

GRUPO TUBACEX



GRUPO TUBACEX

BOLSA DE MADRID

17 Junio 1998



IDENTIDADES DEL GRUPO INDUSTRIAL TUBACEX

- **GRUPO INTEGRADO INDUSTRIALMENTE
OPERANDO EN SU CORE BUSINESS**
- **FORMADO POR UNIDADES DE NEGOCIO
COMPETITIVAS**
- **SINERGIAS ENTRE LAS SOCIEDADES**
- **OPERANDO EN EL MERCADO GLOBAL**
- **CON POTENCIAL DE CRECIMIENTO**
- **CENTROS DE BENEFICIOS INDEPENDIENTES**
- **ORIENTACION AL CLIENTE**
- **ACTIVO EN EL MERCADO DE CAPITALES**
- **POLITICA DE CREACIÓN DE VALOR PARA EL
ACCIONISTA**
- **ORGANIZACIÓN Y GESTION EFICAZ Y EFICIENTE**



FACTORES CLAVE

- ★ • MERCADO
- ★ • PRODUCTOS DE VALOR AÑADIDO
- ★ • COMPETITIVIDAD
- ★ • CALIDAD Y SERVICIO
- ★ • BENEFICIOS

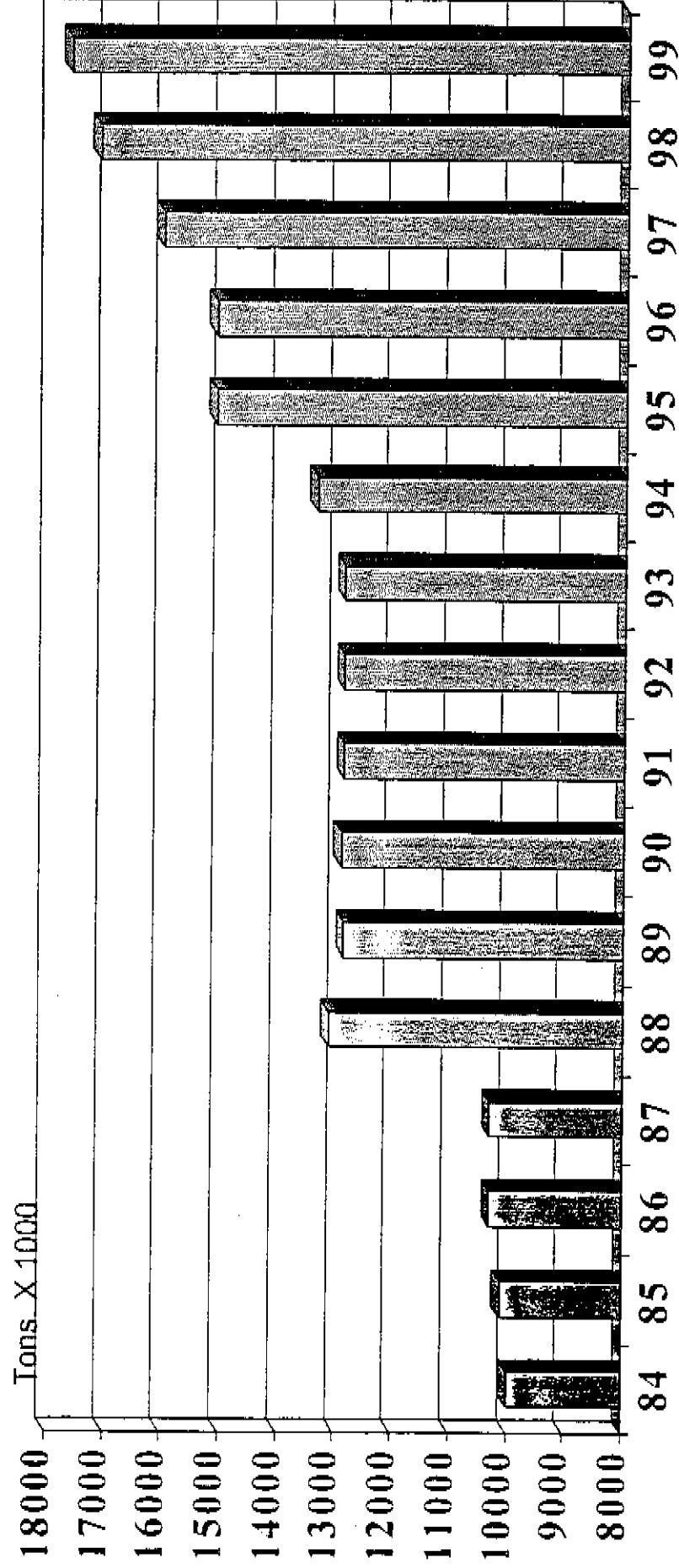


MERCADO

17 Junio 1998

CONSUMO MUNDIAL ACERO INOXIDABLE

Producción mundial acero inoxidable





CONSUMO PER CAPITA DE INOX EN EL MUNDO

• Italia.....	15,85 Kg./persona
• Corea del Sur.....	14,90 “
• Japón.....	14,74 “
• Alemania.....	11,97 “
• Suecia.....	11,15 “
• Estados Unidos.....	8,53 “
• Francia.....	7,60 “
• Reino Unido.....	5,72 “
• Canadá.....	5,33 “
• España.....	3,87 “
• Brasil.....	0,99 “
• India.....	0,33 “

