

EL GRUPO TUBACEX





1. EL GRUPO TUBACEX

- 1.1 EVOLUCION HISTORICA**
- 1.2 MAGNITUDES MAS SIGNIFICATIVAS**
- 1.3 GRUPO MULTINACIONAL**
- 1.4 NUESTRO ACTUAL MODELO DE GESTION**
- 1.5 ASPECTOS MAS RELEVANTES**

2. MERCADOS Y SECTORES

- 2.1 PRODUCCION Y CONSUMO MUNDIAL**
- 2.2 DISTRIBUCION DE LAS VENTAS DEL GRUPO TUBACEX**
- 2.3 NUESTRA CUOTA DE MERCADO**
- 2.4 ASPECTOS SIGNIFICATIVOS**

3. INFORMACION ECONOMICO - FINANCIERA Y BURSATIL

- 3.1 PRINCIPALES MAGNITUDES**
- 3.2 ASPECTOS SIGNIFICATIVOS**
- 3.3 INFORMACION BURSATIL**



1. EL GRUPO TUBACEX



1.1. EVOLUCION HISTORICA

1963: Constitución de la Compañía

1965: Comienzo de la Producción de Tubos Sin Soldadura en Acero al Carbono y Aleados

1970: Entrada en Bolsa

1975: Apertura de Oficinas en el Extranjero

1988: Primera Producción de Tubos Sin Soldadura en Acero Inoxidable

1992-93: Reestructuración del Grupo: Management, Estrategia, Procesos, Productos y Mercados

1995: Adquisición en USA del 100% de Salem Tube

1999: Expansión Internacional: Adquisición de SBER (Austria) y de ALTX (USA)

2002: Maximización de la Rentabilidad y Competitividad con la Estructura Actual



1.2. MAGNITUDES MAS SIGNIFICATIVAS

	Miles de Euros				
	Ventas	Bº Neto	Cash-Flow	Fondos Propios	Activos Totales
1992	70.733	- 53.099	- 46.086	33.158	172.725
1993	62.782	- 41.536	- 33.573	4.327	161.185
1994	99.167	- 7.597	- 114	66.664	167.496
1995	156.678	9.754	17.375	76.383	181.704
1996	154.268	18.764	26.162	106.650	169.978
1997	155.957	21.144	28.584	124.235	198.340
1998	162.556	21.685	30.501	138.954	219.592
1999	159.988	15.824	26.539	148.344	297.316
2000	262.032	15.283	30.831	158.636	344.488
2001	286.670	15.505	30.551	168.080	335.111
F2002	300.000	17.000	33.000	180.000	350.000

