



TUBOS REUNIDOS, S.A.

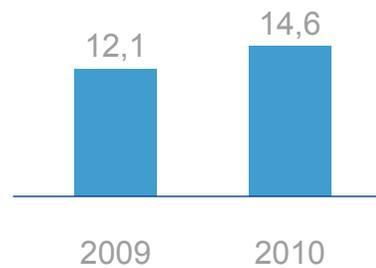
JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS 2011

INFORME FINANCIERO 2010

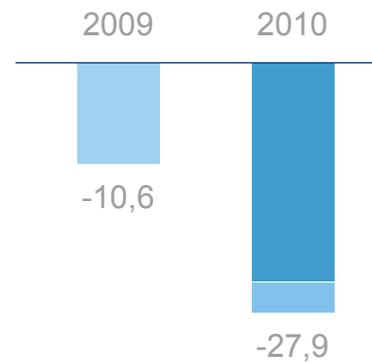


RESULTADOS DEL GRUPO

BENEFICIO OPERACIONES
CONTINUADAS:



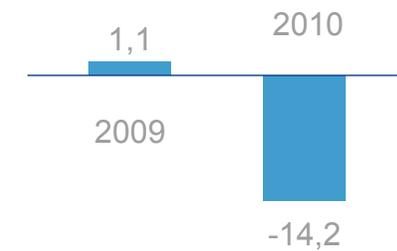
RESULTADO OPERACIONES
NO CONTINUADAS:



21,2 = Provisión
salida negocio
distribución

6,7 = Pérdidas
actividades no
continuas

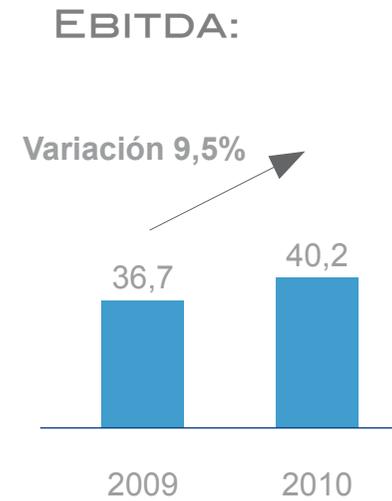
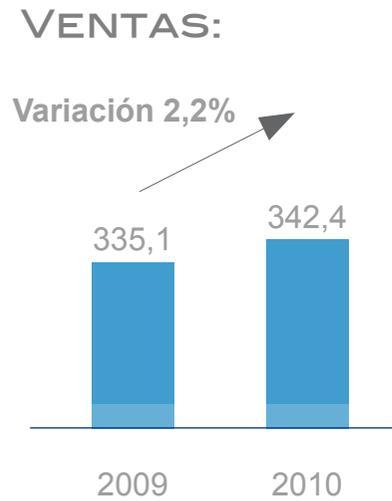
RESULTADO NETO*:



* después de minoritarios

(Millones €)

