



Presentación Azkoyen S.A.

Julio 2003



Nuestra historia

- ✍ **Año 1945. Nace Talleres Azkoyen**
 - ✍ **Año 1950. Cristaliza el fruto de una visión**
 - ✍ **Año 1960. Génesis de la venta automática**
 - ✍ **Año 1970. La formación de un Grupo**
 - ✍ **Año 1980. Incorporación de la tecnología electrónica y cotización en Bolsa**
 - ✍ **Año 1990. Expansión en los mercados exteriores**
 - ✍ **Año 2000 y Siglo XXI: El mercado global, los valores locales**
-



Nuestra historia: 1945-1970

1945. Talleres Azkoyen inicia la fabricación de máquinas relacionadas con la agricultura.



1950. Fruto de una visión nacen la primera máquinas de venta automática: gasolina para encendedores y gasolina.



1960. Se amplia la oferta de máquinas para venta automática: cerillas, cigarrillos, chocolatinas, caramelos, etc.



1970. Azkoyen se convierte en Sociedad Anónima. Ya se vende café, té y snacks en máquinas vending de Azkoyen. Primeras máquinas electrónicas





Nuestra historia: los 80

1984. Se presenta la gama "T" de máquinas de tabaco. Y se no se fabricaban máquinas mecánicas.



1988. Las acciones de Azkoyen cotizan en la Bolsa de Madrid.



1985. Se patenta el selector electrónico de capaz de leer y chequear una moneda en milésimas de segundo.



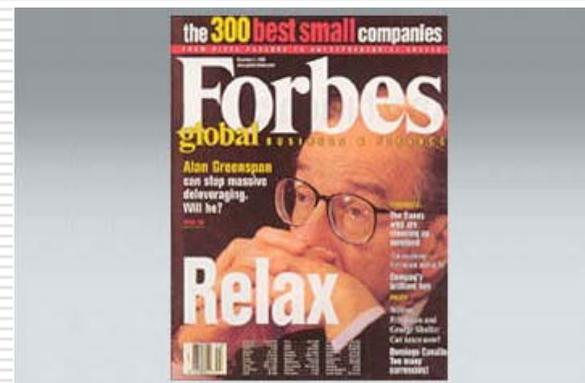


Nuestra historia: los 90

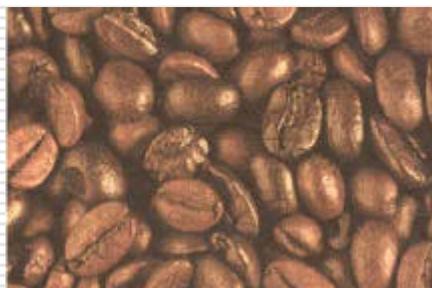
1991. Nace la serie PALMA con un concepto modular para los profesionales del vending.



1998. La revista Forbes destaca al Grupo Azkoyen como una de las 300 mejores pymes del mundo.



1997. El Grupo Azkoyen inicia la producción industrial de café en el sector de hostelería. En este año vende más de un millón de kilos de café.





Nuestra historia: año 2000

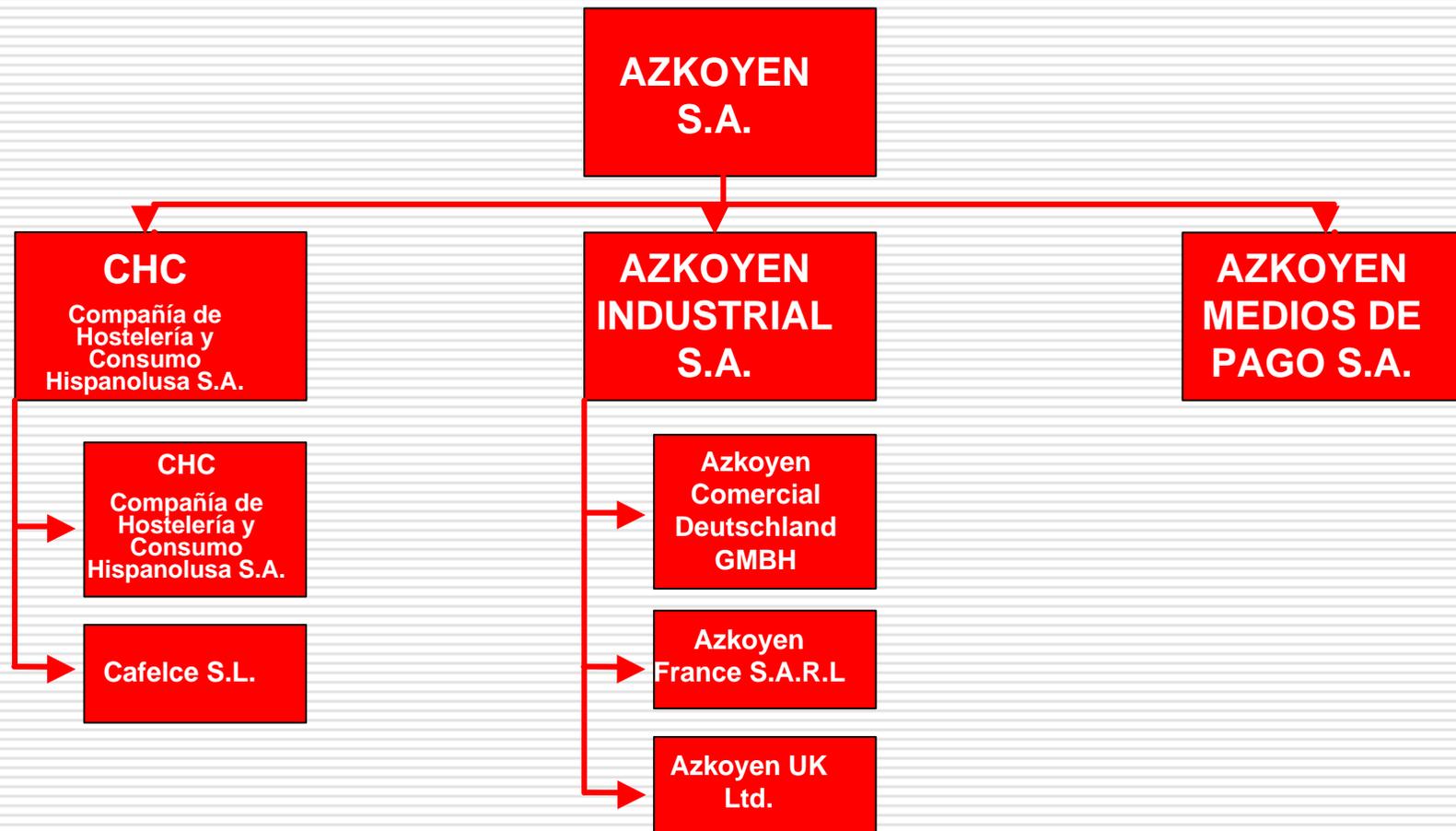
El primer protagonista de esta década es la **nueva moneda europea**. El Grupo Azkoyen vuelve a demostrar frente al reto del euro su **capacidad tecnológica** de respuesta, su vocación por la **innovación**:



dos de los valores que, junto con la **agilidad de respuesta** al mercado y la **solvencia**, han constituido la plataforma sobre la que Azkoyen ha construido su éxito empresarial desde 1945.

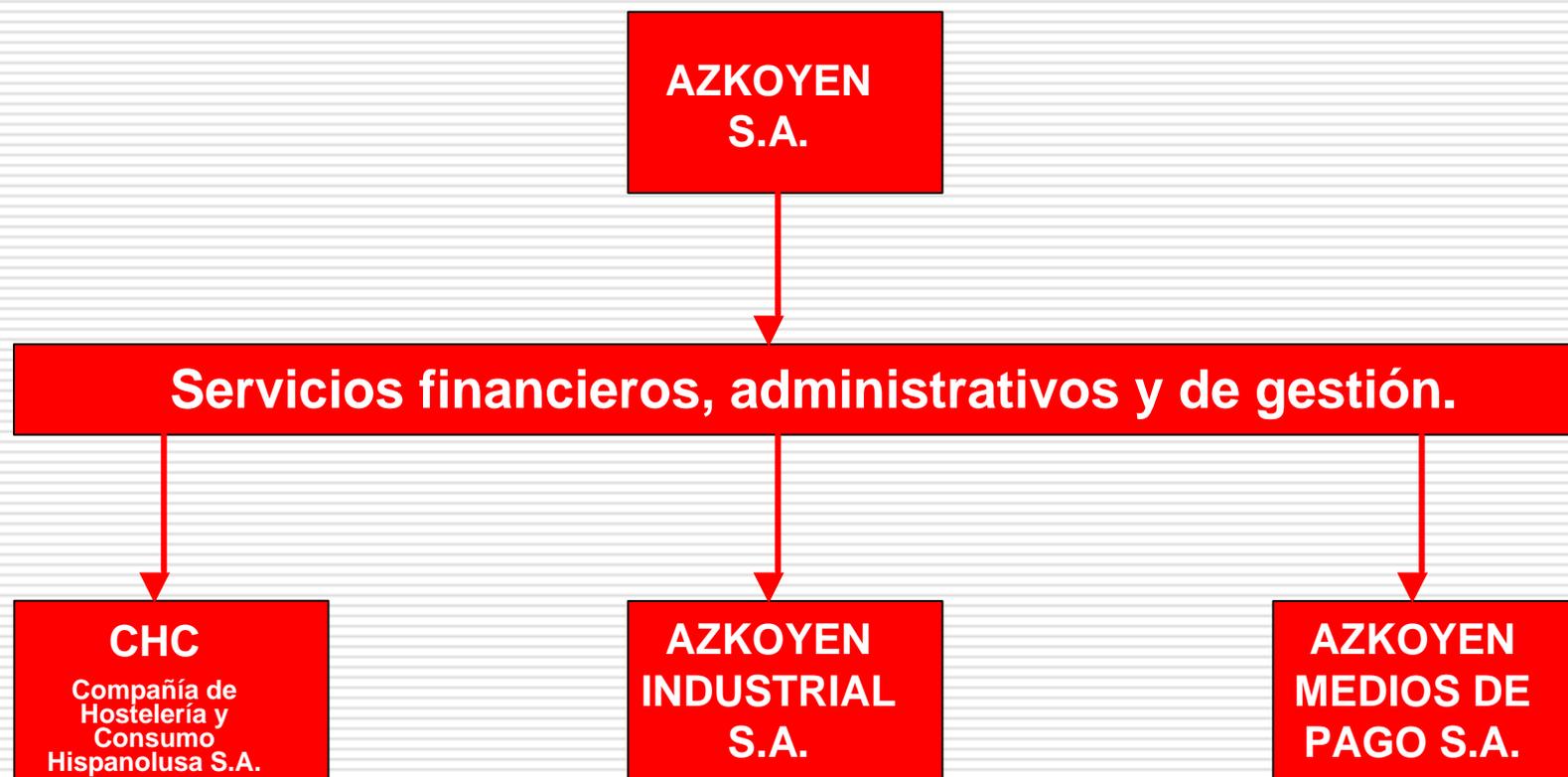


Grupo Azkoyen 2003





Grupo Azkoyen 2003



Azkoyen Industrial S.A.

Líneas de Negocio



1. Máquinas de tabaco



2. Máquinas vending



3. Máquinas hostelería

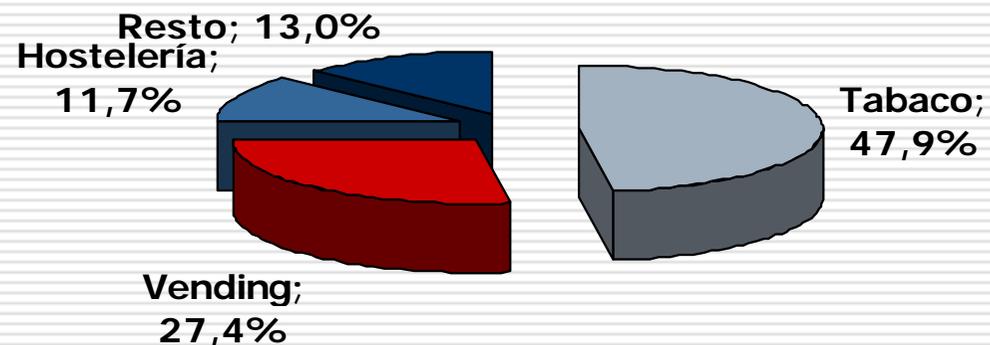


Azkoyen Industrial S.A.