PRINCIPALES HITOS INTERNOS

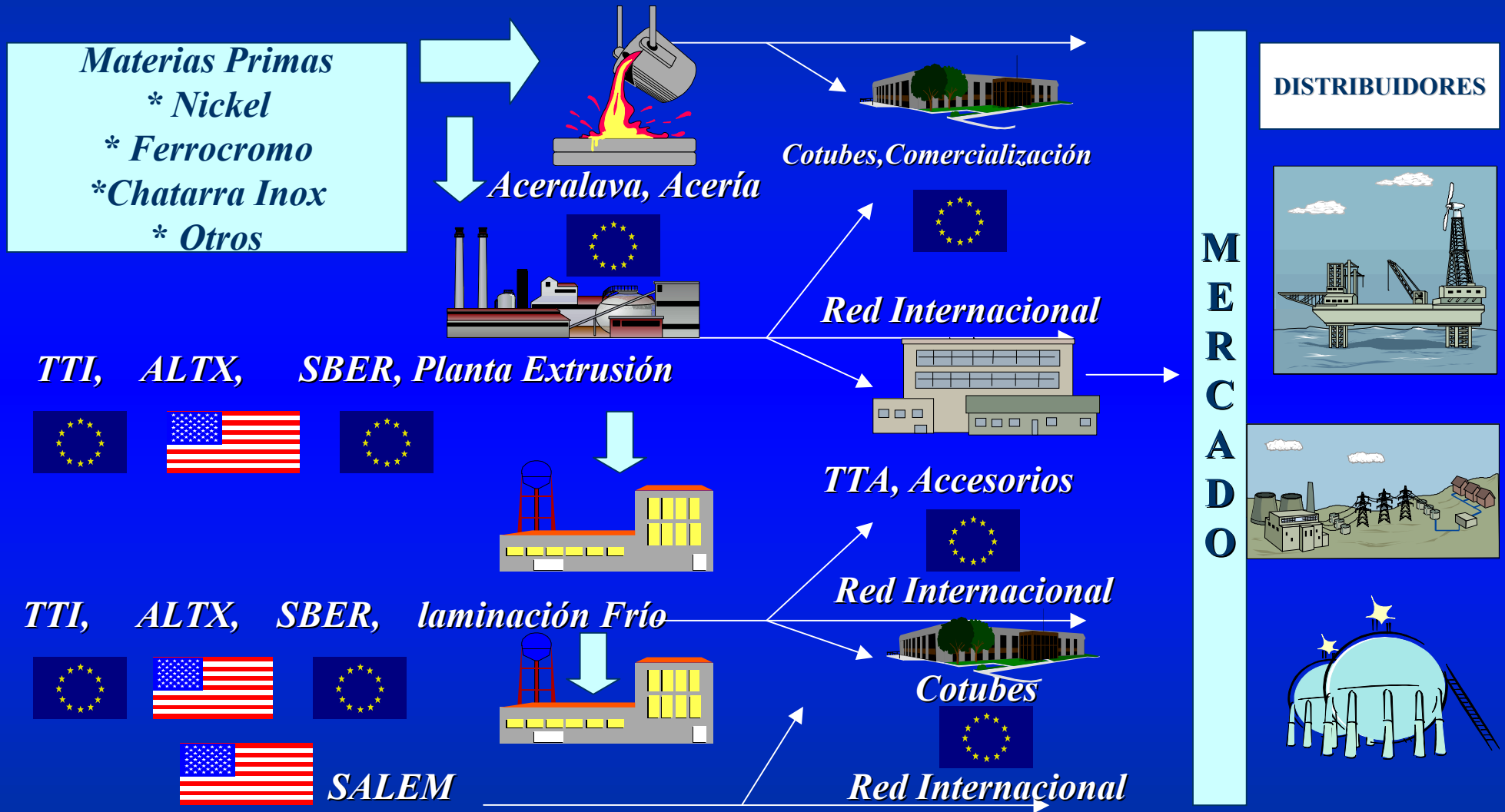
- En el 95 se inicia la senda de la rentabilidad, producto de la reestructuración del Grupo.
- En el 99 se alcanza la dimensión actual tras las adquisiciones de SBER y ALTX (Plan 2003).
- Actualmente el Grupo Tubacex se encuentra centrado en maximizar la rentabilidad con su nueva estructura.

CONDICIONANTES EXTERNOS

- Años 96, 97 y 98: Parte alta del ciclo.
- Años 99, 00 y 01: Parte baja del ciclo
- Año 02: Cambio de tendencia. Recuperación de precios en Europa.