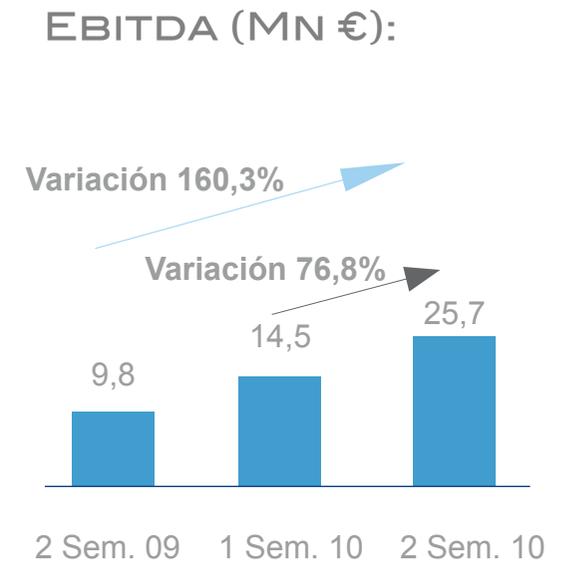
VENTAS Y EBITDA



ACELERACIÓN EN EL SEGUNDO SEMESTRE

→ Variación 2º semestre 2010 vs. 2º semestre 2009

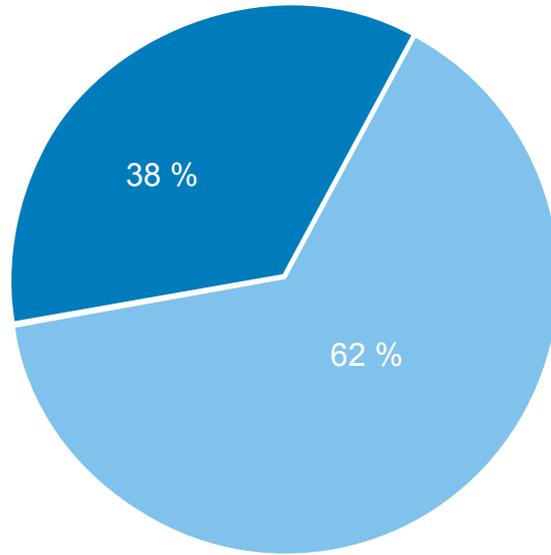
→ Variación 2º semestre 2010 vs. 1 semestre 2010





SE MANTIENE LA ESPECIALIZACIÓN

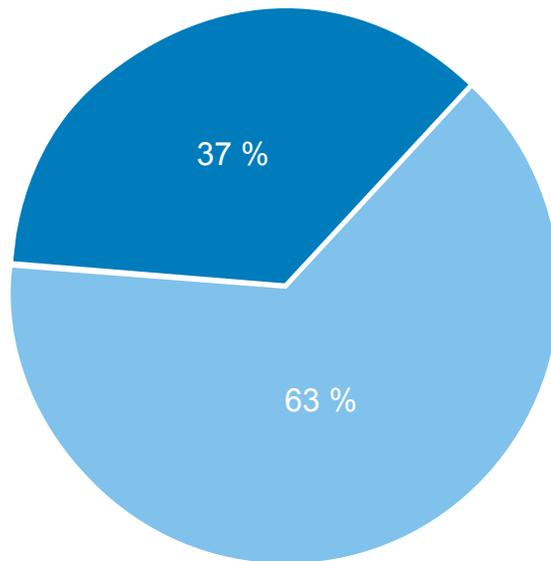
2009



ESPECIALIZACION
POR PRODUCTO:

- Estándar
- Especial

2010

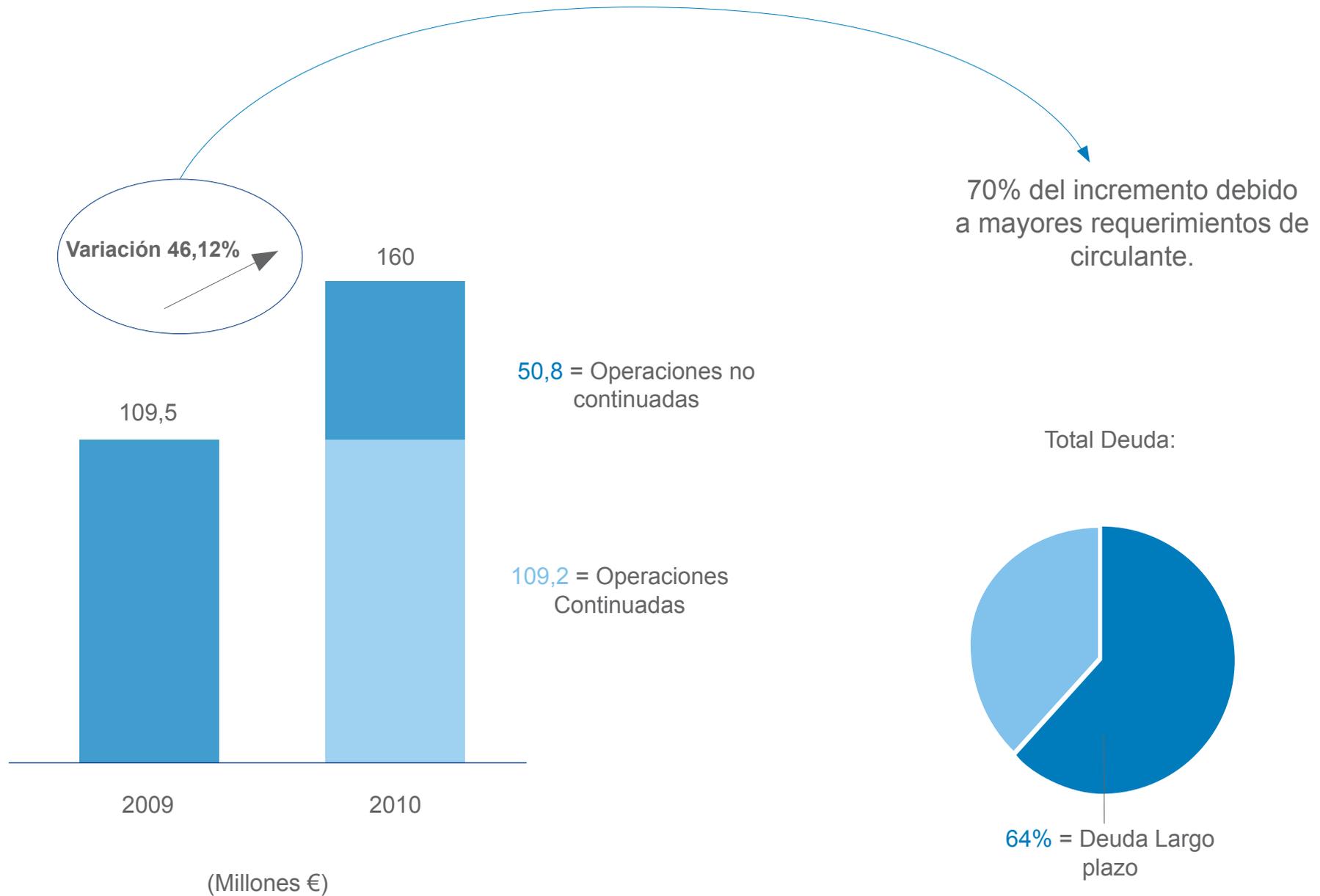


INVERSIONES

	2009	2010	
EBITDA	36,7	40,2	
AMORTIZACION	19	21	(Millones €)
INVERSIONES	37,7	29	



ENDEUDAMIENTO



PLAN ESTRATÉGICO 2011 - 2014

Posición Global

85 % ventas mercado internacional.

Especialización

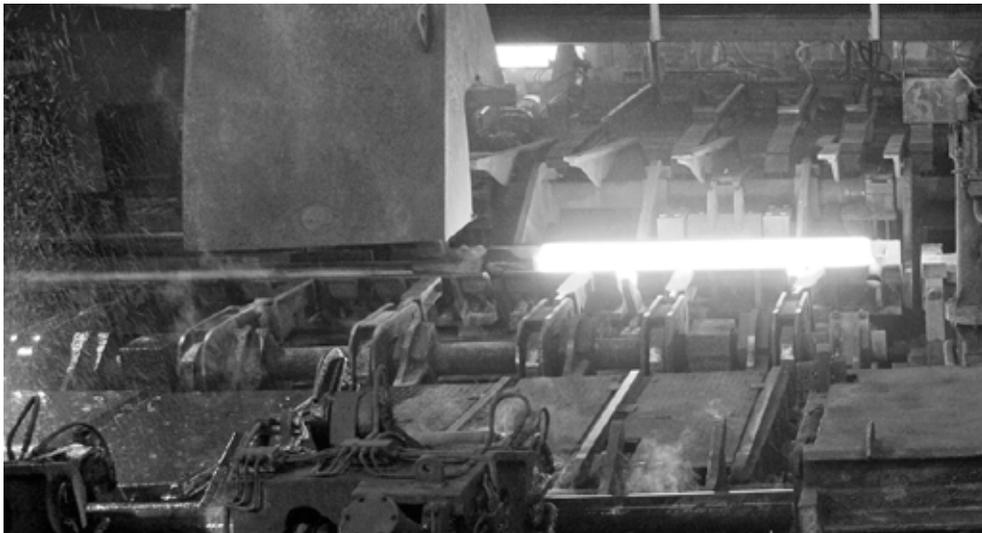
63 % producto de alto valor añadido.