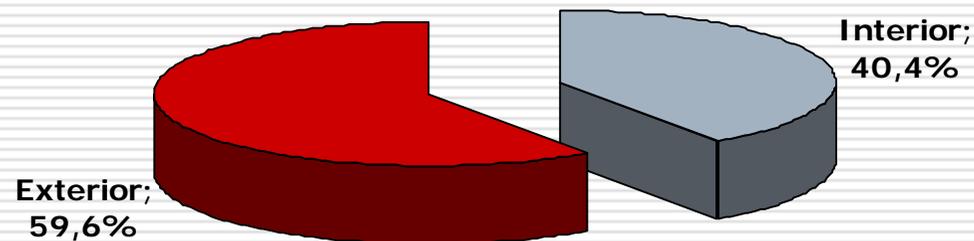
Ventas 2002



Mix Líneas de negocio



Mix Líneas Interior/Exterior



Azkoyen Medios de Pago S.A.

Líneas de Negocio



1. Mecanismos Moneda Recreativos



Básculas



Monederos

Temporizadores



2. Mecanismos Moneda Vending



Selectores

Acumuladores



Clasificadores



Devolvedores

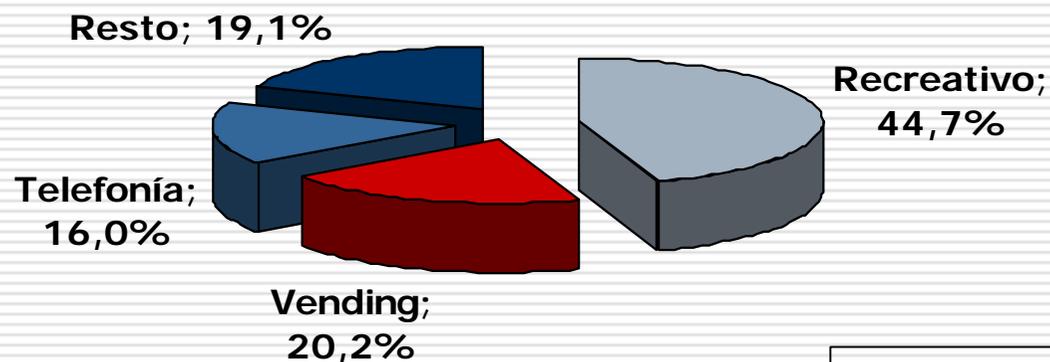
3. Mecanismos Moneda Telefonía

Azkoyen Medios de Pago S.A.

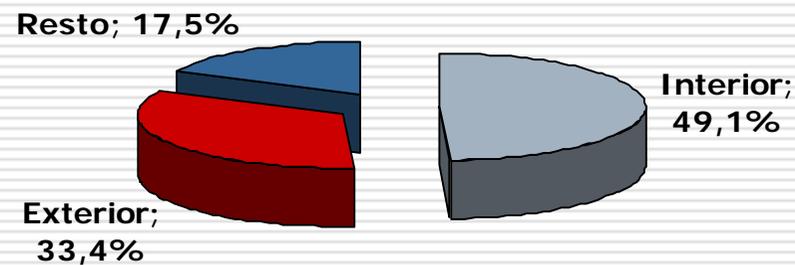
Ventas 2002



Mix Líneas de negocio



Mix Líneas Interior/Exterior



CHC Compañía de Hostelería y Consumo Hispanolusa S.A.

Líneas de Negocio



1. Café y consumibles



+ Monodosis

2. Maquinaria Hostelería



3. Instalaciones completas



4. Productos de Limpieza



5. Alimentación



CHC Compañía de Hostelería y Consumo Hispanolusa S.A.

Equipo Comercial



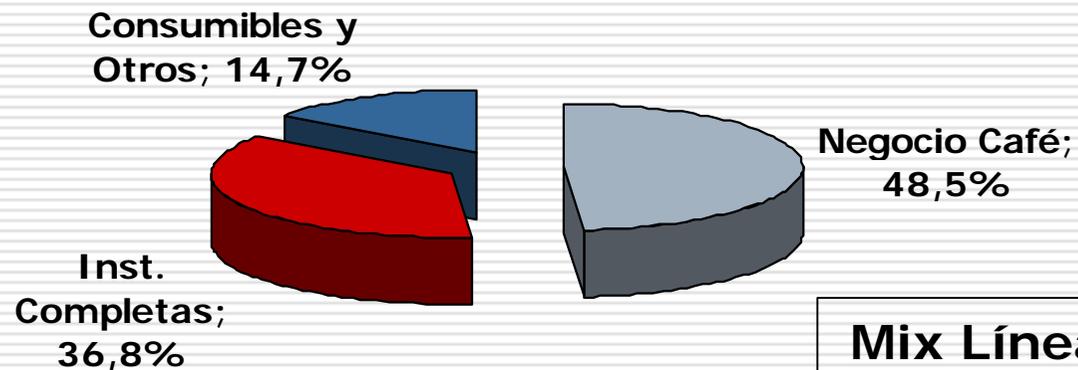
150 comerciales, 100 técnicos de posventa, 45 repartidores, 25 expertos en diseño e instalaciones

CHC Compañía de Hostelería y Consumo Hispanolusa S.A.