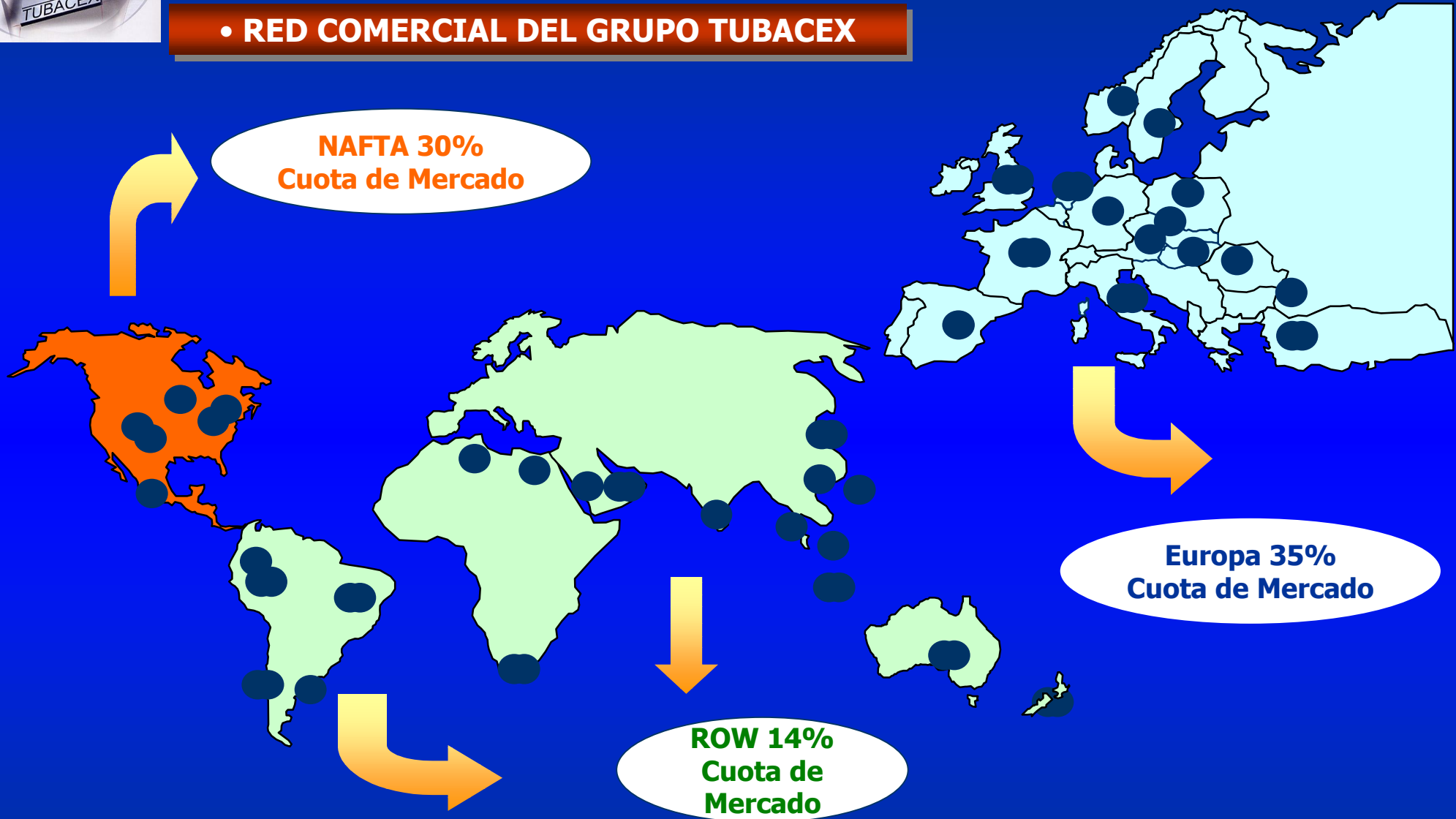
1.3. GRUPO MULTINACIONAL VERTICALMENTE INTEGRADO (1/2)





1.3. GRUPO MULTINACIONAL CON PRESENCIA EN TODO EL MUNDO (2/2)

• RED COMERCIAL DEL GRUPO TUBACEX



Nuestra cuota de mercado mundial en el 2002 se sitúa en el 22%



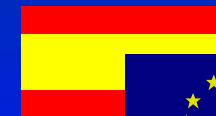
- ACERALAVA-

REDUCCION DE COSTES POR EL DESARROLLO DE SINERGIAS

Productos

BARRAS DE ACERO

- ✓ Palanquillas: 3"-18" (80mm-450mm)
- ✓ Barras Redondas: 5.5"-18" (130mm-450mm)

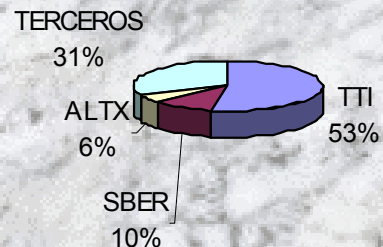


Incremento de las ventas por integración con TTI, SBER y ALTX

VENTAS EN TONS

- ✓ 2000: 47.000 Tn
- ✓ 2001: 57.800 Tn
- ✓ F2002: 62.000 Tn

Orientación de las ventas





- TTI-

LA BASE DE NUESTRO "CORE BUSINESS"

TUBOS SIN SOLDADURA EN ACERO INOXIDABLE

- ✓ ACABADO EN CALIENTE: 3"-8"NPS (88.90-219.08mm OD)
- ✓ LAMINADO EN FRIO: 1/2"-3"NPS (21.34-88.9mm OD)
- ✓ TUBO MECANICO: 50-250 mm OD