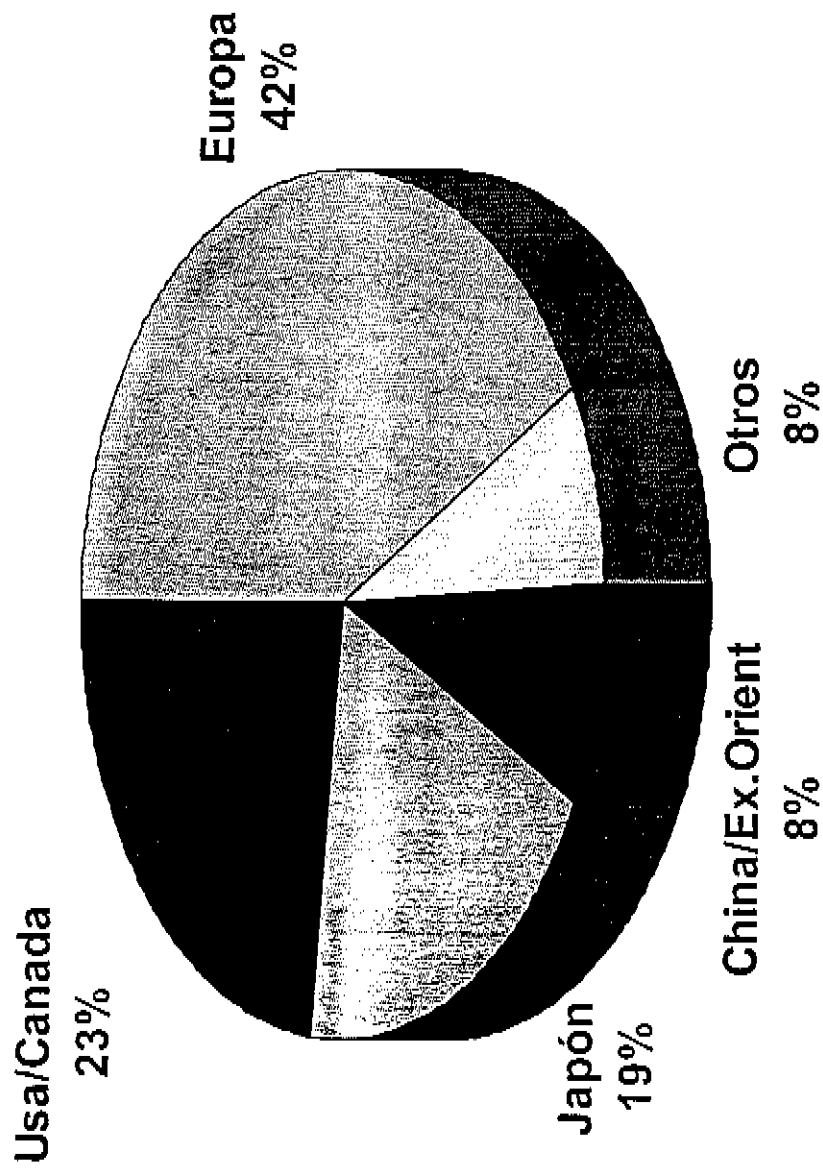


CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

- La demanda crece a tasas del 4 al 6% anual
- El mercado del inox es menos cíclico que el acero al carbono.
- Es un producto que viaja bien.
- Cuando los precios del acero inox bajan, se produce un efecto sustitutivo importante.
- Mercado con capacidad de crecimiento, nuevas aplicaciones.