Solidez Financiera

Deuda financiera a largo plazo 64 %.

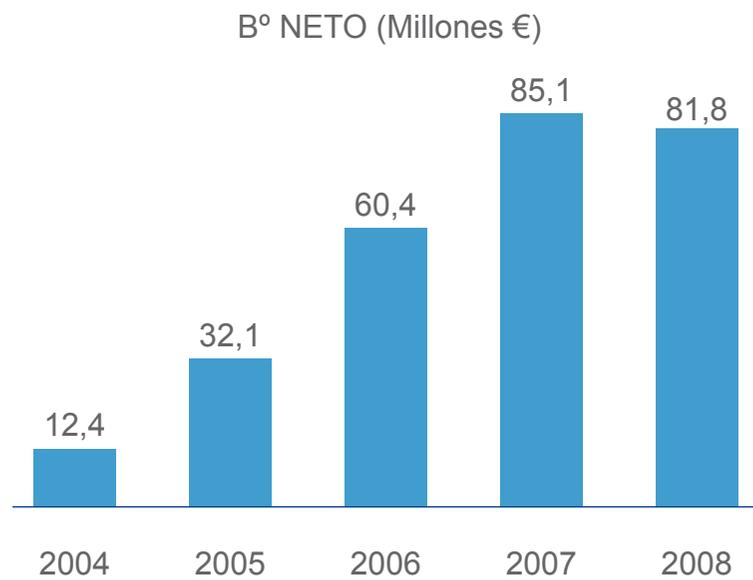
Modelo de Negocio Diferencial

Basado en la flexibilidad que da nuestro tamaño.



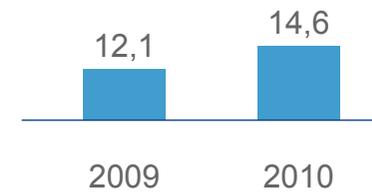


TRAYECTORIA DE RESULTADOS



DE 2004 A 2008

Beneficio Operaciones Continuas
(Millones €)



2009 - 2010



SITUACIÓN DEL SECTOR DE TUBOS SIN SOLDADURA

Crecimiento en la demanda del sector del 3% anual

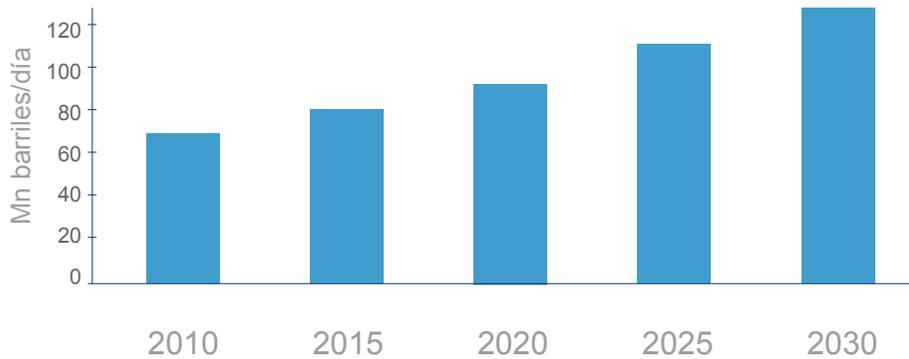


Fuente SBB
(Steel Business Briefing)