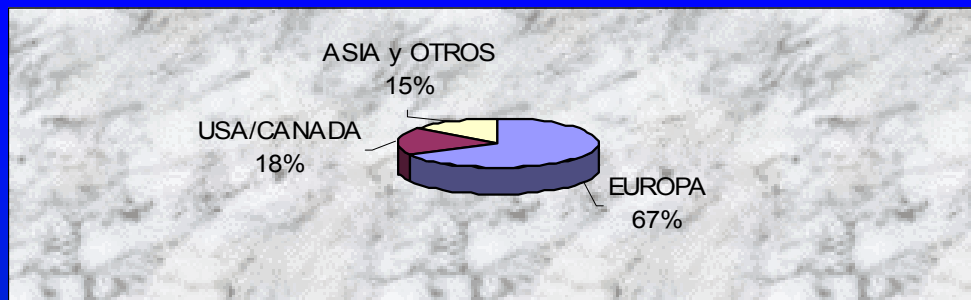
Productos

Liderazgo mundial en costes de producción

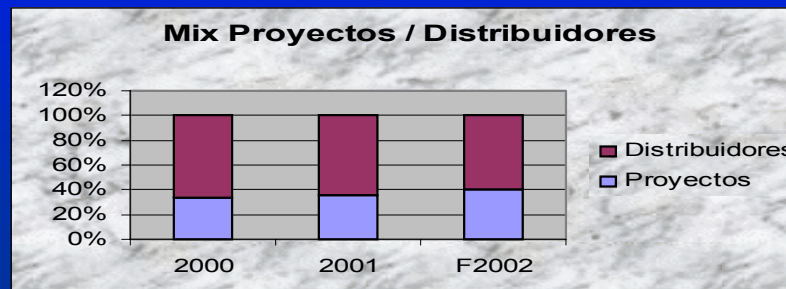
Posicionamiento en el mercado de proyectos: Flexibilidad y servicio

Clara apuesta por la maximización de la rentabilidad y competitividad

Orientación de las ventas



Cliente final





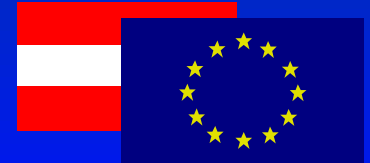
- SBER -

ESPECIALIZACION EN LAS GAMAS DE MAYOR VALOR AÑADIDO

Productos

SEAMLESS STAINLESS STEEL TUBES & PIPES

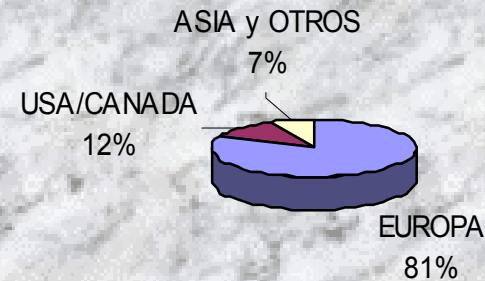
- ✓ ACABADO EN CALIENTE: 2.0"-8" NPS (60.32-219.08mm OD)
- ✓ LAMINADO EN FRIO: 1/8"-8" NPS (6.0-219.08mm OD)
- ✓ TUBO MECANICO: 56-250 mm OD



Mix de producto complementario al de TTI

**Entre el 20 y 30% de sus ventas orientadas al tubo de instrumentación (<25 mm)
Producto de gran valor añadido**

Orientación de las ventas





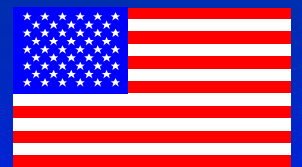
- ALTX-

APUESTA ESTRATEGICA POR EL MERCADO AMERICANO

Productos

SEAMLESS STAINLESS STEEL TUBES & PIPES

- ✓ **ACABADO EN CALIENTE: 3/4"-4"OD (45-140mmOD)**
- ✓ **LAMINADO EN FRIO: 3/4"-4.5"OD (19-101.6mmOD)**
- ✓ **ANGULOS Y PERFILES**



La cuota de mercado del Grupo Tubacex oscila entre el 30 y el 40% en USA y Canadá

Proceso de Start-Up prolongado en el tiempo debido a:

- ✓ **La puesta en marcha del Plan de Inversiones y la consolidación de la eficiencia en producción.**
- ✓ **La situación de la demanda interna USA.**
- ✓ **La consolidación del equipo directivo.**

Se espera una evolución positiva de cara al segundo semestre del año. Break-Even esperado en el último tramo del año 2002 con entrada en rentabilidad en el 2003.

