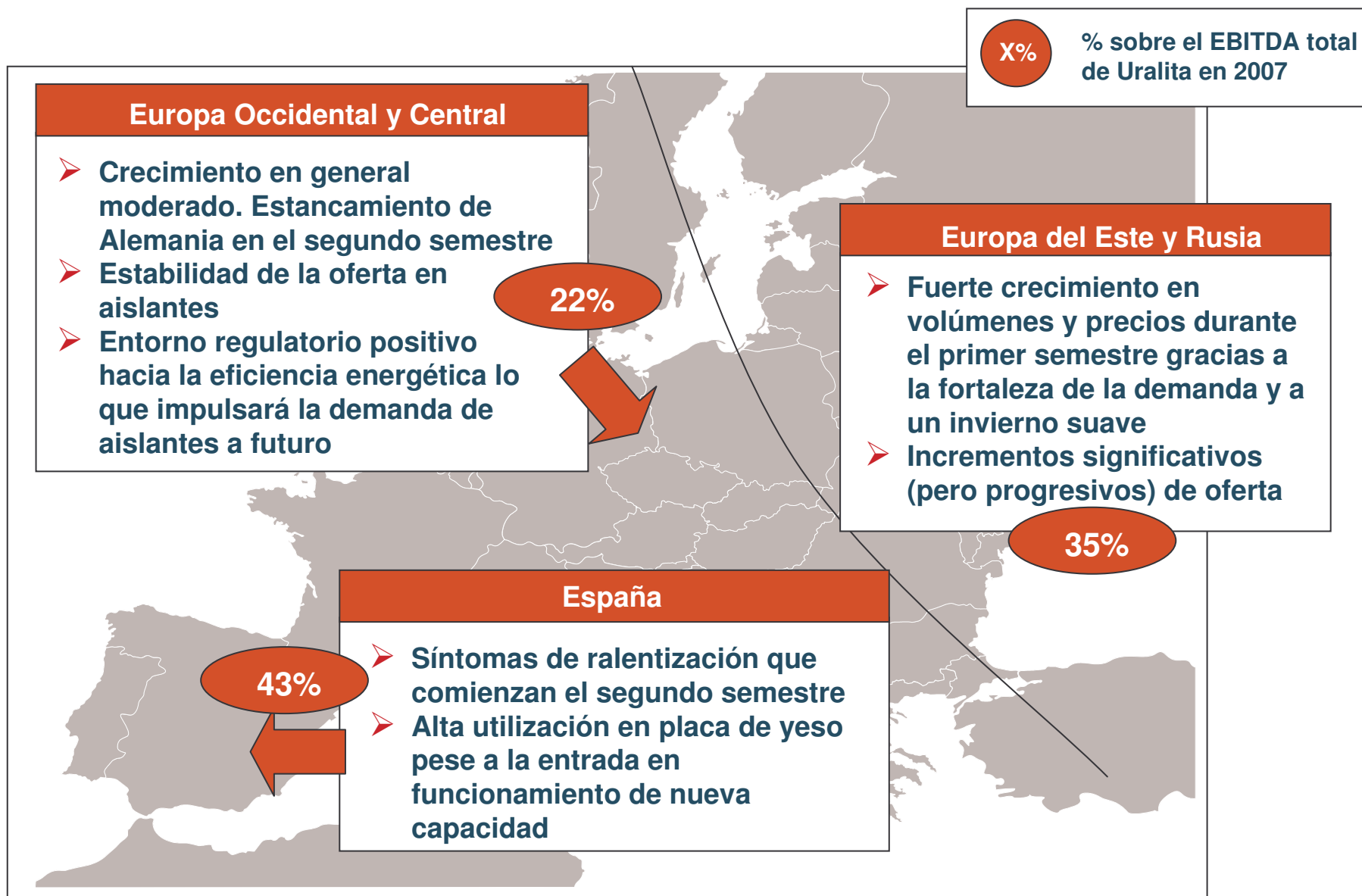
**Uralita consiguió en 2007 un Resultado Neto Atribuido de 85,4 millones de euros, el mejor de su historia y un 81% superior al de 2006**

- En un entorno externo más exigente, Uralita avanzó en la ejecución de su estrategia en 3 ejes: crecimiento (orgánico -6 fábricas en construcción- e inorgánico -1 fábrica-), posicionamiento en productos ganadores e incremento de eficiencia operativa.
- En este contexto, Uralita consiguió un récord en Resultado neto atribuido apoyado en unos sólidos resultados operativos: récord en Ventas (1.095 millones de euros, +9% vs. 2006) y rentabilidad operativa (EBITDA de 224 millones de euros, +26%) en materiales de construcción.
- Apoyado en la fortaleza de sus productos y de los mercados y segmentos en los que está presente, el objetivo de Uralita para 2008 es de, al menos, repetir los elevados resultados de 2007 pese a la menor demanda del mercado residencial español