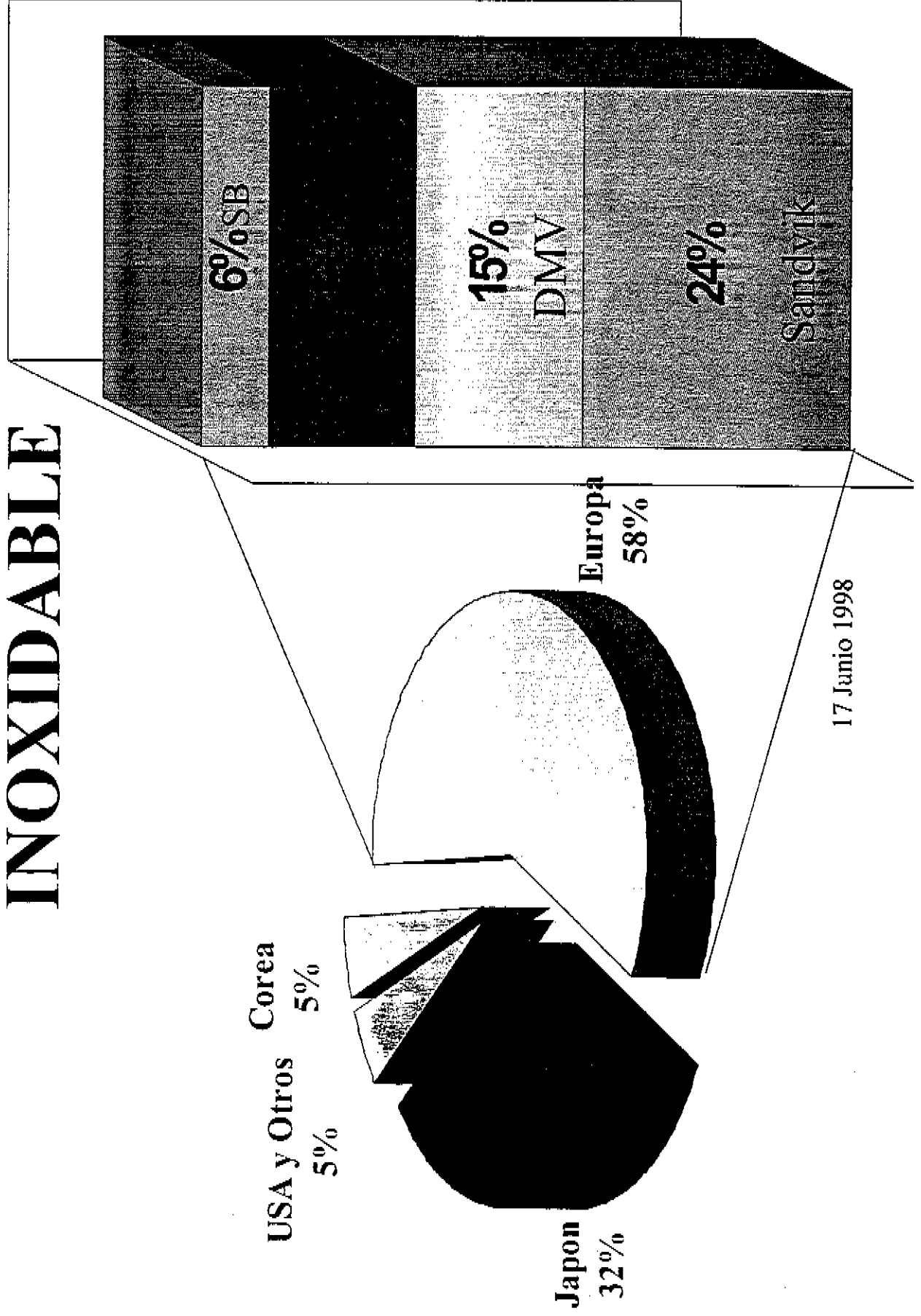
17 Junio 1998

CONSUMO MUNDIAL DE TUBO INOXIDABLE 1997



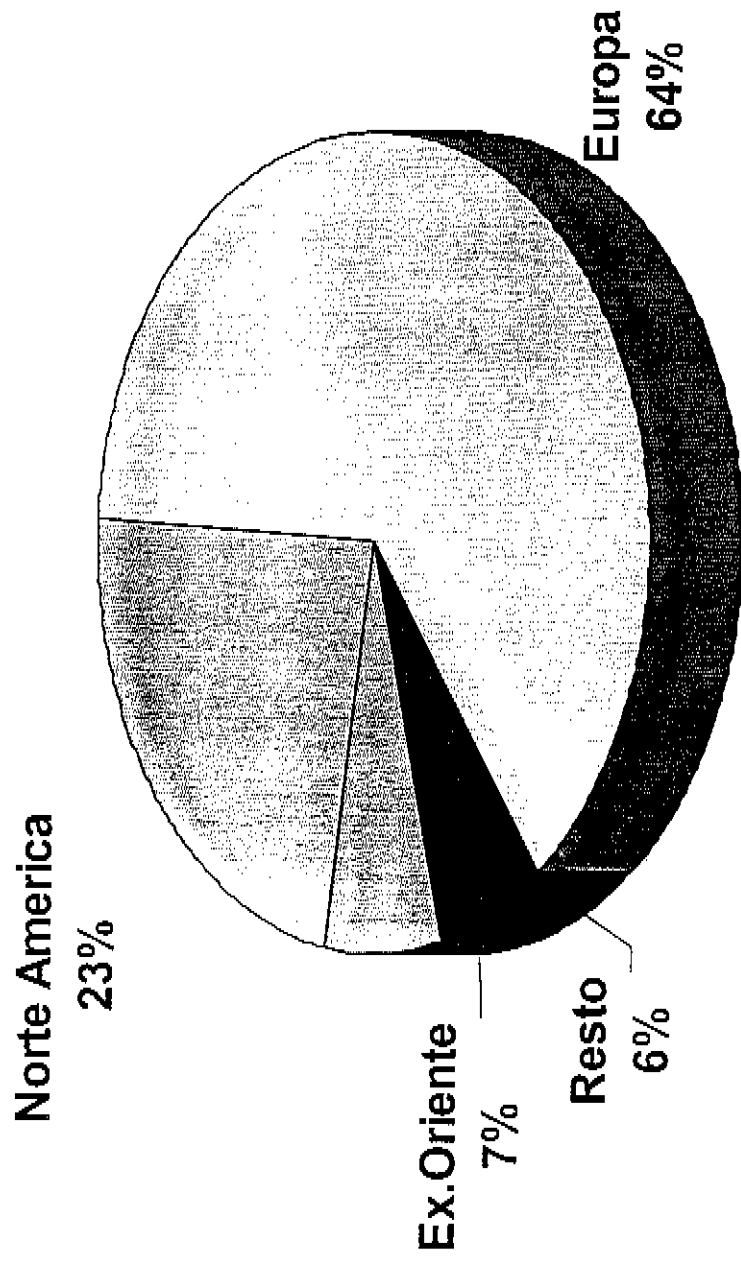
17 Junio 1998

OFERTA MUNDIAL DE TUBO INOXIDABLE



17 Junio 1998

DISTRIBUCION GEOGRAFICA DE LAS VENTAS DE TUBOS DE TUBACEX (1997)