La apuesta estratégica :

- ✓ **Escasa producción nacional vs. importante consumo nacional**
- ✓ **Reactivación de la economía americana**
- ✓ **Plan energético USA**
- ✓ **Política Anti-dumping contra Corea y Japón**



1.4. NUESTRO ACTUAL MODELO DE GESTION

Rentabilidad estructural en todas las unidades de negocio

Competitividad en nuestro proceso productivo

Valor añadido y liderazgo en servicio

Integración y desarrollo de sinergias entre unidades

Racionalización y ahorro en costes de estructura

Solidez financiera y patrimonial

Gestión de la calidad total y política medioambiental



**CREACION DE VALOR Y RETRIBUCION AL
ACCIONISTA CONSISTENTE EN EL
TIEMPO**



1.5. ASPECTOS MAS RELEVANTES

Cartera de pedidos de TTI y SBER hasta Octubre y Noviembre con una sólida base de “Top Clients”

Posición de liderazgo en:

- ✓ la venta al Distribuidor Independiente
- ✓ flexibilidad y servicio en la venta a proyectos
- ✓ los mercados de mayor valor añadido: Europa y NAFTA
- ✓ estructura de costes muy competitiva

Calidad contrastada en todos los productos y procesos del Grupo:

- ✓ ISO 9000 en todas las empresas del Grupo.
- ✓ ISO 14000 en TTI (caliente y frío) y en proceso en Acerálava

Estructuras corporativas para la coordinación de la producción y comercialización de productos

Plantas totalmente modernizadas. Instalaciones productivas “State of the Art”