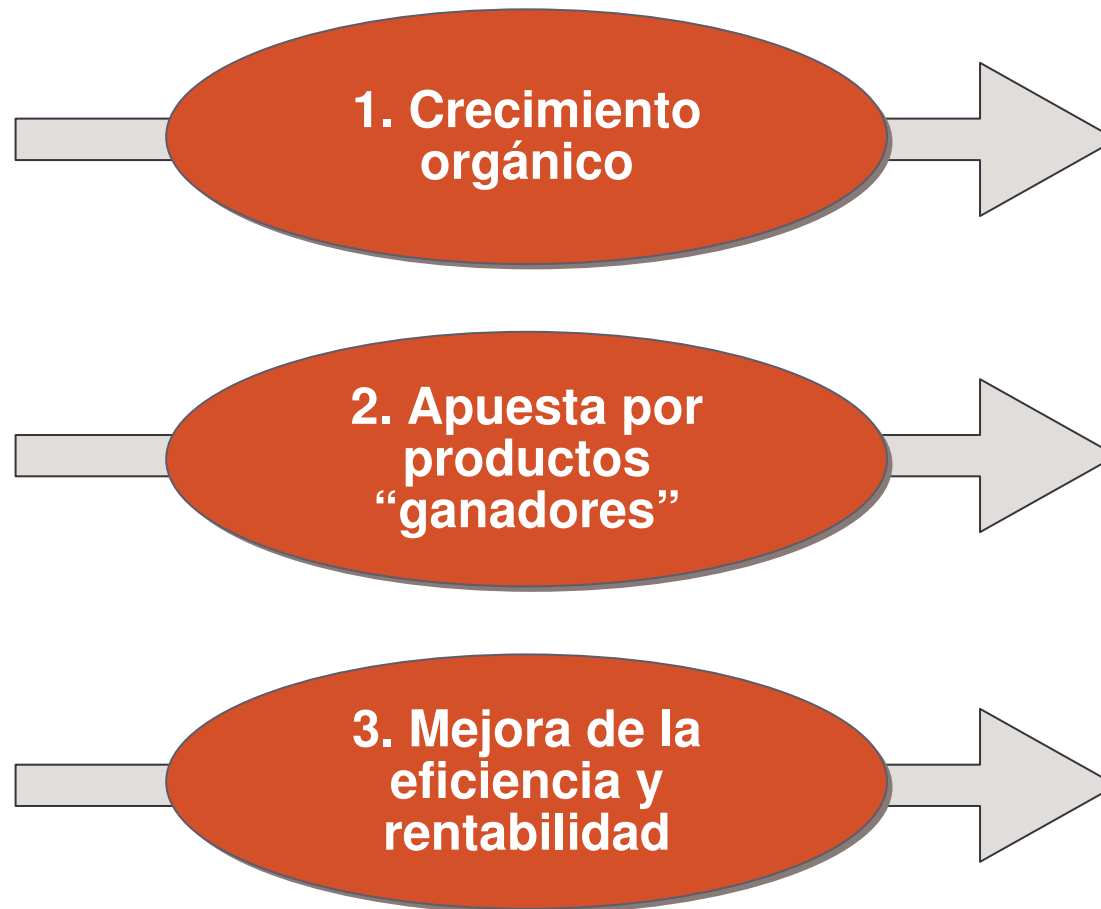
# AGENDA

- **Uralita en 2007**
  - **Contexto y avance en la implantación de la estrategia**
  - **Resultados consolidados**
  - **Resultados por negocio**
- Expectativas para 2008