17 Junio 1998

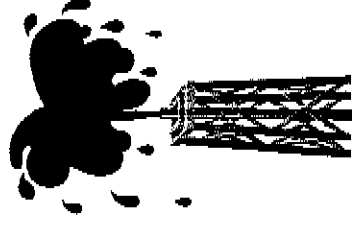
MERCADO

LINEAS DE PRODUCTO

BIENES DE EQUIPO

60% INDUSTRIA DEL PETROLEO

- Refinerías
- Petroquímicas
- Químicas

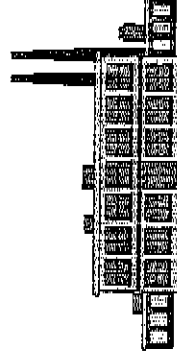


18% INDUSTRIA DE LA ENERGIA

- Centrales Térmicas
- Centrales Nucleares



15% Industria de la Mecanización



2% Industria de la Alimentación



3% Industria Aeronáutica



2% Nuevas Tecnologías



EL MERCADO DE LA INDUSTRIA DEL PETROLEO Y GAS

- **3.072 PROYECTOS EN TODO EL MUNDO**
- **160.000.000.000\$ EN 1998.**

***NUEVAS PLANTAS**

***PRODUCIR PRODUCTOS ECOLOGICOS
Y MAS LIMPIOS.**

***MAS PRODUCTIVIDAD Y MEJORES
COSTOS.**

***AHORRO ENERGETICO.**

***CUMPLIR CON NUEVAS LEYES
MEDIOAMBIENTALES.**

***PAY-OUT MAS RAPIDOS.**

- **EQUIPOS Y MATERIALES: 75.500.000.000.**

17 Junio 1998



POLITICAS Y ESTRATEGIAS

17 Junio 1998



NUESTRA VISION

- Ser reconocidos como líderes a nivel mundial en servicio en el suministro de nuestros productos

17 Junio 1998



NUESTRA MISION

- **QUEREMOS:**
 - Crear valor en su más amplio sentido.
 - Satisfacer a nuestros clientes.
 - Desarrollarnos profesional y humanamente.
 - Crecer con rentabilidad, generando confianza en nuestros accionistas.
- **COMO LO HAREMOS:**
 - Trabajo en equipo.
 - Con la creatividad e implicación de todos.
 - Mejora continua de todos los procesos.



ESTRATEGIA COMPETITIVA

- ⇨ 1. - Fuerte posición en el mercado.
- ⇨ 2. - Enfoque exclusivo al valor añadido.
- ⇨ 3. - Tecnología avanzada y costes inferiores a nuestros competidores.
- ⇨ 4. - Calidad y Servicio.



CREACIÓN DE VALOR PARA EL ACCIONISTA

- Eje básico de nuestra estrategia de negocio y de gestión.
- Exige una estrategia de crecimiento y una estrategia corporativa.
- Necesidad de una estrategia financiera.



Vías utilizadas por Tubacex para dar más valor al accionista

- Reducciones de nominal. **↑** Inversor recibe metálico.
- Consejeros independientes. **↑** Confianza.
- Incentivos a los ejecutivos. **↑** Potencia la creación de valor.
- Mejora de los márgenes explotación. **↑** Mayores beneficios.
- Gestión basada en el valor VBM. **↑** Objetivos alineados con la creación de valor.
- Inversiones en capital fijo. **↑** Percepción de valor.
- Nivel de impuestos. **↑** Mayor disponibilidad de

caja.

17 Junio 1998



CREACIÓN DE VALOR



ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO:

– Los crecimientos altos y sostenidos en la cifra de ventas dan como resultado crecimientos aún más elevados en el valor de la empresa para sus accionistas.



CREACIÓN DE VALOR

- OPORTUNIDADES de CRECIMIENTO:
 - Globalización de los mercados.
 - El mercado crece, y se prevé continúe.
 - Aparecen nuevos mercados en la economías emergentes.
 - Las nuevas tecnologías ayudan a la apertura.
 - Procesos de concentración.
 - Tienden a perdurar las grandes barreras de entrada tecnológicas y de inversión.



