

## INDO INTERNACIONAL, SOCIEDAD ANONIMA



Indo Internacional, S.A. en cumplimiento de lo establecido en el artículo 82 de la Ley del Mercado de Valores y a solicitud de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, publica la siguiente información referente a la memoria presentada en el concurso voluntario de acreedores:

### **Descripción del grupo:**

Indo es una multinacional española dedicada a la fabricación y comercialización de lentes oftálmicas, monturas, gafas de sol y bienes de equipo para las ópticas y oftalmólogos.

Indo Internacional, S. A. como sociedad individual no lleva a cabo directamente ninguna actividad comercial relacionada con la venta o comercialización de lentes, monturas o bienes de equipo. Es una sociedad holding que presta servicios de dirección, administración, tesorería, fiscal, contabilidad, servicios de información, call center, alquiler de oficinas y servicios anexos, servicios de administración de personal y de recursos humanos etc... Sus ingresos, por tanto provienen íntegramente de la prestación de estos servicios, de los dividendos pagados por las filiales, así como por los ingresos financieros asociados por la financiación a empresas del grupo.

El objeto de la sociedad se divide en tres unidades de negocio explotadas a través de las siguientes sociedades: Lentes (Indo Lens Group, S.L.U.), Gafas (Industrias de Óptica S.A.U.) y Bienes de Equipo (Indo Equipment Group S.L.U.), teniendo cada una de las sociedades/unidades distintos ámbitos de actuación y distintos consumidores finales.

Además, posee una línea minorista de distribución, explotada a través de la sociedad Expansión Visual, S.L. e International Vision Care, S.A., y las sociedades filiales de ésta, Novolent S.A. y Europtica, S.A. Dado que no forma parte de la estrategia de Indo Internacional, S. A. la verticalización de su actividad, dichos activos tienen la consideración de activos mantenidos para la venta. En estos momentos se mantienen abiertas negociaciones con varios grupos interesados en esta actividad con el objetivo de traspasar la gestión y la propiedad parcial o totalmente en un breve espacio de tiempo.

El sector óptico viene fuertemente marcado por la negativa evolución de la economía, que a su vez marca la evolución de los índices de consumo.

### **Evolución de los negocios**

Durante los ejercicios 2.007, 2008 y 2.009 se produce un gran descenso en la ocupación que comporta una ralentización económica a causa de la menor disponibilidad de renta y de la falta de confianza en la recuperación económica.

La ralentización económica afecta, tanto a los consumidores finales de gafas y lentes (consumidores finales de las unidades de negocio de lentes y gafas), como a los propios ópticos y cadenas de ópticas, que son los consumidores finales de los bienes de equipo, cuya fabricación realiza la unidad de negocio de bienes de equipo.

La caída del banco estadounidense Lehman Brothers en otoño del 2008, conlleva un cierre global de la actividad de financiación a nivel mundial. En el caso de la unidad de negocio de bienes de equipo, al no disponer de financiación para renovar o mejorar la maquinaria e instalaciones, la caída de la cifra de negocio en 2009 ha alcanzado un 50% en España.

La desaceleración de la economía lleva implícita una desaceleración del consumo, cuya traducción en la cifra de ventas total de INDO en el ejercicio 2.008 supone una disminución del 16% respecto de la cifra de ventas del ejercicio 2.007. Adicionalmente en 2009 sobre 2008, la falta de financiación y la profundización de la crisis económica conllevan una caída del 22%.

Además de los factores externos mencionados, la elevada estructura de INDO, el alto coste de producción causado por la baja utilización de la capacidad productiva de sus centros de fabricación, y el coste de la mano de obra requerida, así como el de la estructura general están provocando pérdidas y resultados de explotación negativos. Analizamos a continuación cada unidad de negocio, en los últimos tres ejercicios:

**Lentes:**

Indo Lens Group S.L.U.: El sector de las lentes oftálmicas es el segmento más importante en el ámbito de la óptica, que supone el 45% de la facturación total de la sociedad. La evolución en unidades de las ventas de la sociedad sigue la siguiente tendencia:

**UNIDADES LENTES**

	2009	2008	2007
Lentes	4.223.195	5.013.499	6.892.423

No obstante el descenso de cifras indicado, el mercado de lentes en España (monofocales, bifocales y progresivas) tiene un alto potencial de crecimiento a corto y medio plazo ya que España se encuentra a la cola de los países europeos en uso de sistemas de compensación. Si bien el mercado de las lentes monofocales y bifocales es bastante maduro y tiene una fuerte competencia de precios a causa de la entrada de productos de origen asiático y del impulso de las marcas del distribuidor, así como de las promociones ofertadas que afectan principalmente al mercado de las monofocales de baja calidad y a la venta de monturas y gafas de sol, el mercado de las lentes progresivas es el que más crece, tanto en unidades (entorno al 4%) como en precio medio. El mercado de las lentes progresivas (el producto más adecuado para personas de edades superiores a 40/45 años por ser lentes que se adaptan a quienes requieren visión a distintas distancias: lejos y cerca), es el que tiene un más alto potencial de desarrollo con 19 millones de personas en España con más de 42 años, y con el aumento de la esperanza de vida, y con una incipiente competencia que aún no está al nivel técnico exigible dada la mayor complejidad y valor añadido del producto requerido.

Por último, otro factor que ha influido en el descenso de ventas de lentes es la cada vez más generalizada implantación de cadenas de ópticas por parte de fabricantes de productos ópticos, para poder controlar la relación óptico - consumidor y ajustar la producción con la demanda de cada producto. Asimismo, algunas cadenas de ópticas se han asociado para obtener mejores condiciones de compra (por ejemplo Multiópticas), otras han evolucionado verticalizando su actividad (por ejemplo Visionlab); destacar



también que grupos como Afflelou y Grand Optica (+Visión) compran fuera del mercado español lentes de laboratorio. Las cadenas de ópticas son las que experimentan el mayor crecimiento en el contexto actual, lo que ha obligado a INDO a implantar durante el ejercicio 2.008 y 2009 una política de racionalización de descuentos (variándolos en función del volumen de venta de sus clientes), con el objetivo de mejorar la rentabilidad de sus ventas. Fruto de todo ello, la caída en el mercado español de lentes ha sido en los dos últimos años de un 10% anual.

Además, INDO ha invertido en un laboratorio robotizado y la creación de un “customer service” para ofrecer al óptico un alto rendimiento y rapidez en la entrega, con la máxima calidad para que la rapidez no merme el resultado del producto y poder así fidelizar a los ópticos.

La evolución de la cifra de ventas de lentes es la siguiente:

#### EVOLUCIÓN VENTAS

	2009	2008	2007
Lentes	49.409.852	58.661.817	70.556.211

#### Gafas:

Industrias de Óptica S.A.U.: El mercado de las gafas es bastante maduro, constituido en su mayoría por grandes multinacionales que cuentan con importantes contratos de fabricación y distribución de marcas propias y licenciadas. Este mercado ha crecido un 3% en valor y 5% en unidades hasta inicios del año 2008, y sin embargo en el año 2009, fruto de la coyuntura económica y la absorción de stocks, el mercado al por mayor ha caído en un 6,5% en 2008 y un 20,2% en 2009. La caída en 2009 entre lentes, monturas y gafas de sol ha alcanzado un 14,8%.

El sector gafas está muy vinculado a la moda, lo que hace que cada vez se conciben más como un complemento de moda, lo que provoca, a su vez, hábitos de compra superiores que implican un tiempo de reemplazo cifrado entre 2 a 5 años y aunque, hoy por hoy, la tendencia a la multiposesión de gafas es moderado, existe una alta potencialidad una vez superada la actual coyuntura económica.

Por otro lado, la vinculación de las gafas a la moda tiene su partida negativa: las gafas que no se han vendido durante la temporada pueden quedar obsoletas fácilmente. Para paliar el volumen de gafas obsoletas o descatalogadas, INDO vende en sus 9 outlets, gafas obsoletas o en liquidación, con descuento, y asimismo, exporta el producto obsoleto a terceros países donde este tipo de venta no perjudica las ventas de productos de temporada.