# ENTORNO EXTERNO MÁS EXIGENTE EN 2007









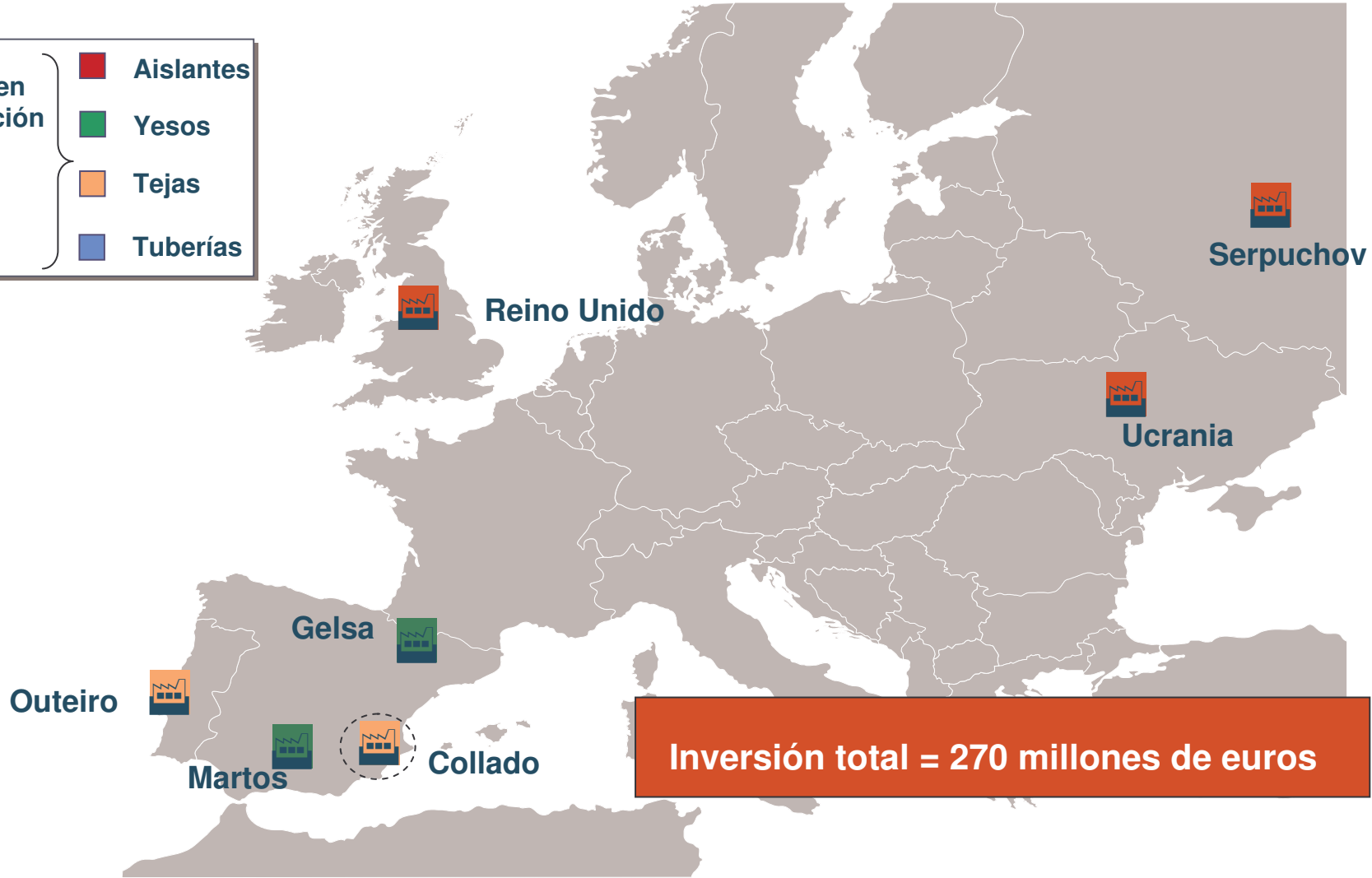
# URALITA AVANZÓ EN 2007 EN LA IMPLANTACIÓN DE 3 EJES ESTRATÉGICOS



# 1. FUERTE CRECIMIENTO EN MERCADOS/PRODUCTOS EN CRECIMIENTO

1. Crecimiento orgánico

	Fábricas en construcción		Aislantes
	Fábrica adquirida		Yesos
			Tejas
			Tuberías



## 2. APUESTA POR PRODUCTOS GANADORES



### Descripción

### Oferta de productos de Uralita

#### Eficiencia energética

Materiales que la regulación impulsa crecientemente por ser energéticamente eficientes

- Aislantes
- Placa de Yeso
- Tejados solares

#### Confort/calidad

Materiales que escoge el usuario final por incrementar el confort o por percibir mayor calidad del producto

- Placa de Yeso
- Aislantes
- Tubos anti-ruido
- Tejas de alta calidad

#### Beneficio para el constructor

Materiales que escoge el decisor por aportarle mayor beneficio: menor tiempo de instalación, mejor coste para mismas propiedades técnicas, etc.

- Placa de Yeso
- Yeso proyectado
- Tuberías plásticas de gran diámetro
- Sistemas de Tejas



## 3. INCREMENTO CONTINUO DE LA EFICIENCIA PARA ASEGURAR LA RENTABILIDAD A FUTURO



### Iniciativas comerciales

- **Mejora de los procesos comerciales:** implantación de CRM, programas de formación a prescriptores, adecuación de acciones comerciales para mejorar el acceso al mercado
- **Apuesta por la calidad e innovación:** nuevo laboratorio de I+D en Valdemoro
- **Desarrollo de productos de mayor valor añadido:** pastas y perfiles para Pladur®, nuevas gamas de Tejas, tubería corrugada de 1.200 mm, etc.

