

EVOLUCION DE LOS NEGOCIOS

El primer trimestre de 2008 se ha cerrado con un aumento en la cifra de negocio consolidada del 7% respecto al mismo período del año anterior, como se detalla a continuación:

VENTAS CONSOLIDADAS	<u>31/03/2008</u> EUR 153,1 m	<u>31/03/2007</u> EUR 143,6 m	<u>Variación en %</u> + 7%
----------------------------	---	---	--------------------------------------

Este avance demuestra la continua mejora de la posición de mercado del Grupo, gracias a su presencia internacional y a pesar de la mayor incertidumbre a nivel económico internacional.

Por otro lado, la continua revalorización del Euro ha disminuido la aportación a las cifras consolidadas de las filiales del continente americano, en particular de las de América Latina que, juntamente con las de Europa del Este, están siendo las más dinámicas.

Si analizamos por separado Mecalux y el subgrupo Esmena, el incremento en las ventas ha sido el siguiente:

VENTAS CONSOLIDADAS MECALUX SIN ESMENA	<u>31/03/2008</u> EUR 111,6 m	<u>31/03/2007</u> EUR 104,1 m	<u>Variación en %</u> + 7%
VENTAS CONSOLIDADAS GRUPO ESMENA	EUR 41,5 m	EUR 39,5 m	+ 5%

Destacamos un incremento muy relevante en el beneficio de explotación antes de amortizaciones (EBITDA) del +18% sobre el mismo período de 2007, gracias a la creciente mejora en la eficiencia de las operaciones. El Grupo consigue así incrementar su rentabilidad:

EBITDA	<u>31/03/2008</u> EUR 24,8 m	<u>31/03/2007</u> EUR 21,1 m	<u>Variación en %</u> + 18%
---------------	--	--	---------------------------------------

Ventas por área geográfica

EUROPA

En los mercados domésticos del Sur de Europa (España, Francia, Italia y Portugal) la facturación se ha mantenido constante, pese a la incertidumbre sobre la evolución económica.

Sin embargo, el Grupo mantiene un moderado optimismo sobre la evolución de las ventas en esta área geográfica considerado que la entrada de nuevos pedidos durante los tres primeros meses del año ha mostrado un avance del 8% respecto al primer trimestre de 2007.

Muy positiva sigue siendo la evolución de los mercados de Europa central y del este, donde los ingresos del Grupo se han duplicado, sobretudo por el crecimiento de las ventas de la filial polaca, que ha multiplicado por cuatro su facturación.

El volumen del negocio generado en esta zona ha representado el 9% de las ventas totales del grupo, respecto al 5% del mismo periodo del año anterior.

AREA NAFTA

El incremento de las ventas en los mercados norteamericanos, a nivel consolidado, ha sido del 7%, aunque cabe destacar el efecto que la revalorización del euro sigue teniendo en dicho aumento.

Este incremento de las ventas en los mercados norteamericanos viene explicado principalmente por el incremento del 84% de las ventas en moneda local de Mecalux en México.

Como es notorio, la situación en el mercado de Estados Unidos es más complicada y la facturación de la filial del Grupo ha experimentado un pequeño retroceso en este primer trimestre.

El área NAFTA mantiene su peso dentro de la facturación consolidada del Grupo, representando el 16% de la cifra de negocio.

AREA MERCOSUR

Durante el primer trimestre de 2008 el incremento de las ventas en Sudamérica ha sido del 5% a nivel consolidado.

En Argentina, donde el Grupo Mecalux mantiene su posición de liderazgo, las ventas han crecido un 24% en moneda local.

En Chile las ventas han crecido un 36% en moneda local.

En el mercado de Brasil, las ventas han incrementado en un 6% en moneda local, durante el período de referencia.

Resumiendo lo anterior, el reparto geográfico de las ventas del Grupo Mecalux a 31/03/2008 ha sido el siguiente:

Grupo Mecalux	<u>CIFRA DE NEGOCIO CONSOLIDADA</u>		<u>PEDIDOS</u>
	<u>% ventas sobre total de ventas consolidadas en Euros</u>	<u>% incremento respecto al mismo período de 2007</u>	<u>% incremento respecto al mismo período de 2007</u>
Europa del Sur*	66%	+ 0%	+ 8%
Otros mercados europeo	9%	+ 106%	+14%
NAFTA	16%	+ 7%	- 3%
MERCOSUR	9%	+ 5%	+ 187%
TOTAL INCREMENTO CONSOLIDADO EN EUROS		+7%	+ 18%

* Incluye exportaciones desde España a países donde el grupo no tiene presencia comercial directa, por lo que opera a través de distribuidores.

Beneficio Neto

El Beneficio Neto del Grupo ha sido de EUR 11,5 m (EUR 11,4 m en el mismo período de 2007), con un incremento del 1%.

BENEFICIO NETO	<u>31/03/2008</u> EUR 11,5 m	<u>31/03/2007</u> EUR 11,4 m	<u>Variación en %</u> + 1%
---------------------------	--	--	--------------------------------------

Si consideramos los beneficios del Grupo antes de impuestos, la situación es la siguiente:

BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS	<u>31/03/2008</u> EUR 15,4 m	<u>31/03/2007</u> EUR 13,7 m	<u>Variación en %</u> + 12%
---	--	--	---------------------------------------