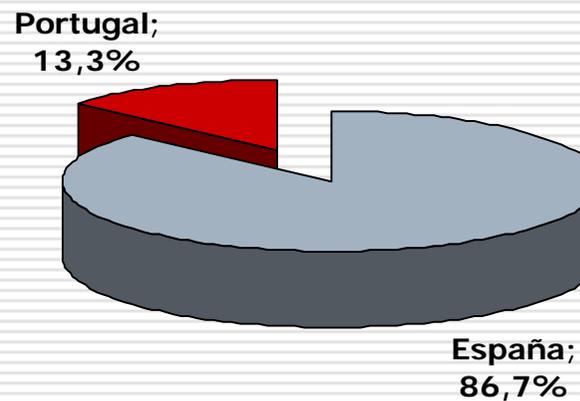
Ventas 2002



Mix Líneas de negocio

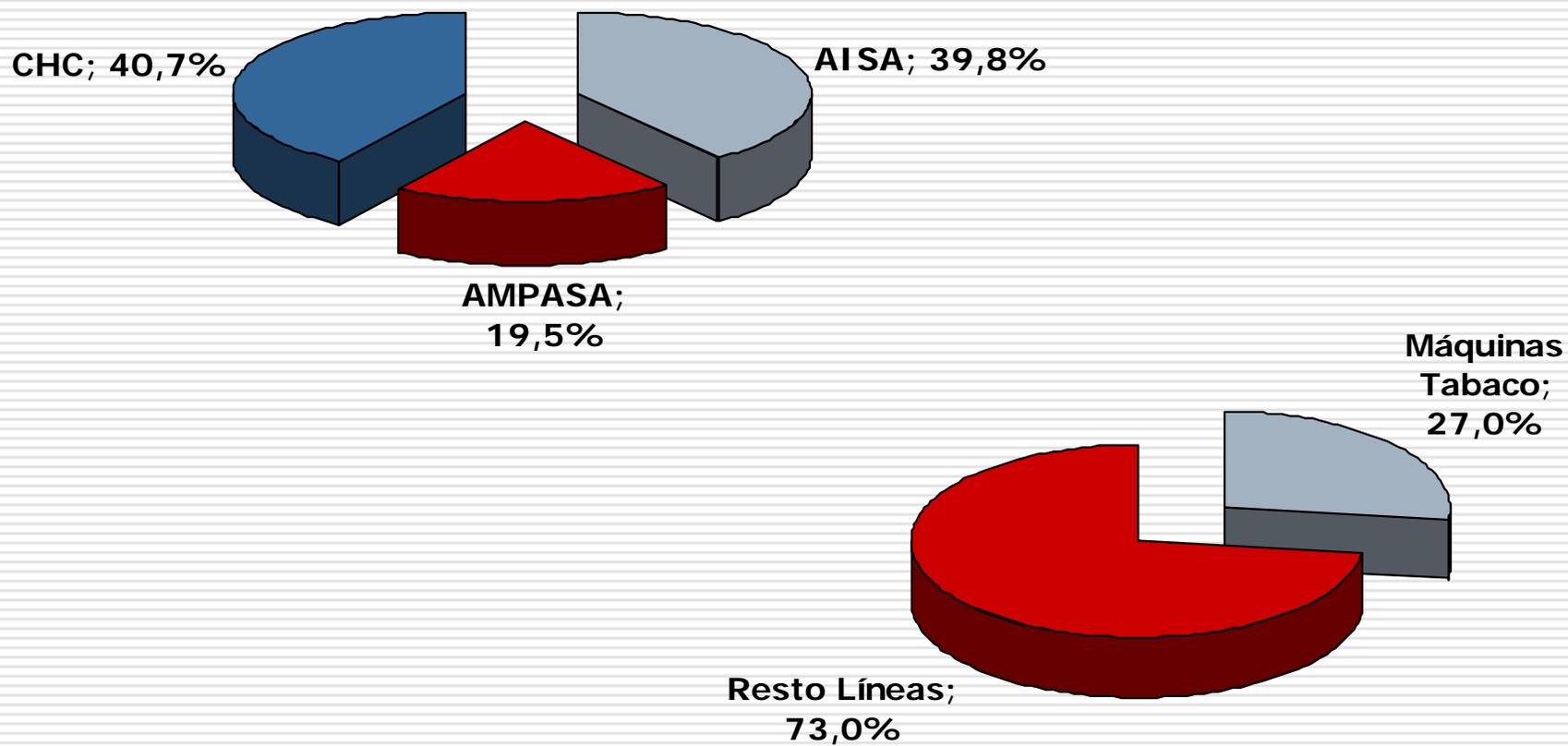


Mix Líneas Interior/Exterior



Grupo Azkoyen

Ventas 2002

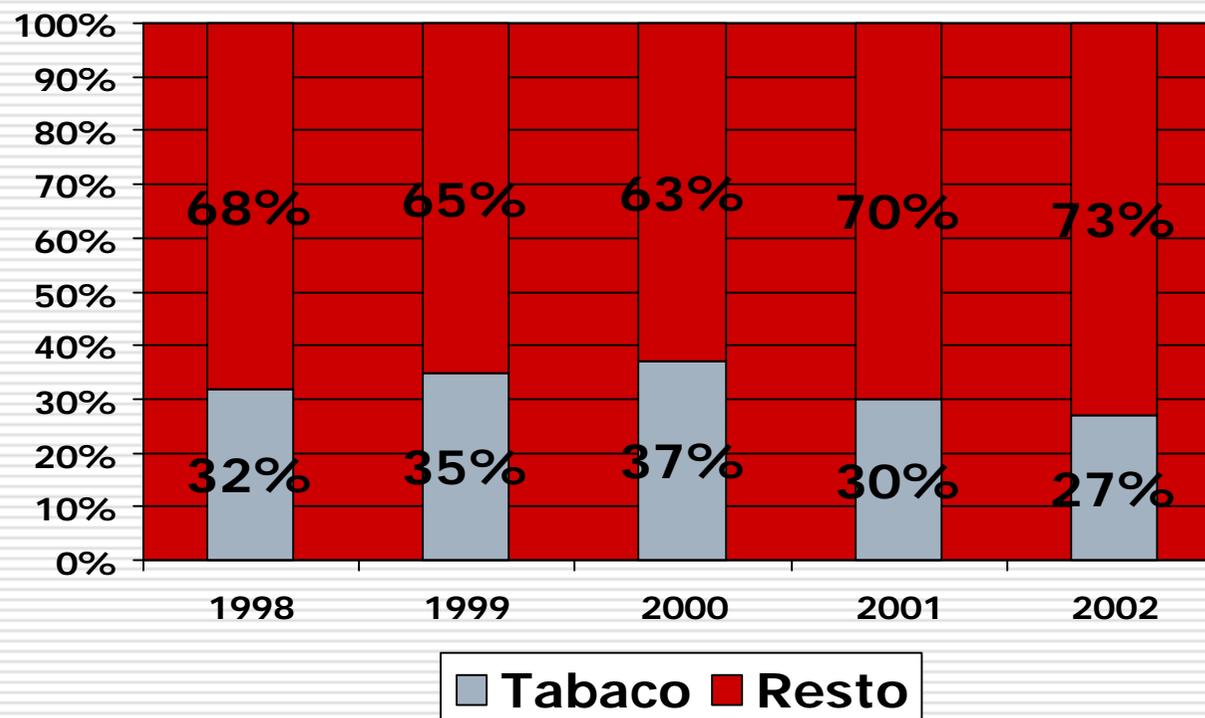


Grupo Azkoyen

Ventas Máquinas Tabaco vs.. Total

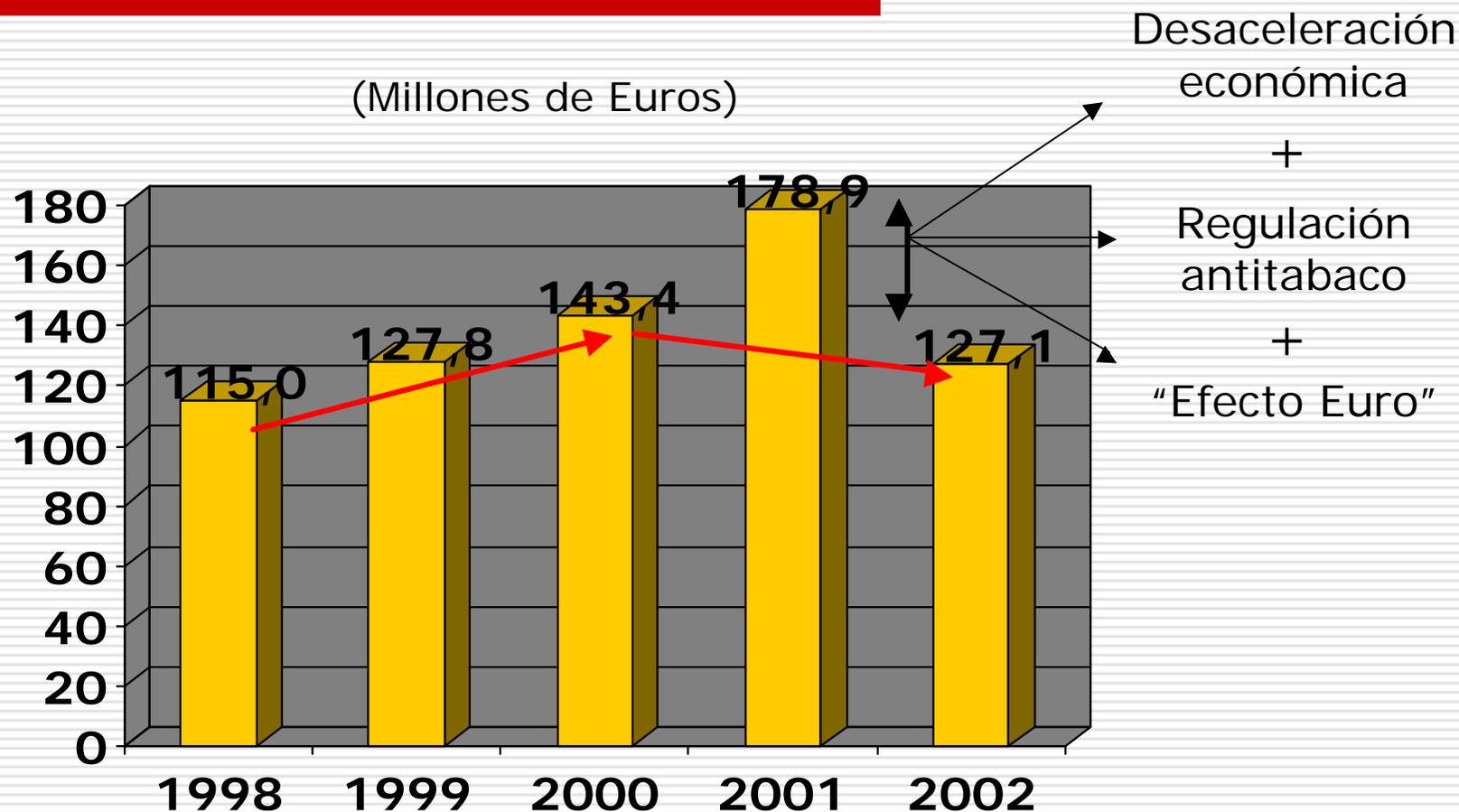


Peso Máquinas Tabaco v.s. Total



Grupo Azkoyen

Ventas 1998 - 2002



Grupo Azkoyen

Cuenta Resultados 1998 - 2002



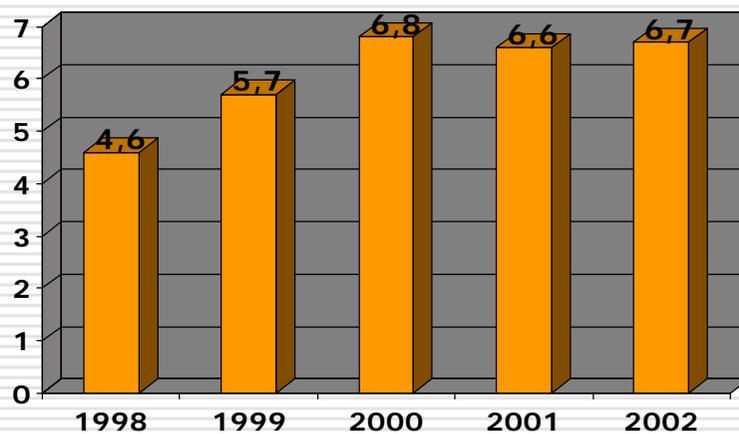
| GRUPO AZKOYEN | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|----------------|----------------|--------|----------------|--------|----------------|--------|----------------|---------|
| | 1998 | 1999 | %99/98 | 2000 | %00/99 | 2001 | %01/00 | 2002 | %02/01 |
| VENTAS NETAS | 114.974 | 127.757 | 11,12 | 143.437 | 12,27 | 178.861 | 24,70 | 127.149 | -28,91 |
| Mercado Interior | 78.895 | 84.466 | 7,06 | 91.101 | | 118.297 | | 77.957 | -34,10 |
| Mercado Exterior | 36.079 | 43.291 | 19,99 | 52.336 | | 60.564 | | 49.192 | -18,78 |
| COSTE VARIABLE INDUSTRIAL | 56.213 | 62.006 | 10,31 | 72.440 | 16,83 | 90.548 | 25,00 | 60.077 | -33,65 |