### Iniciativas industriales y de eficiencia en costes

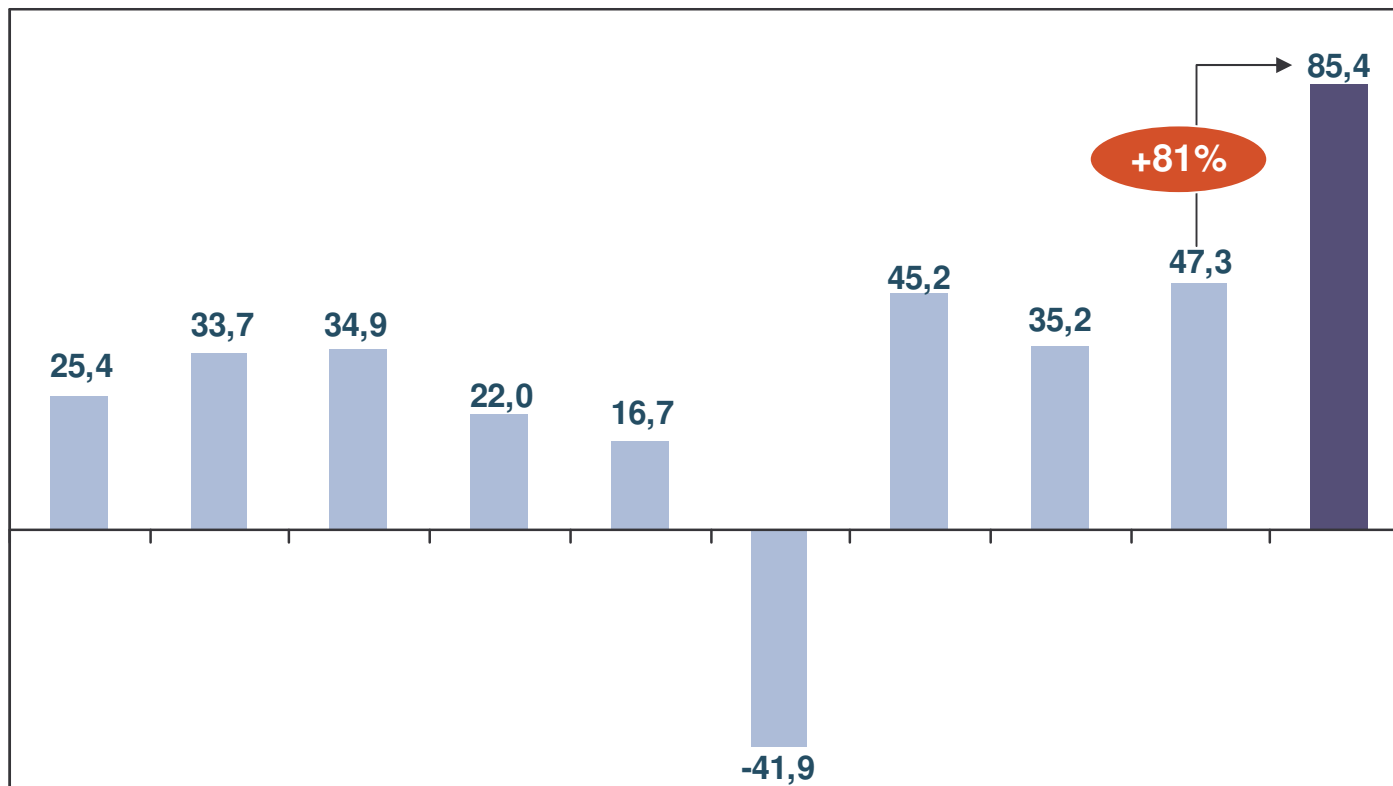
- **Mejora de eficiencia en fábricas:** concentración de capacidad y especialización de fábricas
- **Optimización de costes logísticos:** utilización de sistemas de información para decisiones sobre producción y comercialización
- **Control sobre gastos de estructura a nivel central y en cada negocio**
- **Identificación de sinergias de los negocios en la Península Ibérica**

# AGENDA

- **Uralita en 2007**
  - **Contexto y avance en la implantación de la estrategia**
  - **Resultados consolidados**
  - **Resultados por negocio**
- Expectativas para 2008