Creación de valor

- **NUEVO POSICIONAMIENTO:**
 - Alcanzada solidez financiera.
 - Mayor protagonismo, como líder especializado, en la dinámica del contexto competitivo.
 - Objetivo corporativo de crecer importantemente en cinco años en cuota de mercado, ventas y beneficios.
 - Compartir liderazgo mundial con el actual líder.



Creación de valor

INSTRUMENTO PARA EL
NUEVO RETO



PLAN TUBACEX
2002

17 Junio 1998



PLAN TUBACEX 2002

- 1.- Estrategia de crecimiento corporativo para alcanzar los objetivos.
 - Desarrollo Interno desde las compañías existentes.
 - Desarrollo por adquisiciones y JV que aporten tecnología, mercados, clientes, gama de productos y competitividad, tanto directa como por sinergias inducidas.



PLAN TUBACEX 2002

- **2.- Desarrollo Corporativo**
 - Para gestionar el crecimiento estratégico:
 - Desarrollo de una estructura de Grupo Corporativo y una dinámica de gestión estratégica de Grupo y sus recursos corporativos.
 - Desarrollo de la identidad y cultura corporativos.
 - Desarrollo de los sistemas de control corporativos, en base a los tres niveles: Grupo Corporativo - Grupos de Negocio - Unidades de Negocio.



PLAN TUBACEX 2002

- **3.- ESTRATEGIA FINANCIERA**
 - **Orientación básica y central a la creación de valor para los accionistas.**
 - **Gestión por indicadores clave estratégicos**
 - **VBM ROCE ROE ROA EVA**
 - **Financiación del crecimiento acorde con estos criterios y las percepciones del consenso del mercado de capitales.**