| (% sobre ventas) | 48,9 | 48,5 | | 50,5 | | 50,6 | | 47,2 | |
| COSTE VARIABLE COMERCIAL | 7.404 | 8.570 | | 9.610 | | 10.307 | | 9.485 | -7,98 |
| (% sobre ventas) | | | | | | 5,8 | | 7,5 | |
| TOTAL COSTE VARIABLE | 63.617 | 70.576 | 10,94 | 82.050 | 16,26 | 100.855 | 22,92 | 69.562 | -31,03 |
| (% sobre ventas) | 55,3 | 55,2 | | 57,2 | | 56,4 | | 54,7 | |
| APORTACIÓN | 51.357 | 57.181 | 11,34 | 61.387 | 7,36 | 78.006 | 27,07 | 57.587 | -26,18 |
| (% sobre ventas) | 44,7 | 44,8 | | 42,8 | | 43,6 | | 45,3 | |
| GASTOS FIJOS | 38.171 | 44.403 | 16,33 | 49.194 | 10,79 | 51.813 | 5,32 | 56.912 | 9,84 |
| EBITDA | 19.467 | 19.990 | 2,69 | 19.634 | -1,78 | 35.767 | 82,17 | 10.149 | -71,62 |
| (% sobre ventas) | 16,9 | 15,6 | | 13,7 | | 20,0 | | 8,0 | |
| RESULTADO DE EXPLOTACIÓN | 13.186 | 12.778 | -3,09 | 12.193 | -4,58 | 26.193 | 114,82 | 675 | -97,42 |
| (% sobre ventas) | 11,5 | 10,0 | | 8,5 | | 14,6 | | 0,5 | |
| BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS | 11.612 | 12.033 | 3,63 | 11.484 | -4,56 | 19.419 | 69,10 | -1.074 | -105,53 |