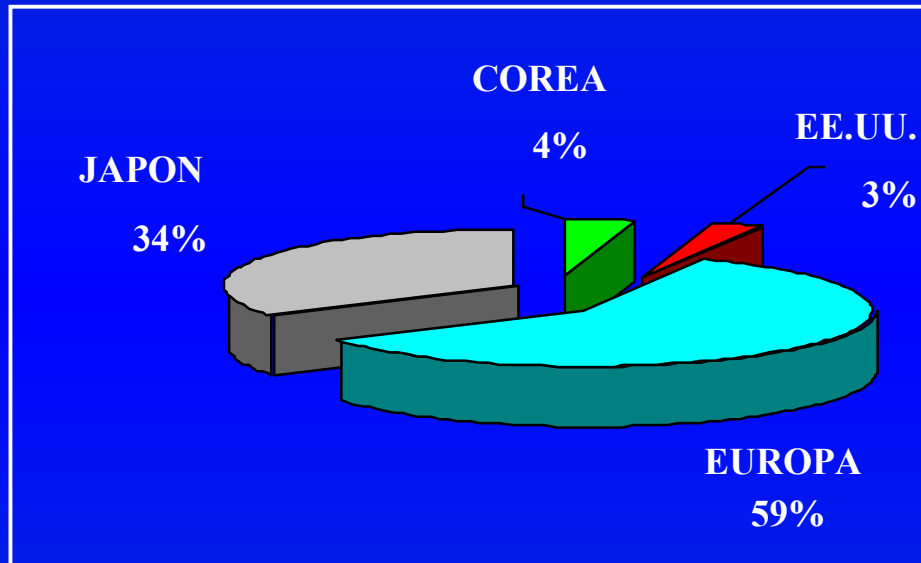
2. MERCADOS Y SECTORES



2.1. PRODUCCION Y CONSUMO MUNDIAL

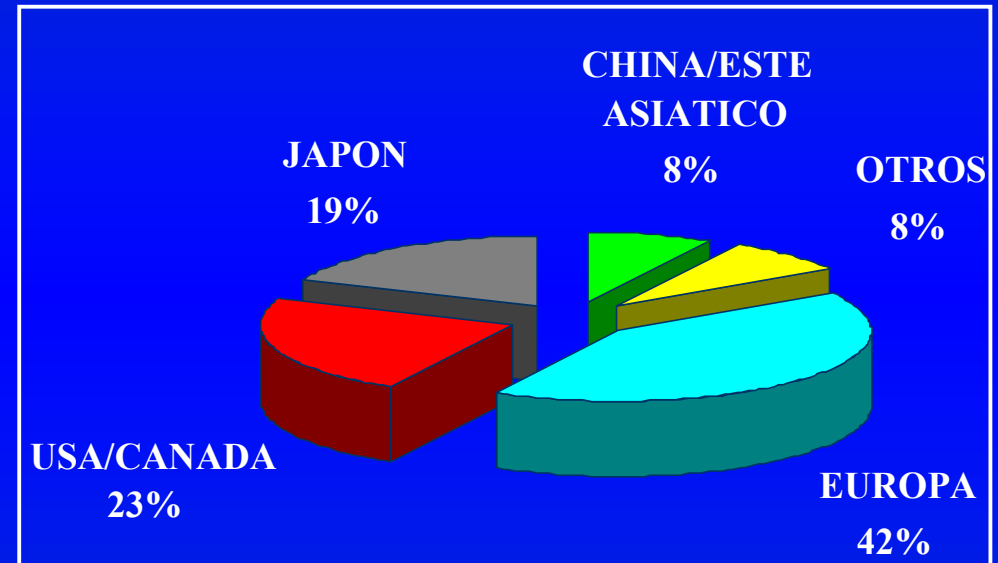
PRODUCCION MUNDIAL 2001

(en % de Tons.)



CONSUMO MUNDIAL 2001

(en % de Tons.)