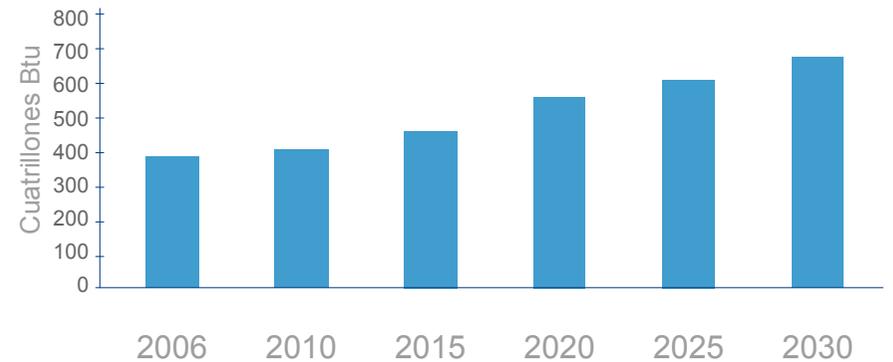
impulsado por:

Inversiones en el sector
del oil & gas

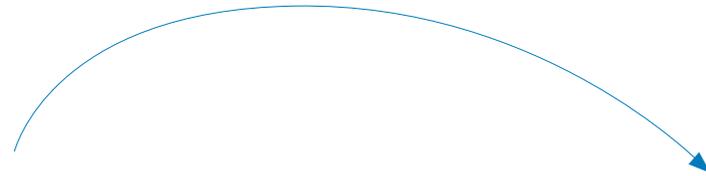
Crecimiento del sector de la energía



Fuente IEA (International Energy Agency)



Fuente IEA (International Energy Agency)





OBJETIVO PERMANENTE:

Creación de valor para el accionista

OBJETIVO DE POSICIONAMIENTO 2014:

- + ENFOQUE GLOBAL
- + PRODUCTO DE ALTO VALOR AÑADIDO
- + MÁXIMO NIVEL DE COMPETITIVIDAD.

SOBRE LA BASE DE :

- LA **SELECCIÓN** DE LOS PRODUCTOS Y MERCADOS ÓPTIMOS
- CON UN ENFOQUE CLARO EN EL **CUIDADO** DE LA CALIDAD Y EL SERVICIO COMO **FACTOR DIFERENCIADOR**
- CON UN **COSTE COMPETITIVO**
- UNA **SÓLIDA POSICIÓN FINANCIERA**

1. SALIDA PROGRESIVA DE NEGOCIOS NO ESTRATÉGICOS

Objetivos:

1. Incrementar los márgenes de rentabilidad del Grupo.
2. Reducir el endeudamiento del Grupo.
3. Concentrar todos los esfuerzos económicos y de gestión en el negocio de Tubos sin soldadura.

NEGOCIO ESTRATÉGICO FABRICACIÓN DE TUBOS SIN SOLDADURA



Fabricación de tubos de grandes dimensiones.

- Diámetro: 190 - 508 mm.
- Espesor: 6,30 - 100 mm.
- Carbono, altas aleaciones e inoxidable.



Fabricación de tubos de pequeña y mediana dimension.