| (% sobre ventas) | 10,1 | 9,4 | | 8,0 | | 10,9 | | -0,8 | |
| BENEFICIO DESPUÉS DE IMPUESTOS | 8.541 | 10.356 | 21,25 | 9.441 | -8,84 | 16.835 | 78,32 | 486 | -97,11 |

Grupo Azkoyen

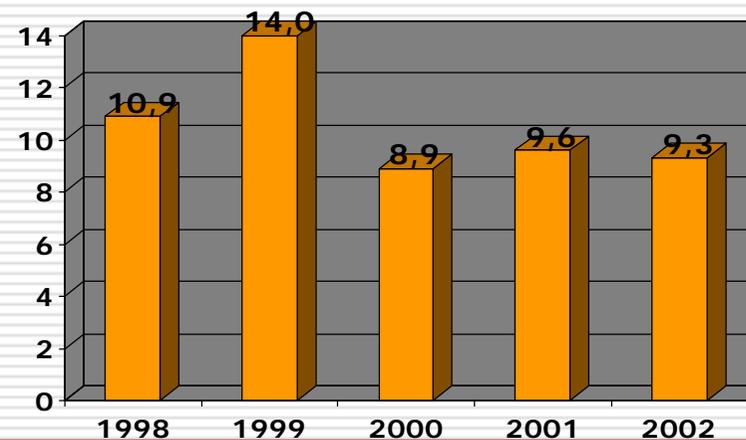
Inversiones I+D



Gastos I+D
(Millones de Euros)



Inversiones
(Millones de Euros)



Junta de Accionistas

Resumen Acuerdos



1. Aprobación de las cuentas anuales y de la gestión del Consejo
 2. Reforma estatutaria
 - Adecuación de nuestros estatutos para el cumplimiento de las previsiones legales establecidas por la Ley 44/2002 de Medidas de Reforma del Sistema Financiero.
 - Recoger en nuestros estatutos los aspectos más relevantes de la Reforma de Gobierno de las Sociedades Cotizadas propuestas por el informe Winter, así como las que propone el informe de Comisión Especial para el Fomento de la Transparencia y la Seguridad en los Mercados y Sociedades Cotizadas
 - Reflejar en nuestros estatutos los aspectos técnicos derivados de la praxis registral y de las posiciones mantenidas por la CNMV.
 3. No reparto de dividendos con cargo al ejercicio 2001
-