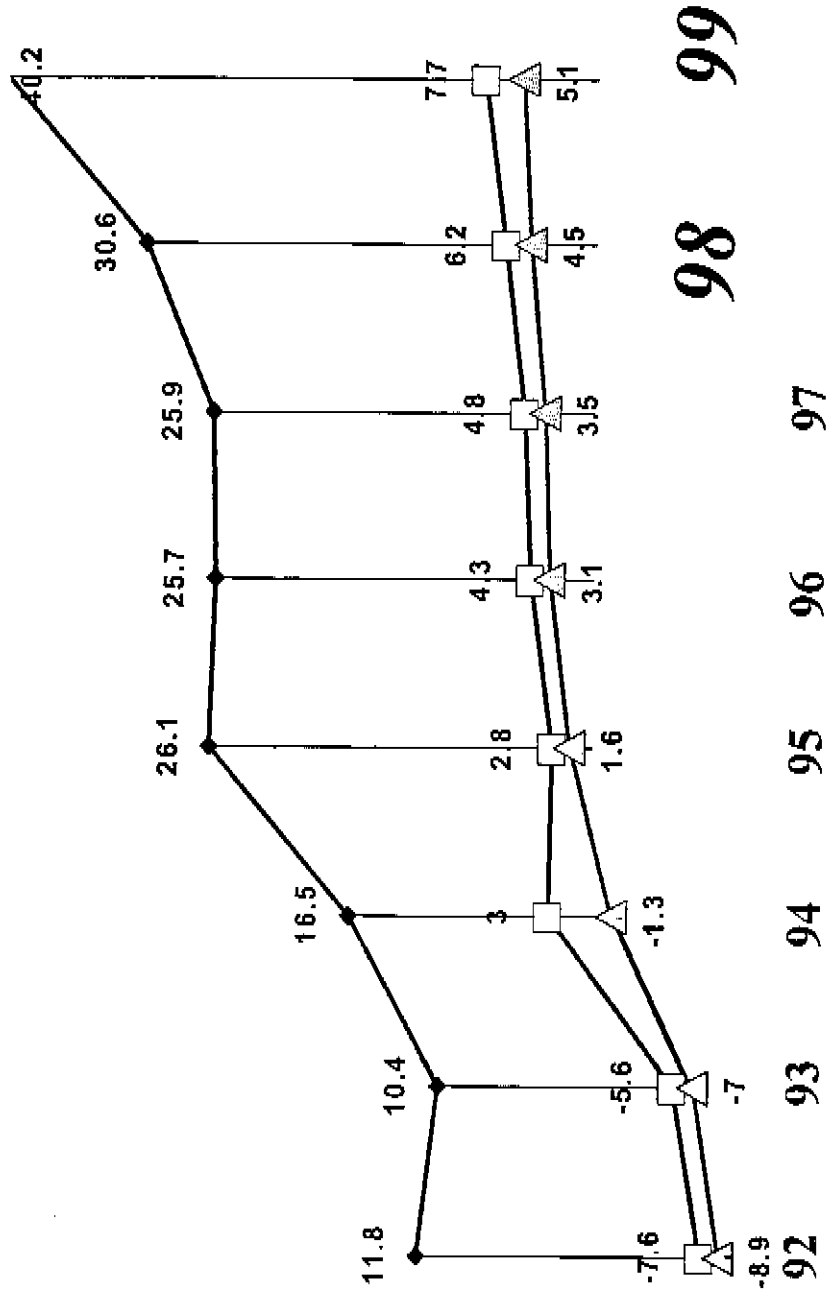


PROYECCIONES FINANCIERAS Y PERSPECTIVAS

17 Junio 1998

VENTAS - CASH FLOW - BENEFICIO NETO

Miles de Millones de Pesetas



Ventas
 Cash Flow
 Beneficio Neto



PROYECCIONES ECONOMICAS - GRUPO TUBACEX

Proyecciones

(Millones de pesetas)

	1.996	1.997	1.998	1.999
Ventas	25.668	25.948	30.600	40.200
Coste de ventas	-20.350	-20.809	-23.950	-31.500
Amortización	-1.231	-1.238	-1.600	-2.650
Rtdo.Explotación	4.087	3.901	5.050	6.050
Rtdo.Financiero	-197	-6	-200	-475
Extraordinario	-645	-87	200	0
Rtdo.antes impuestos	3.245	3.808	5.050	5.575
Impuestos y minoritarios	-123	-290	-500	-500
Resultado neto	3.122	3.518	4.550	5.075



BALANCE CONSOLIDADO

Proyecciones

(Millones de pesetas)

	1.996	1.997	1.998	1.999	
Inmovilizado	12.353	12.900	22.200	26.700	46,28%
Activo Circulante	12.809	15.135	19.000	21.000	42,25%
Cash neto	3.120	4.966	2.300	2.000	4,02%
Total Activo	28.282	33.001	43.500	49.700	
Fondos propios y minoritarios	17.867	20.816	24.300	29.400	59,15%
Exigible Largo y provisiones	1.146	1.177	1.900	1.700	3,42%
Exigible a corto	3.907	4.774	5.500	6.000	12,07%
Credito corto/largo	2.813	4.947	11.450	12.250	24,65%
Total Pasivo	28.282	33.001	43.500	49.700	



PREVISIONES DE B.P.A. Y CF.P.A.

	1.996	1.997	1.998	1.999
B.P.A.	23,128	25,93	33,53	37,40
Crecimiento B.P.A. %	+88%	+12,2%	29,3	11,5
CF.P.A.	32,24	35,05	45,3	56,9
Crecimiento CF.P.A.	47,2%	11,2%	26,4	25,6



PERSPECTIVAS PARA NUESTRO FUTURO

- **EXPANSIÓN Y CRECIMIENTO DEL GRUPO INDUSTRIAL.**
- **CREACIÓN DE VALOR PARA EL ACCIONISTA.**
 - Creando valor con decisiones estratégicas.
 - Gestión focalizada a la creación de valor.
 - Política activa cara al inversor.
 - Comunicación y transparencia.

17 Junio 1998



EL MENSAJE MAS IMPORTANTE DE
ESTA PRESENTACIÓN...

TUBACEX

tiene un gran espacio

para

MEJORAR