# BENEFICIO RÉCORD EN 2007: 85,4 MILLONES DE EUROS

## Resultado Neto Atribuible a la Sociedad Dominante (M EUR)

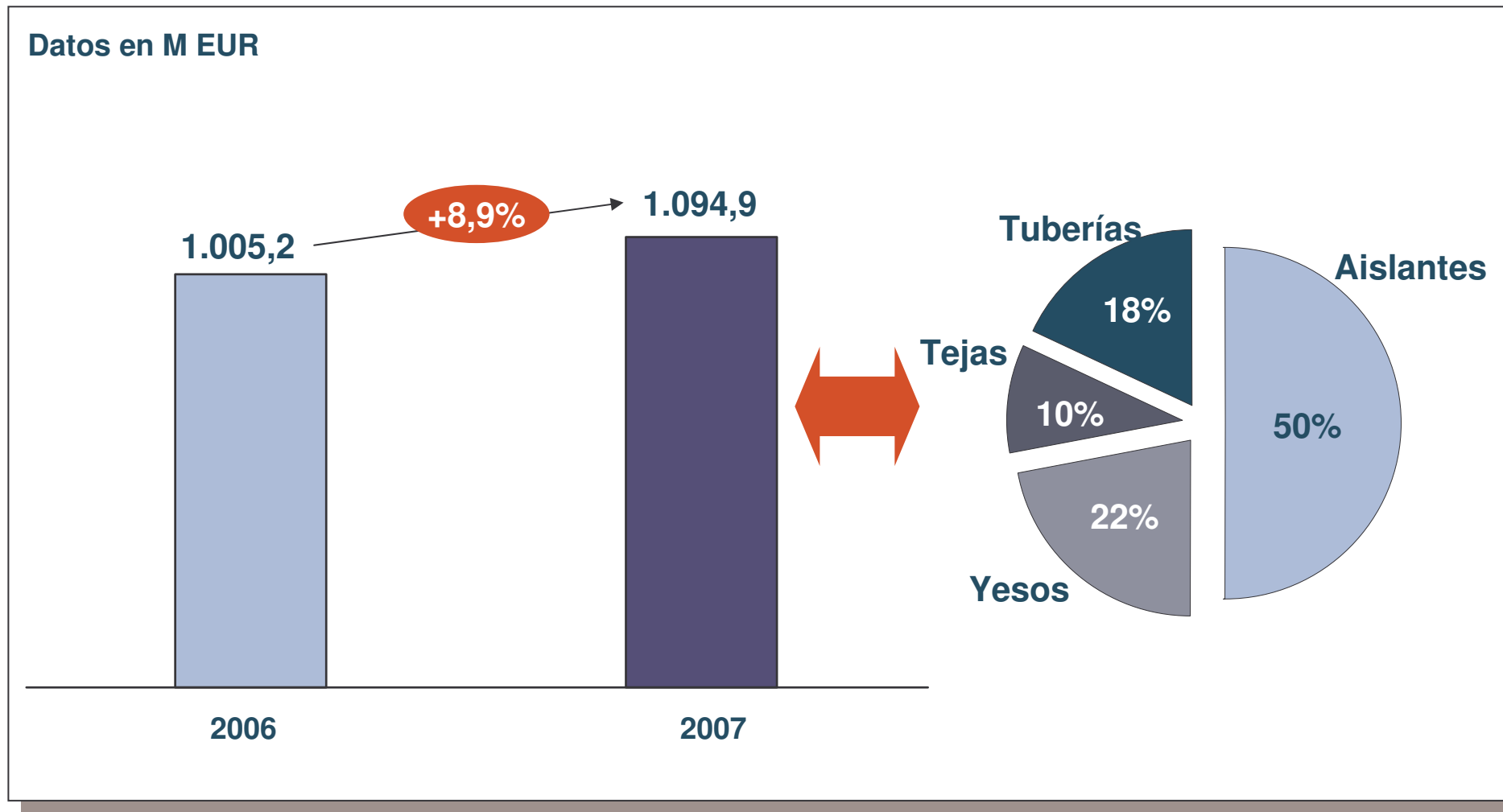


Resultado neto sobre ventas

Año	Margen sobre Ventas (%)
1998	5,0%
1999	5,4%
2000	5,0%
2001	3,1%
2002	2,7%
2003	-2,0%
2004	4,5%
2005	4,9%
2006	7,0%
2007	9,6%

**Nota:** En el cálculo del margen sobre Ventas se utiliza el Resultado Neto (antes de minoritarios) ya que esta cifra es coherente con las ventas totales