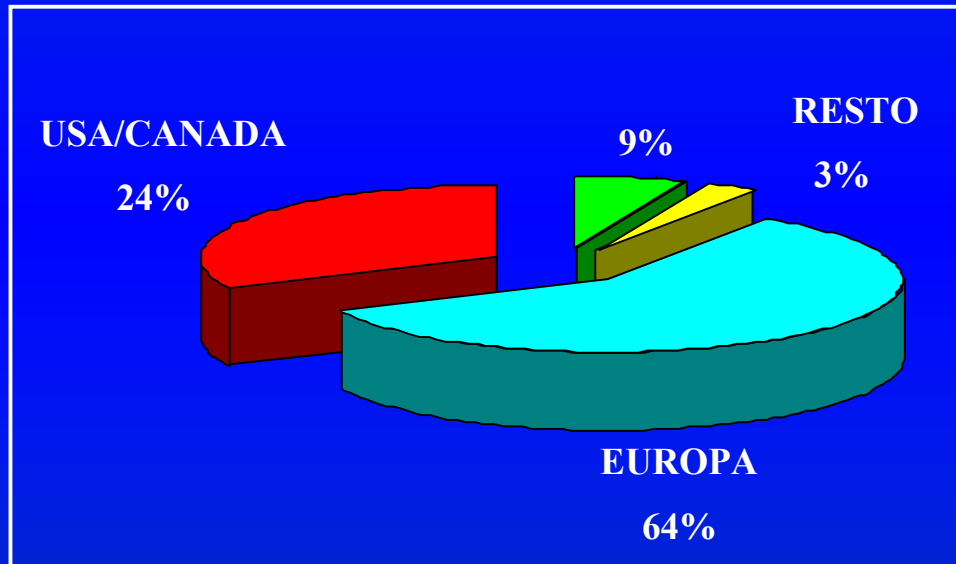


190.000 Tons

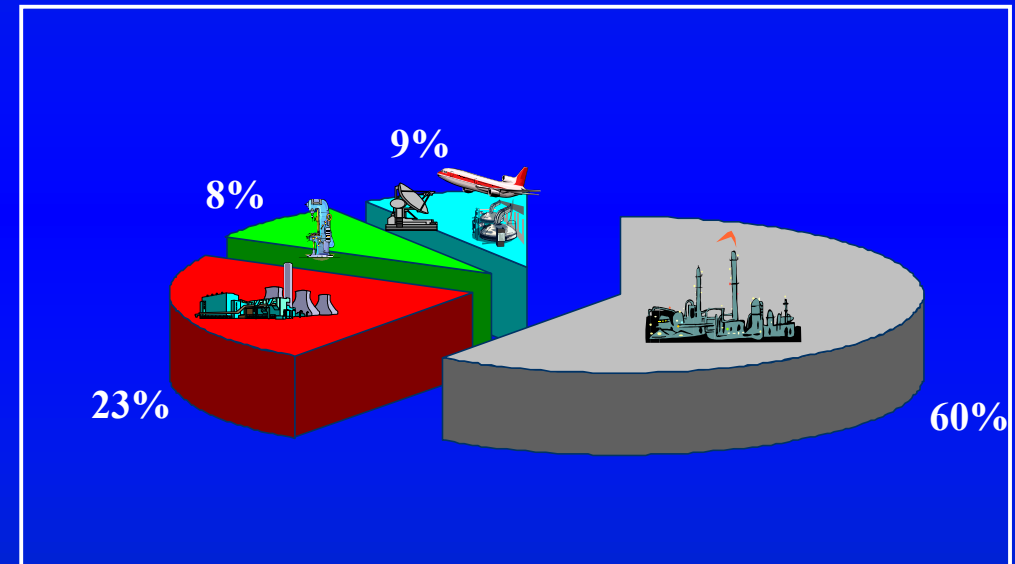


2.2. *DISTRIBUCION DE NUESTRAS VENTAS*

AREA GEOGRAFICA



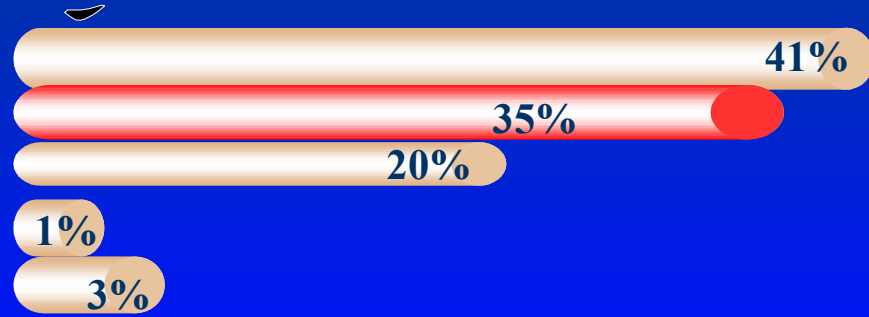
SECTORES DE ACTIVIDAD



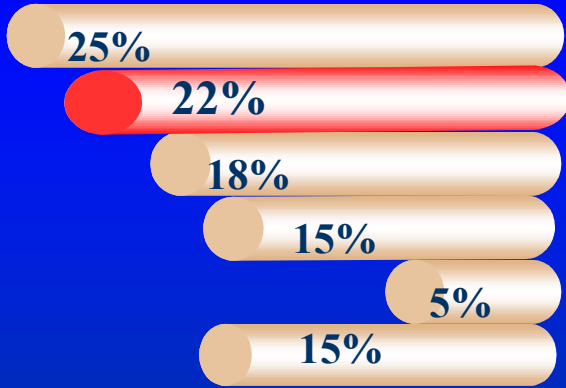


2.3. NUESTRA CUOTA DE MERCADO

E
U
R
O
P
A



M
U
N
D
O





2.4. ASPECTOS SIGNIFICATIVOS

Subida de precios consolidada en Europa

Crecimiento anual continuo (5-6%) favorecido por el efecto sustitución frente a otros materiales

Fuertes barreras de entrada

Menor ciclicidad que otros productos siderúrgicos. La rentabilidad (EBIT/Ventas) oscila entre un 15% (ciclo alto) y un 6% (ciclo bajo)

Entorno cambiante, que en el 2001 se ha reflejado en:

- ✓ **amenaza recesión / desaceleración que ha incidido en la demanda en el mercado USA**
- ✓ **volatilidad en los precios de las materias primas fundamentales (Nickel-Chatarra)**
- ✓ **inestabilidad en mercados de divisas y petróleo**
- ✓ **impacto directo ante la reactivación del Mercado de Proyectos: Plan Energético USA**

Todos los productos del Grupo Tubacex (tubos y redondo) se encuentran excluidos de los aranceles a la importación USA (Cláusula 201)