Es destacable que en enero de 2007, Indo lanzó el Tablet PC, como herramienta de venta para el comercial de la unidad de gafas, con lo que se consiguió evitar la acumulación de stock de gafas, logrando tener más control sobre las necesidades y hábitos de compra, ajustando al máximo la oferta con la demanda.

Indo tiene contratos firmados con grandes cadenas ópticas con las que aplica su sistema de control de stock a través del SAP, y así obtiene una mayor eficiencia en las operaciones al gestionar el producto expuesto al cliente directamente Indo, mejorando las rotaciones, y por tanto las ventas.



Por otro lado, los factores que han influido en el descenso de ventas de gafas o monturas son, por una parte la entrada de productos de baja calidad procedentes de fabricantes de Asia, a precios muy económicos, la entrada masiva de productos que no cumplen con la normativa y que imitan las marcas de primer nivel, sobretudo en gafas de sol; por otra, el poder de negociación cada vez mayor del comerciante minorista como consecuencia de la proliferación de grupos de compra y los efectos de la verticalización en precio y control por parte de los fabricantes del canal detallista, y por último, la evolución del consumo y del ciclo económico del país que acarrea que la población no esté tan dispuesta, como antes, a pagar un precio más elevado por una gafa de más calidad.

La evolución de ventas para la unidad de gafas es la siguiente:

#### EVOLUCIÓN VENTAS

	2009	2008	2007
Gafas	23.824.705	27.822.745	31.609.466

#### Bienes de Equipo:

Indo Equipment Group, S.L.U.: La madurez del mercado de venta en España es muy elevada, puesto que el sector óptico está desarrollado y no existe un gran crecimiento en aperturas de ópticas, ni en compra de maquinaria. Por ello, la venta de bienes de equipo está muy focalizada a las actualizaciones y renovaciones tecnológicas.

Sin perjuicio de ello, existe un mercado que podríamos considerar en desarrollo, en países en los que el sector minorista tiene que implantarse, equiparse y crecer (Europa Este, Brasil, Rusia, India y China). En dichos países existen grandes oportunidades para venta de bienes de equipo, puesto que tienen que implantarse muchas ópticas para desarrollar el sector y, además, las pocas ópticas ya instaladas en dichos países, suelen estar equipadas con maquinaria antigua y tecnológicamente obsoleta.

Para mantenerse en el sector de los bienes de equipo de nueva compra, el servicio postventa es un elemento imprescindible para fidelizar al cliente, y hay que tener en cuenta que supone un elevado coste para INDO.

Actualmente Indo subcontrata la fabricación de los componentes y el ensamblaje final de las máquinas a proveedores españoles, franceses y coreanos que cumplen con la máxima rigurosidad la normativa y los estándares de calidad que permiten entregar un equipo con las máximas garantías. En el presente momento, la mayor parte de los competidores coreanos de productos similares no logran competir en el sector dada su baja competitividad respecto al cumplimiento de los estándares de calidad de los mercados occidentales y, precisamente en la inversión en equipos, es donde los ópticos exigen la máxima precisión de la maquinaria y alta calidad, ya que un fallo en un equipo puede paralizar su actividad, con los consecuentes perjuicios. Aún así, los proveedores de componentes y máquinas coreanos tienen una presencia en el mercado cada vez más agresiva lo que podría suponer, a medio plazo, una presión a la baja en los precios de los bienes de equipo, dado que cuentan con costes de producción menores y permiten rebajar el precio de venta.

Asimismo esta división comercializa instrumentación para ópticas y consultas y clínicas oftalmológicas. Estos instrumentos son los utilizados en



el gabinete de refracción del óptico y/o oftalmólogo y son utilizados para conocer la prescripción del paciente así como posibles patologías del paciente, permitiendo una correcta prescripción óptica. Esta división comercializa también instrumental quirúrgico para operaciones de cirugía refractiva, tales como láseres etc... La actividad en esta área es meramente de distribución comercial, ya que existe un acuerdo comercial con Nidek, uno de los mayores fabricantes mundiales del área para el mercado español. En mercados internacionales, donde Nidek utiliza otra red de distribución distinta, y por lo tanto, Indo no puede comercializar dichos productos, Indo comercializa bajo marca Indo instrumentos producidos por empresas de reconocido prestigio como Grand Seiko o Unicos entre otros.

