



Al cierre del tercer trimestre y por la recuperación de los mercados internacionales

URALITA LOGRA UN BENEFICIO NETO ACUMULADO DE 5,1 MILLONES DE EUROS HASTA SEPTIEMBRE Y UNA PROGRESIVA MEJORA EN SU CIFRA DE VENTAS

- **Las ventas de estos tres meses han ascendido a 178,9 millones de euros, sólo un 2,6% inferiores a las del mismo periodo de 2009.**
- **La estrategia de diversificación de productos y geográfica, con presencia en más de 20 mercados, mantiene los resultados en positivo a pesar del contexto económico y la contracción de la actividad en España.**
- **Transcurridos nueve meses del ejercicio 2010, los niveles de ventas y resultados comienzan a reflejar el potencial de mejora a medio y largo plazo de los negocios de Uralita.**

Madrid, 11 de noviembre de 2010

Uralita ha logrado unas ventas de 178,9 millones de euros en el tercer trimestre de 2010, sólo un 2,6% inferiores a las del mismo periodo de 2009. En conjunto, las ventas totales de estos nueve meses han sumado 507,2 millones de euros. Una cifra sólo un 6,5% inferior a la del mismo periodo de 2009, lo que refleja que la Compañía comienza a superar la caída de sus ventas.

El posicionamiento geográfico de Uralita en regiones de alto potencial ha compensado la evolución negativa del sector de la construcción en España. Sus ventas en los mercados internacionales ganan peso y suponen ya casi dos tercios de las ventas totales.

El EBITDA acumulado en estos nueve meses ha alcanzado los 66,2 millones de euros, con una reducción del 13,9% frente a 2009. Una caída que casi en su totalidad (cerca del 90%) es atribuible a la negativa evolución del negocio de tuberías, mientras que el resto se debe a los altos precios de algunas materias primas, especialmente de poliestireno, que afectó a la rentabilidad de una parte del negocio de aislantes.

Uralita ha logrado un beneficio neto atribuible de 5,1 millones de euros hasta septiembre, un 37% inferior al del ejercicio anterior, debido a un menor EBITDA y a un mejor resultado en los negocios con socios minoritarios

Mejoría de las ventas en los mercados internacionales

Las ventas de Uralita en los mercados internacionales han crecido un 3% en el tercer trimestre de 2010 respecto al mismo periodo del año anterior. Se ha registrado un notable crecimiento en los mercados de Europa del Este y Rusia, en los que las ventas a finales de septiembre han alcanzado ya la cifra de todo 2009.

En cuanto a España, también en este trimestre, se ha percibido una moderación en el descenso de las ventas, al disminuir un 11% frente a la bajada del 17% del primer semestre de 2010.

Sensible mejoría de las ventas en Soluciones Interiores y Tejas

Por líneas de actividad, en el negocio de Soluciones Interiores (Yesos y Aislantes), donde Uralita es uno de los líderes europeos, destaca la sensible mejoría de las ventas al alcanzarse los 404 millones de euros hasta septiembre, cifra similar a la de 2009. Este negocio ha continuado siendo el más importante para el Grupo ya que sus ventas han supuesto, en los primeros nueve meses de 2010, un 80% de las totales y ha contribuido un 93% del EBITDA total del Grupo. Asimismo, el negocio de Soluciones Interiores (Yesos y Aislantes) es el que contribuye en mayor medida a la diversificación geográfica del Grupo al realizar el 75% de sus ventas fuera de España.

Por su parte, el negocio de Tejas ha recuperado parte de sus ventas hasta septiembre, cayendo sólo un 9%, frente al -18% del primer semestre de 2010.

Por el contrario, el negocio de tuberías ha seguido la tendencia negativa del primer semestre de 2010 con un descenso de las ventas acumulado hasta septiembre del 32%, una reducción derivada del retroceso de la obra civil en España.

Sólida estructura de balance

El plan de mejora iniciado por la Multinacional española ha continuado teniendo un positivo efecto en su flujo de caja. En este trimestre, Uralita ha conseguido reducir su deuda en 3 millones de euros lo que sitúa la deuda financiera neta en 241 millones de euros y el ratio Deuda/EBITDA en 2,6 veces.

Uralita es una multinacional española de materiales de construcción orientados a la sostenibilidad. Con más de 100 años de historia, es una de las compañías líderes de Europa en el negocio de aislantes e, igualmente, lidera el mercado de la Península Ibérica en productos como yesos, tuberías y tejas. Cuenta con 33 fábricas en 10 países y presencia en más de 20 mercados. Su plantilla asciende a 3.100 empleados.