3. INFORMACIÓN ECONOMICO - FINANCIERA Y BURSATIL



3.1. PRINCIPALES MAGNITUDES

El objetivo corporativo para el 2002 propone niveles de EBIT/Ventas del 8% y ROE del 10%

Millones de Euros	1.995		1.996		1.997		1.998		1.999		2.000		2.001	
VENTAS	157	100,0%	154	100,0%	156	100,0%	163	100,0%	160	100,0%	262	100,0%	287	100,0%
EBITDA	26	16,6%	32	20,7%	31	19,8%	33	20,6%	21	13,2%	35	13,3%	31	10,7%
EBIT	18	11,8%	25	15,9%	23	15,0%	25	15,1%	10	6,5%	19	7,4%	16	5,5%
BENEFICIO NETO	10	6,2%	19	12,2%	21	13,6%	22	13,3%	16	9,9%	15	5,8%	16	5,4%
CASH-FLOW	17	11,1%	26	17,0%	29	18,3%	31	18,8%	27	16,6%	31	11,8%	31	10,7%

Parte alta del ciclo

Parte baja del ciclo

La pérdida de rentabilidad de la parte baja del ciclo se maximizó en el ejercicio 2001

Durante el 2002 se está en proceso de mejora de la rentabilidad con las siguientes figuras:

Objetivo: invertir la tendencia de los años 99, 00 y 01 e iniciar la tendencia positiva



	mar-02	FORECAST 2002
VENTAS	100,0%	100,0%
EBITDA		
EBIT	6,9%	8,0%
BENEFICIO NETO	5,1%	5,7%
CASH-FLOW		



3.2. ASPECTOS SIGNIFICATIVOS

Sólida estructura financiera:

✓ Deuda Neta / FFPP

•2000: 64%
•2001: 53%

✓ FFPP / Total Pasivo

•2000: 46%
•2001: 50%

Reducción en 2001 del 15,7% del endeudamiento financiero

Generación de cash-flow (30 Mill. euros) constante y creciente en los momentos de ciclo alto

Crecimiento del BPA en el año 2001 en un 3,5%

Política de inversiones rigurosa y basada en el Pay-Back: 2001 17 MM Euros, F2002 11 MM Euros y F2003 6 MM Euros

Sólida política de remuneración al accionista (Pay-out entre el 30 y 40% del resultado del ejercicio):

- ✓ 2001: Dividendo de 0,03 euros por acción y amortización del 2% del capital.
- ✓ 2002: Dividendo de 0,042 euros por acción.

Incremento
del
dividendo
del 40%



3.3. INFORMACIÓN BURSÁTIL (1/2)

	1997	1998	1999	2000	2001	F2002
Nº Acciones (Miles)	135.674	135.693	135.693	135.693	132.978	132.978
Cotización (Euros/Acción)	2,40	1,77	1,90	1,10	1,24	1,70
Capitalización (Mill/Euros)	325,6	240,2	257,8	149,3	164,9	226,1
Fondos Propios (Mill Euros)	124,2	139,0	148,3	158,6	168,1	180,0

Amortización de acciones propias

LA SITUACIÓN PATRIMONIAL Y EL POTENCIAL DE CRECIMIENTO EN RENTABILIDAD DEL GRUPO NO SE CORRESPONDE CON SU VALORACIÓN EN BOLSA INFERIOR A LA SITUACION PREVIA A LAS ADQUISICIONES Y REFLEJO DE UN CICLO BAJO EN RESULTADOS



3.3. INFORMACIÓN BURSÁTIL (2/2)



✓ Revalorización superior al 35% desde comienzo del ejercicio 2002.

✓ Gran potencial de crecimiento dado que se cotiza por debajo del nivel del 99 (fecha de adquisición de la dimensión actual).



- **BOLETÍN TRIMESTRAL DE INFORMACIÓN A LOS ACCIONISTAS**
- **OFICINA DEL ACCIONISTA:**
 - **Teléfono: + 34 94 671 93 00**
 - **Dirección: TRES CRUCES 8, LLODIO 01400, ALAVA, ESPAÑA**
- **RELACIONES CON INVERSORES**
D. GERMAN QUIJANO
- **INFORMACIÓN EN INTERNET:**
 - **<http://www.tubacex.com>**

EL GRUPO TUBACEX