Balance 2002

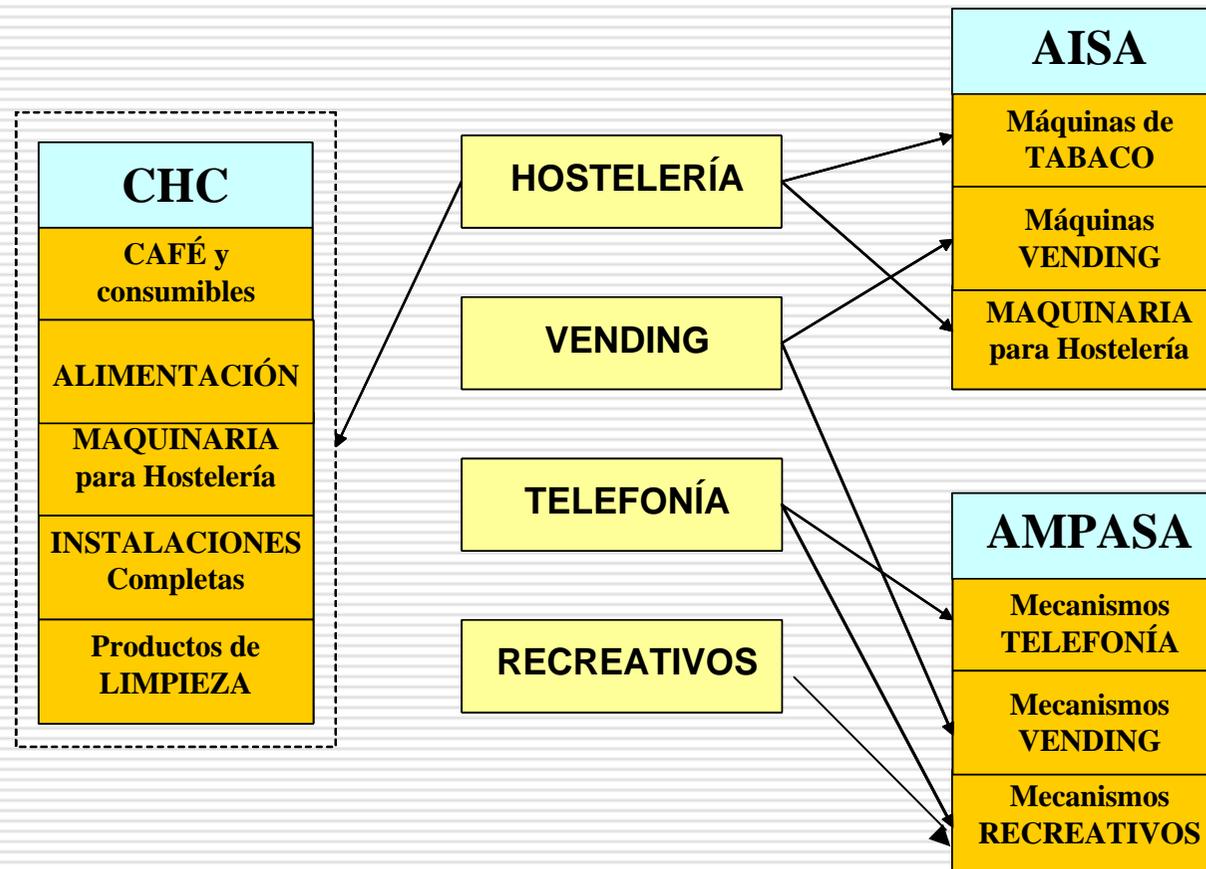
(Miles de Euros)

| | 2002 | 2001 |
|-------------------------|----------------|----------------|
| ACTIVO | | |
| Inmovilizado | 53.335 | 45.771 |
| Fondo Comercio | 1.064 | |
| Gastos a distribuir | 791 | 411 |
| Activo Circulante | 50.427 | 79.042 |
| TOTAL ACTIVO | 105.617 | 125.224 |
| | | |
| | 2002 | 2001 |
| PASIVO | | |
| Fondos Propios | 62.537 | 65.940 |
| Ingresos a distribuir | 846 | 932 |
| Provisiones | 5.040 | 4.573 |
| Acreeedores largo plazo | 8.643 | 5.361 |
| Acreeedores corto plazo | 28.551 | 48.418 |
| TOTAL PASIVO | 105.617 | 125.224 |

Reservas: 41.612



Grandes Mercados Azkoyen



Tendencias Favorables Hostelería

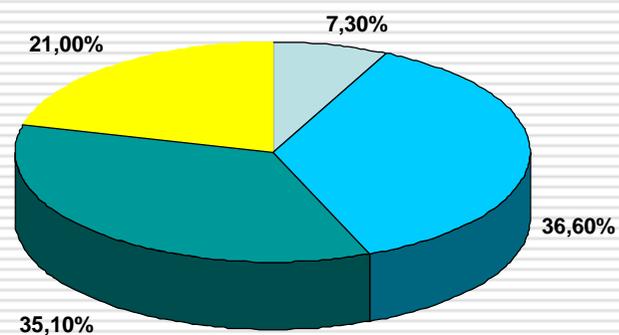


1. **Crecimiento estructural de las rentas**
 2. **Cambio social**
 2. **Movilidad geográfica**
 3. **Aprovechamiento de las nuevas tecnologías**
-



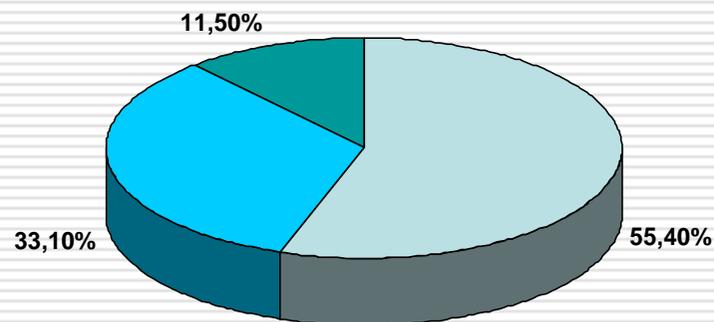
Mercado Vending

Parque de máquinas vending España 2001



■ alimentos sólidos ■ tabaco ■ bebidas calientes ■ bebidas frías

Parque de máquinas vending bebidas y alimentos sólidos España 2001



■ bebidas calientes ■ bebidas frías ■ alimentos sólidos



Tendencias Futuro Vending

1. Continuidad en la expansión y crecimiento estructural del mercado.
 2. Bebidas, alimentos y otros productos serán los segmentos con mayor crecimiento.
 3. Crecerá el parque de máquinas y los productos ofertados.
 4. Se incrementarán los emplazamientos no "tradicionales".
 5. Las máquinas de sobremesa y compactas crecerán más que las de suelo.
 6. Los sistemas de pago cashless (tarjeta inteligente y móvil) crecerán más que los sistemas con dinero.
 7. Las nuevas tecnologías mejorarán los sistemas de gestión.
-