## CRECIMIENTO DEL 8,9% EN VENTAS

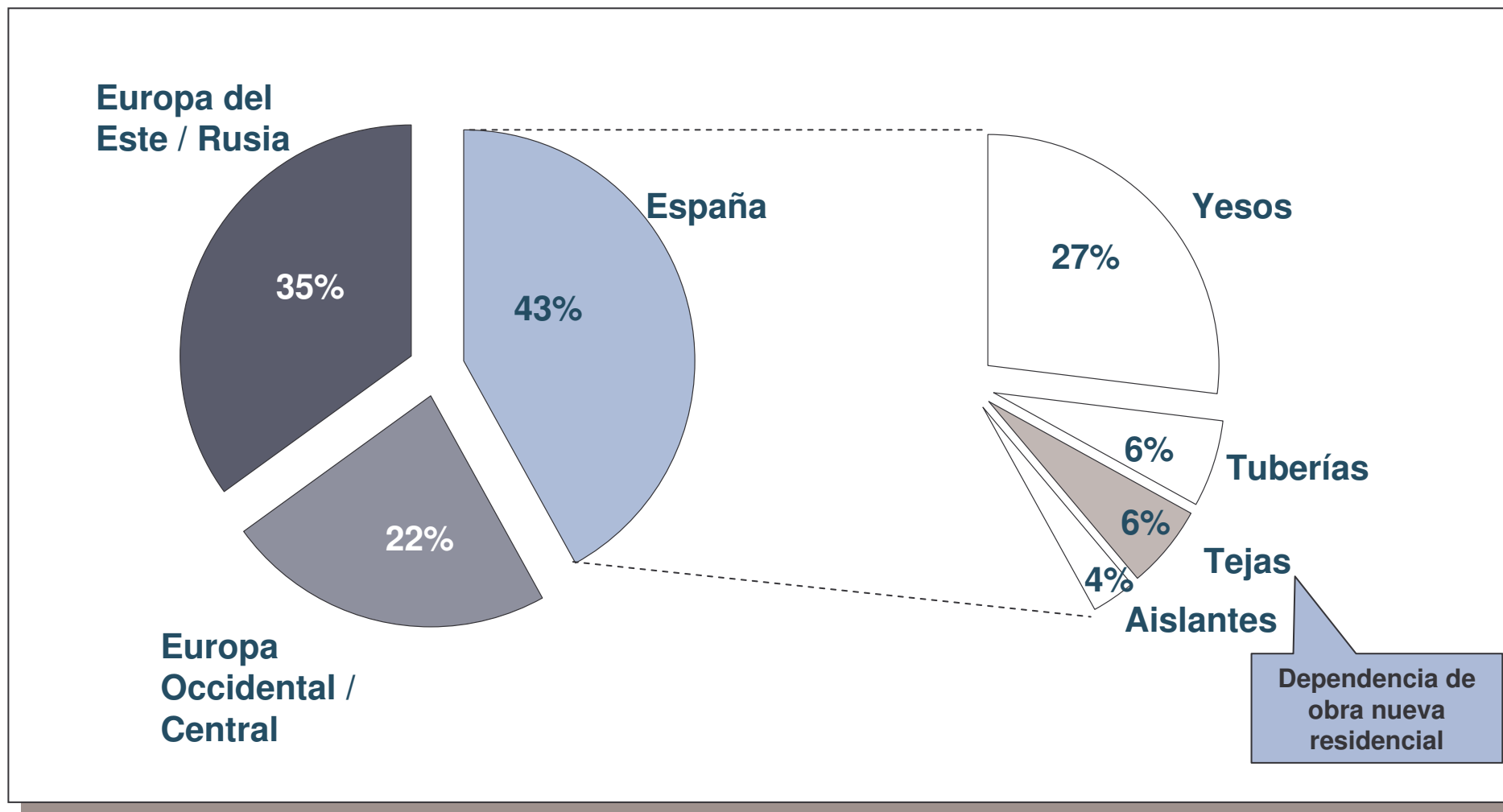


## CRECIMIENTO EN EBITDA DEL 25,7% HASTA 224 MILLONES DE EUROS

Datos en M EUR	EBITDA 2007	EBITDA 2006	VARIACIÓN 07/06
<b>AISLANTES</b>	<b>130,4</b>	87,4	<b>+49,3%</b>
Margen sobre Ventas	24,0%	17,6%	+6,4 p.p.
<b>YESOS</b>	<b>67,4</b>	69,1	<b>-2,4%</b>
Margen sobre Ventas	27,4%	29,5%	-2,1 p.p.
<b>TEJAS</b>	<b>16,7</b>	17,0	<b>-1,5%</b>
Margen sobre Ventas	15,6%	16,5%	-0,9 p.p.
<b>TUBERÍAS</b>	<b>15,9</b>	11,0	<b>+44,4%</b>
Margen sobre Ventas	8,0%	6,5%	+1,5 p.p.
<b>OTROS (1)</b>	-6,4	-6,3	-1,6%
<b>TOTAL GRUPO URALITA</b>	<b>224,0</b>	178,2	<b>+25,7%</b>
Margen sobre Ventas	20,5%	17,7%	+2,8 p.p.