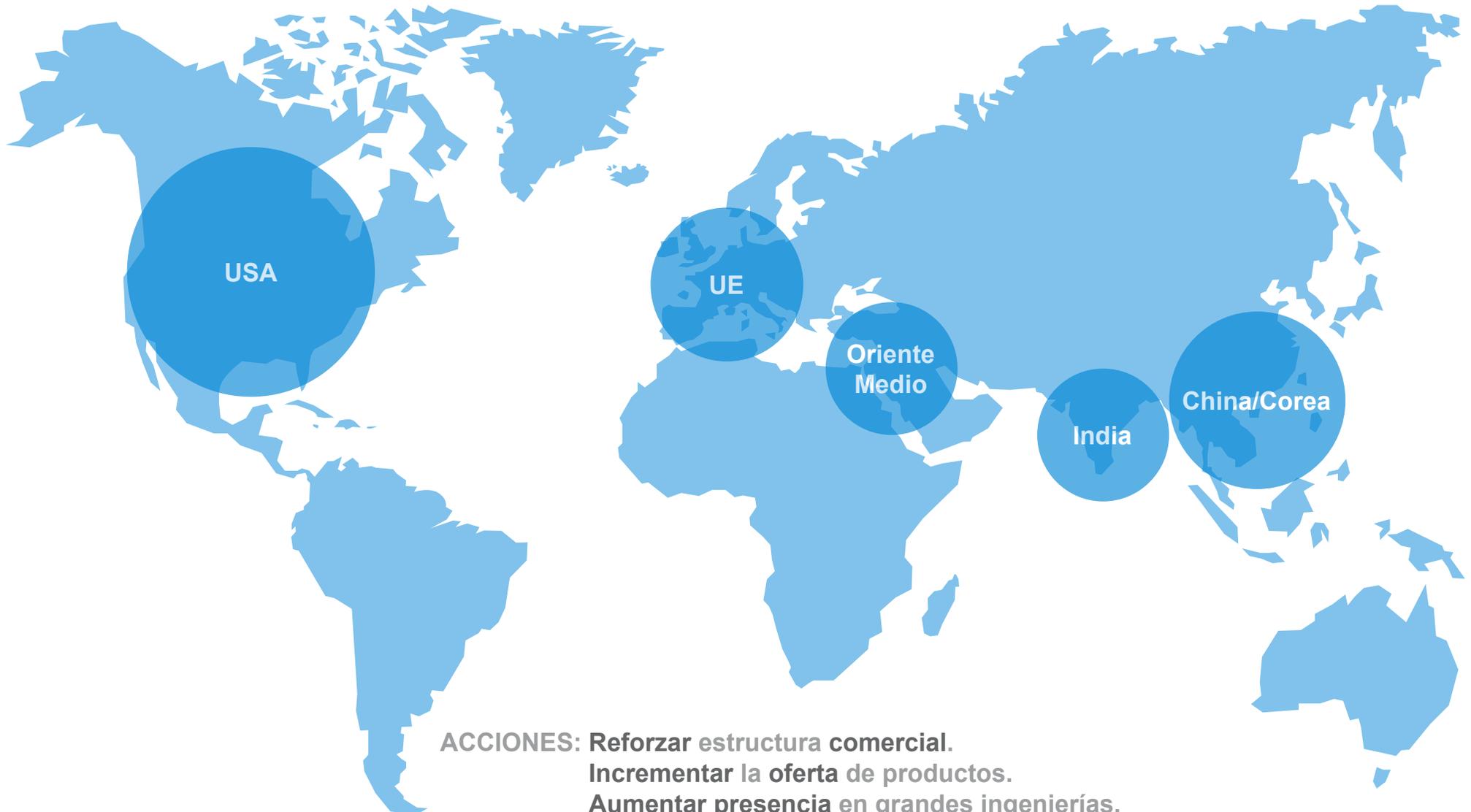
- Diámetro: 26,7 - 180 mm
(6 - 120 mm estirado en frío).
- Espesor: 2,6 - 19 mm.
- Carbono, aleados y altas aleaciones.

2. POSICIONAMIENTO GLOBAL

OBJETIVOS: Reforzamiento posición en Petróleo & Gas.
Incremento de cuota en generación de energía.

Apuesta por el sector energético:

2010 - 80% → 2014 - 90%



ACCIONES: Reforzar estructura comercial.
Incrementar la oferta de productos.
Aumentar presencia en grandes ingenierías.
Acuerdos estratégicos con proveedores de componentes clave en OCTG.
Homologaciones en nuevos clientes.