Perspectiva económica

| CRECIMIENTO PORCENTUAL DEL PRODUCTO INTERIOR BRUTO PAÍSES OCDE | | | | | |
|--|------|------|------|--------------|------|
| | 2000 | 2001 | 2002 | Proyecciones | |
| | | | | 2003 | 2004 |
| Alemania | 2,9 | 0,6 | 0,2 | 0,3 | 1,7 |
| Australia | 3,0 | 2,8 | 3,5 | 3,2 | 3,8 |
| Austria | 3,5 | 0,7 | 1,0 | 1,1 | 2,0 |
| Bélgica | 3,7 | 0,8 | 0,7 | 1,3 | 2,3 |
| Canadá | 4,5 | 1,5 | 3,4 | 2,7 | 3,4 |
| Chequia | 3,3 | 3,1 | 2,0 | 3,0 | 3,5 |
| Corea | 9,3 | 3,1 | 6,3 | 5,2 | 6,0 |
| Dinamarca | 2,8 | 1,4 | 1,6 | 1,6 | 2,6 |
| Eslovaquia | 2,2 | 3,3 | 4,4 | 3,6 | 4,3 |
| España | 4,2 | 2,7 | 2,0 | 2,1 | 3,1 |
| Estados Unidos | 3,8 | 0,3 | 2,4 | 2,5 | 4,0 |
| Finlandia | 5,5 | 0,6 | 1,6 | 2,2 | 3,4 |
| Francia | 4,2 | 1,8 | 1,2 | 1,2 | 2,6 |
| Gran Bretaña | 3,1 | 2,1 | 1,8 | 2,1 | 2,6 |
| Grecia | 4,2 | 4,1 | 4,0 | 3,6 | 3,9 |
| Holanda | 3,3 | 1,3 | 0,3 | 0,7 | 1,9 |
| Hungría | 5,2 | 3,8 | 3,3 | 3,1 | 3,7 |

Fuente: OCDE



Objetivo esencial de negocio

Objetivos

“Aportar a sus clientes valor añadido mediante soluciones innovadoras, actualización y mejoras tecnológicas de las prestaciones de sus productos, y una gestión ágil y eficiente”

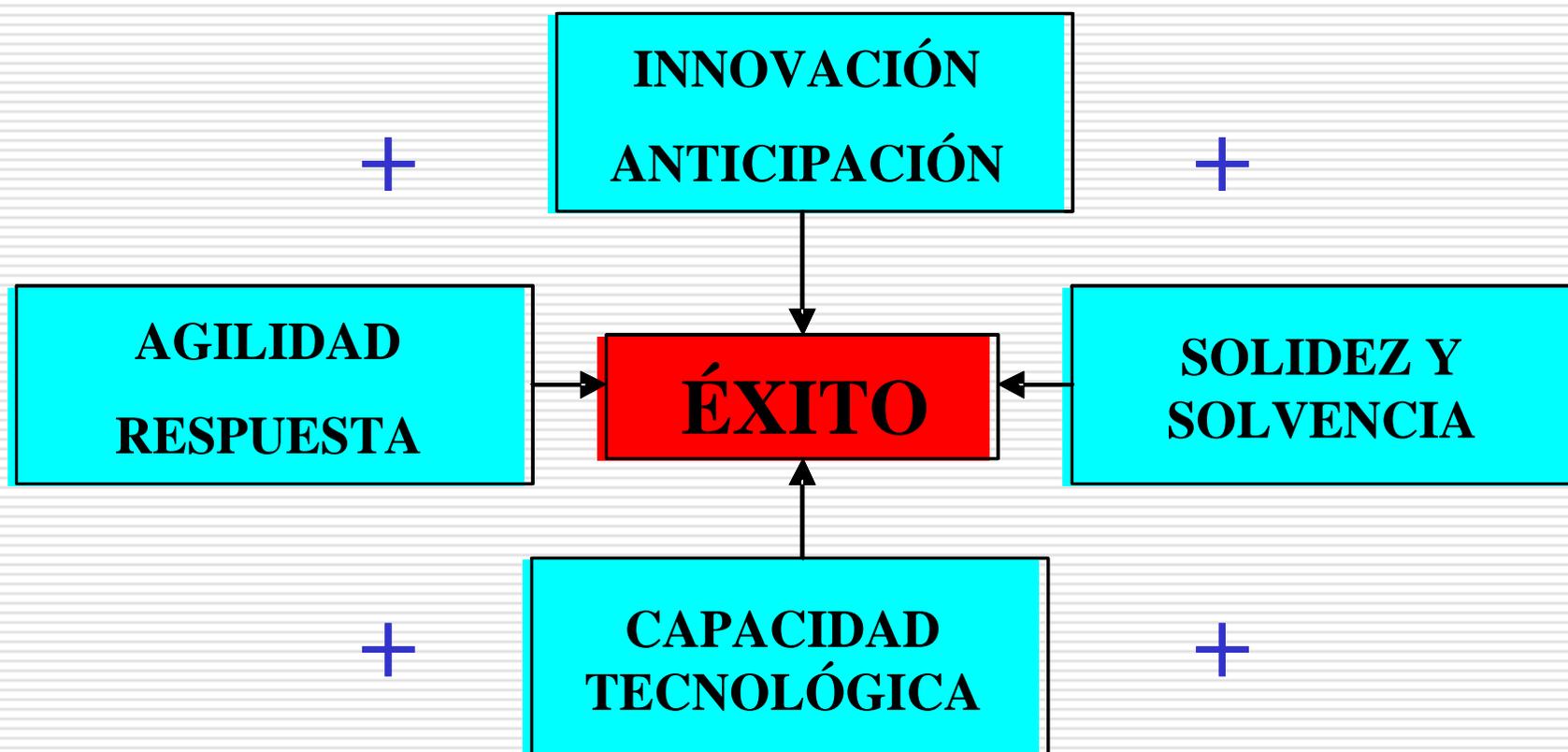
Misión

“Aportar a sus clientes valor añadido mediante soluciones innovadoras, actualización y mejoras tecnológicas de las prestaciones de sus productos, y una gestión ágil y eficiente.

La consecución de los mencionados objetivos favorecerá la continuada creación de valor para sus accionistas, así como el desarrollo personal y profesional de su equipo humano”.

Grupo Azkoyen

Líneas Estratégicas 2003 - 2006



Grupo Azkoyen

Plan Estratégico 2003-2006