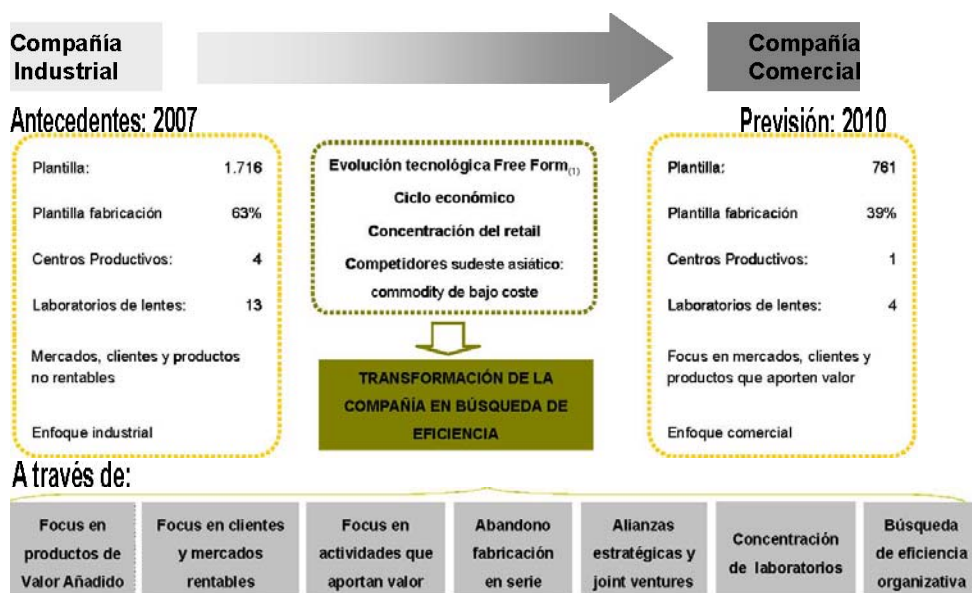
La evolución de la cifra de negocio en esta unidad ha sido muy negativa, ya que la recesión económica mundial y las restricciones de financiación han supuesto un descenso muy significativo de la cifra de negocio de la compañía como se puede apreciar en la siguiente tabla. Es importante destacar que en los ejercicios de 2008 y 2007 esta unidad incluía las ventas de la actividad de decoración e adecuación de ópticas, que llegó a representar una facturación superior a los 4 millones de euros.

**EVOLUCIÓN VENTAS**

	2009	2008	2007
Bienes de Equipo	19.516.691	32.337.287	39.483.925

En vista de la coyuntura económica que se anticipaba a inicios de 2009, el grupo Indo elabora un plan de negocio para el período 2009-2012 en el que se acometen multitud de medidas encaminadas al redimensionamiento de la estructura del grupo de sociedades, la optimización de la capacidad productiva tanto en lentes como en gafas, la venta o desinversión de actividades no estratégicas o que no encajan con la estrategia de la compañía. Las medidas principales de este plan vienen recogidas en el chart adjunto.

**PROCESO DE TRANSFORMACIÓN**



(1) Tecnología propia de Indo de talla directa de lentes y de gran reconocimiento internacional



En fecha 14 de enero de 2.009 se constituye Indo Equipment Group, S.L. por la que se escinde la línea de negocio de Bienes de Equipo, una de las tres unidades de negocio de Indo.

En marzo de 2.009, Indo inicia una reestructuración de diversos centros de trabajo al objeto de adaptar la plantilla de los mismos a los niveles reales de actividad de la compañía, lo que comporta la amortización de 129 puestos de trabajo.