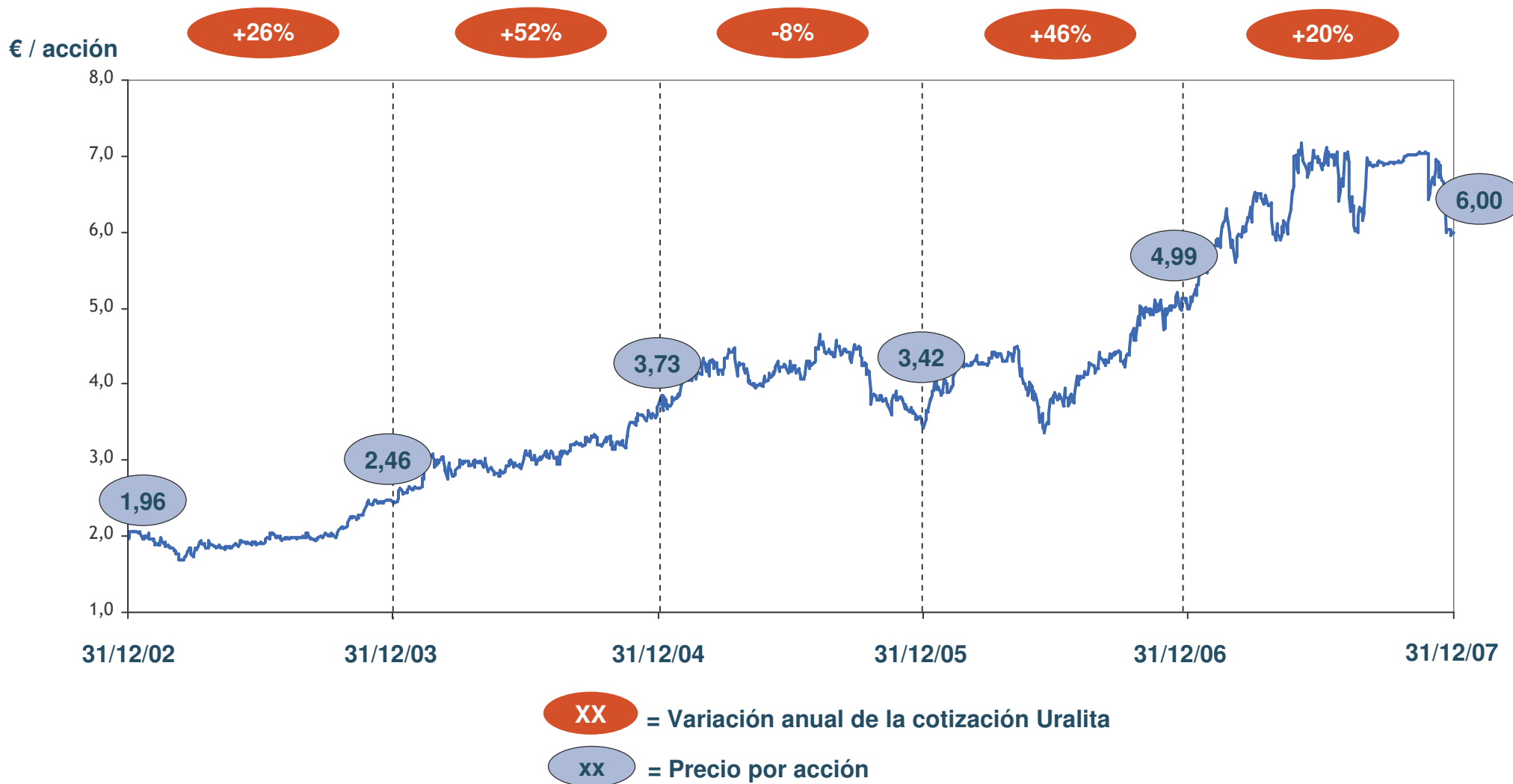
(1) Incluye gastos corporativos no distribuibles (-5,8 y -5,9 millones de euros en 2007 y 2006 respectivamente) y EBITDA de negocios no estratégicos ya desinvertido (-0,6 y -0,4 millones de euros en 2007 y 2006 respectivamente)

## DESGLOSE DEL EBITDA POR ÁREA GEOGRÁFICA Y NEGOCIO



# REVALORIZACIÓN DE LA ACCIÓN DEL 20% EN 2007

Precio medio durante el ejercicio: 6,46 EUR/acción



## MÚLTIPLOS IMPLÍCITOS Y RENTABILIDAD CON LA COTIZACIÓN ACTUAL

	Mayo 2007	Febrero 2008
Cotización (EUR / acción)	7,00	5,40
PER año corriente	26,1	12,6
EV / EBITDA	8,4	5,4
Rentabilidad por dividendo	3,4%	3,2% - 4,0 % (pay-out 40%-50%)



# AGENDA

- **Uralita en 2007**
  - **Contexto y avance en la implantación de la estrategia**
  - **Resultados consolidados**
  - **Resultados por negocio**
- Expectativas para 2008

# EN AISLANTES RÉCORD DE RENTABILIDAD Y PREPARACIÓN DEL CRECIMIENTO FUTURO



2007 (M EUR)	2006 (M EUR)	Variación 07/06
-----------------	-----------------	--------------------

<b><u>VENTAS</u></b>	542,4	495,9	+9,4%
<b><u>EBITDA</u></b>	130,4	87,4	+49,3%
<b>% s/Ventas</b>	24,0%	17,6%	+6,4 p.p.
<b><u>PLANTILLA</u></b>	2.049	2.004	+2,2%

## Principales ejes de actuación

- Ampliaciones de capacidad en las plantas de Lana de Vidrio para capturar crecimiento
- Aprobación y comienzo de construcción de nuevas fábricas de Lana de Vidrio en Ucrania y Reino Unido y de XPS en Rusia
- Análisis de proyectos de inversión en nuevas fábricas/nuevas geografías
- Mejora de los procesos comerciales: programa COMEX de excelencia comercial
- Mejora de la eficiencia en producción y logística
- Inversión en áreas críticas: marca, I+D, sistemas de información

## CRECIMIENTO DE VENTAS Y LIGERA REDUCCIÓN DE RENTABILIDAD EN YESOS



2007 (M EUR)	2006 (M EUR)	Variación 07/06
-----------------	-----------------	--------------------

### Principales ejes de actuación

<b><u>VENTAS</u></b>	246,3	234,4	+5,1%
<b><u>EBITDA</u></b>	67,4	69,1	-2,4%
% s/Ventas	27,4%	29,5%	-2,1 p.p.
<b><u>PLANTILLA</u></b>	539	510	+5,7%

- Avance de la construcción de las fábricas de Pladur® en Zaragoza y de Algiss® en Andalucía
- Desarrollo de una nueva gama de productos (pastas y perfiles) para Pladur®
- Mejora del posicionamiento comercial (p.ej. programa de cualificación en Pladur®, CRM en Algiss®)
- Apuesta por la calidad e innovación: laboratorio de I+D en Valdemoro
- Incremento, durante el 4T 2007, de la importación de placa en preparación de la nueva fábrica de Pladur®