Asimismo, a mitad del ejercicio 2.009, se cerraron los laboratorios de lentes de Francia, Portugal, además de efectuarse una reestructuración del laboratorio de lentes de Marruecos.

En el ámbito de gafas, en junio de 2.009 se alcanza un acuerdo con McLaren para el diseño, producción y comercialización de esta colección de gafas.

El 31 de julio de 2009 entró en vigor el acuerdo de alianza estratégica de Indo con la compañía japonesa Hoya Visión Care, uno de los grandes líderes mundiales en lentes oftálmicas, que es a su vez filial de Hoya Corporation, multinacional nipona que cuenta también con negocios en el ámbito de tecnologías de la información, sistemas médicos y de imagen. Este acuerdo permite el intercambio y suministro de tecnología y de producto, así como la colaboración en materia de investigación y desarrollo entre las dos compañías. El acuerdo, vigente hasta finales de 2.015 y que es prorrogable, establecía que Hoya aportaba 15 millones de Euros por la compra de tecnología y que Indo compraría anualmente a Hoya Visión Care entre el 25% y el 30% de sus necesidades, sobre todo en productos semi acabados y acabados, que hasta antes de la firma del acuerdo adquiría en diversas fuentes de suministro en todo el mundo.

La alianza incluye como aspecto clave que las dos compañías seguirán compitiendo de forma independiente en todos los mercados, manteniendo estrategias comerciales diferenciadas y una total independencia operativa en la gestión. La alianza con Hoya permite mejorar sustancialmente la estructura de costes, aprovechar sinergias en I+D y ofrecer al cliente un portafolio de productos más amplio e innovador. Gracias a la asociación con Hoya, Indo además gana en escala, con lo que se abre la puerta a ampliar su presencia internacional con la entrada en nuevos mercados.

Gracias a este acuerdo, el 31 de julio de 2.009, la sociedad cabecera del grupo suscribe con el Institut Català de Finances un préstamo por importe de 8 millones de euros, con vencimiento a 5 años. Este préstamo sirve para que Indo Internacional, S.A. realice una ampliación de capital de 10M de euros de Indo Lens Group, S.L., empresa constituida el 1 de junio de 2009 a través de la escisión de rama de actividad de de lentes oftálmicas de Industrias de Optica, S.A.

Igualmente en dicha fecha, Indo firma un acuerdo con el Banco Santander, BBVA, Bancaja, Banco de Sabadell y Banco Popular Español para refinanciar a largo plazo alrededor de un 85% de su deuda, que equivale a unos 35 millones de euros.

Finalmente, en fecha 28 de octubre de 2.009 se resuelve el Contrato de Joint Venture suscrito el 27 de junio de 2.006 con la empresa De Rigo Visión. Como consecuencia de lo anterior, Indo Internacional, S.A. vende a De Rigo Visión S.p.A. la participación del 40% de la filial española De Rigo Visión España, S.A. (antes Vogartline España S.A.).



Ahora bien, la negativa evolución de la coyuntura económica en el sector de la óptica oftálmica en España desde mediados de 2009, incluso superando las conservadoras previsiones incluidas en el acuerdo de refinanciación de la compañía firmado en julio de 2009, han lastrado los resultados del grupo provocando una disminución de los fondos propios del mismos.

Asimismo, el segundo factor en importancia es el retraso en la materialización de algunas importantes desinversiones de activos no estratégicos, como la actividad de retail de las sociedades Novolent, S.A. y Europtica, S.A. o las plantas de China y Tailandia o patrimonio inmobiliario. El retraso en esta materialización ha provocado que no se dispusiese de fondos para intensificar la ejecución del plan de transformación y reorganización tal y como requiere la coyuntura actual, y ha provocado las tensiones de tesorería que está sufriendo la sociedad y que ha conllevado la situación de insolvencia actual.

La firme voluntad de Indo Internacional es continuar su actividad mediante la aprobación de la propuesta de convenio que en su día será sometida a la aprobación de sus acreedores, bien sea por sí misma o a través de terceras sociedades interesadas en su adquisición.

Sant Cugat del Vallès (Barcelona), a 28 de julio de 2010.