## EN TEJAS, INCREMENTO DE VENTAS Y PREPARACIÓN ANTE EL NUEVO CONTEXTO DE MERCADO



2007 (M EUR)	2006 (M EUR)	Variación 07/06
-----------------	-----------------	--------------------

<u>VENTAS</u>	107,2	102,9	+4,1%
<u>EBITDA</u>	16,7	17,0	-1,5%
% s/Ventas	15,6%	16,5%	-0,9 p.p.
<u>PLANTILLA</u>	729	640	+13,9%

### Principales ejes de actuación

- Posicionamiento en el segmento de tejas de alta calidad:
  - Adquisición del negocio de Tejas Cerámicas de Imerys en España y Portugal
  - Inicio de la adaptación tecnológica de la planta de Teja Cerámica en Outeiro
  - Desarrollo de nuevas gamas de tejas
- Implantación de un “call center” para fortalecer el Área de Servicio al Cliente
- Optimización de los costes de estructura del negocio

## INCREMENTO SIGNIFICATIVO DE VENTAS Y RENTABILIDAD EN TUBERÍAS

2007 (M EUR)	2006 (M EUR)	Variación 07/06
-----------------	-----------------	--------------------

### Principales ejes de actuación

<u>VENTAS</u>	198,8	168,6	+17,9%
<u>EBITDA</u>	15,9	11,0	+44,4%
% s/Ventas	8,0%	6,5%	+1,5 p.p.
<u>PLANTILLA</u>	611	571	+7,0%

- Ampliación de capacidad en productos de mayor valor añadido (p.ej. potenciación del negocio de piezas)
- Especialización e incremento de utilización de fábricas (p.ej. traslado de tuberías de PVC Corrugado a Alcázar de San Juan)
- Reducción de costes comerciales y de estructura

# AGENDA

- Uralita en 2007

- **Expectativas para 2008**

- **Evolución del negocio**
- **Crecimiento inorgánico**

## PERSPECTIVAS EXTERNAS PARA 2008

### Ante un contexto externo más complejo para 2008...

#### Evolución de la demanda

- España: Caída de obra nueva parcialmente compensada por obra civil y reforma
- Europa Centra y Occidental: Crecimiento moderado
- Europa del Este y Rusia: Altas tasas de crecimiento, aunque más moderadas que 2007



#### Situación de la oferta

- Mayor presión competitiva por incremento de capacidad de aislantes en Europa y de Placa en España
- Reducido potencial de crecimiento de Uralita en volumen por alto grado de utilización actual de las fábricas (las principales fábricas nuevas comienzan a operar en 2009)



#### Coste de energía y materias primas

- Mantenimiento de los altos precios de energía y materias primas
- Menor capacidad de actuación comercial



### ... Uralita posee activos que le permiten ser positivo ante 2008

- Fuerte peso internacional con posiciones de liderazgo en áreas de mayor crecimiento
- Especialización en productos “ganadores” en un contexto de menor demanda
- Fortaleza comercial en España

# OBJETIVOS DE URALITA PARA 2008

## Evolución esperada por negocio

<b>Aislantes</b>	=	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Demanda en E. Este/ Rusia</li> <li>+ Impulso regulatorio</li> <li>- Restricción capacidad hasta 2009</li> <li>- Mayor tensión competitiva</li> </ul>
<b>Yesos</b>	=	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Penetración Pladur (limitada por la restricción de capacidad hasta 2009)</li> <li>- Mayor oferta placa en España</li> <li>- Menor demanda yeso polvo</li> </ul>
<b>Tejas</b>	=/-	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Integración resultados Collado</li> <li>- Menor demanda tejas</li> </ul>
<b>Tuberías</b>	+	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Incremento obra civil</li> <li>+ Productos ganadores frente a alternativas</li> </ul>

## Resultados esperados

En este contexto, y a la espera de la entrada en operación de las principales fábricas nuevas en 2009, Uralita espera repetir, al menos, los elevados resultados de 2007:

- Crecimiento, aunque más moderado, en ventas (5%)
- Sostenimiento o ligero incremento en EBITDA y Resultado atribuido




# AGENDA

- Uralita en 2007

- **Expectativas para 2008**
  - **Evolución del negocio**
  - **Crecimiento inorgánico**

# EN UN ENTORNO MÁS “LÓGICO” ESTAMOS ANALIZANDO OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO INORGÁNICO

Deuda actual =  
136,6 (0,6x EBITDA)



+1.000 millones de euros de capacidad de endeudamiento

**1. Oportunidades de diversificación geográfica en materiales de construcción**

- Negocios que refuercen significativamente nuestros negocios estratégicos: tamaño, complementariedad geográfica, refuerzo tecnológico

**2. Oportunidades de diversificación sectorial**

- Oportunidades a contemplar:
- Tamaño relevante
  - Compañías españolas con posibilidad de internacionalizar
  - Potencial de mejora



Muchas gracias por su atención