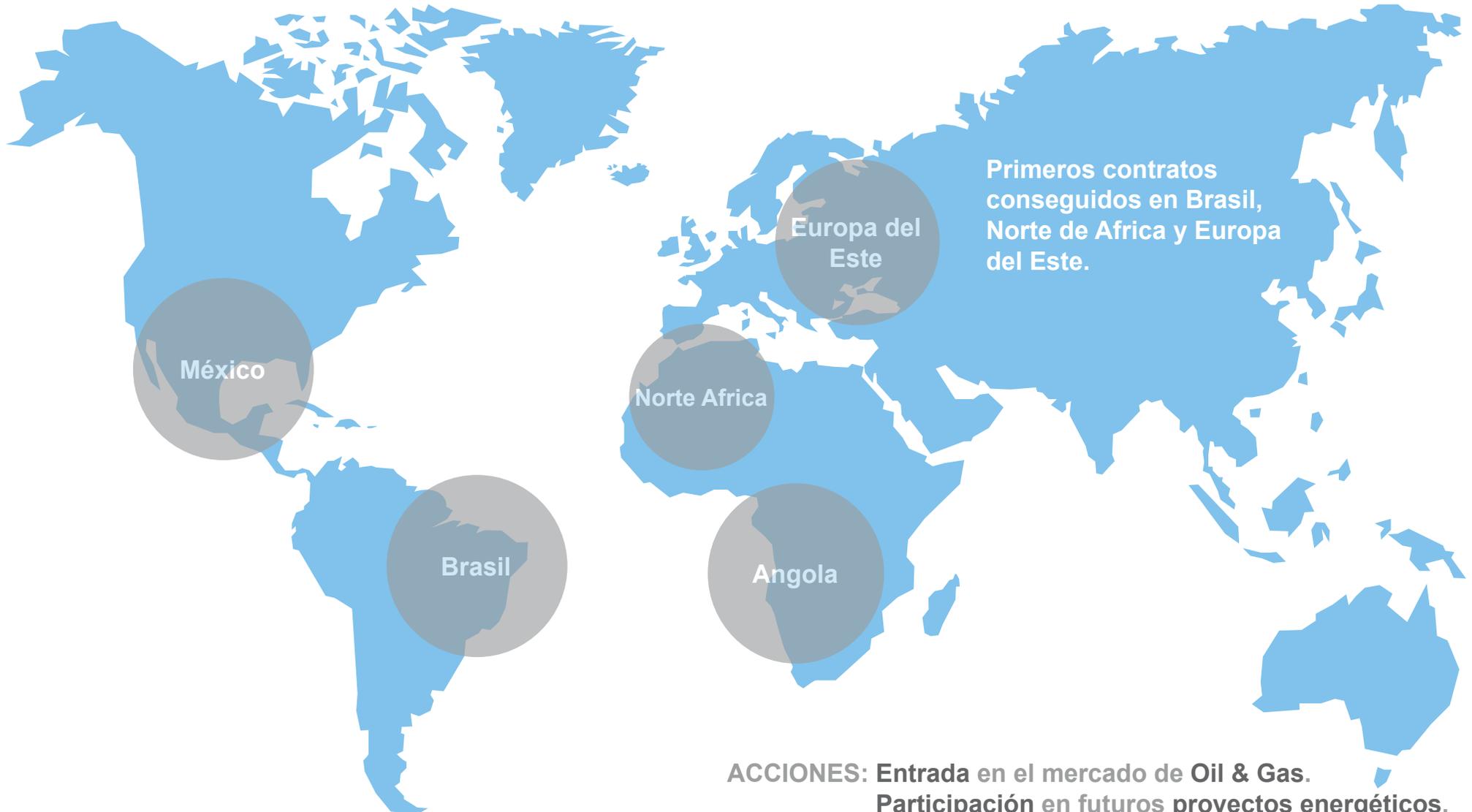
● Afianzar Posicionamiento

2. POSICIONAMIENTO GLOBAL

OBJETIVO: Entrada en mercados de alto crecimiento.

Incremento de cuota en mercados emergentes

Ventas en 2014 —> >10% de las ventas totales



● Nuevo Mercado

ACCIONES: Entrada en el mercado de Oil & Gas.
Participación en futuros proyectos energéticos.
Oferta diferencial.
Acuerdos con clientes/fabricantes locales.

2. POSICIONAMIENTO GLOBAL

DIFERENCIACIÓN EN CALIDAD Y SERVICIO

Plazos de entrega menos de 3 meses.

Flexibilidad de adaptación a las exigencias de los clientes.

Alta competitividad en calidad del producto.

Acabado del producto.

Claves de nuestro éxito ante pedidos complejos y base de nuestro modelo de negocio diferencial.

MEJORAR SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

3. DESARROLLO DE PRODUCTO



TRI :

OBJETIVOS

- **Incrementar** en 38.000 Tn el **volumen** de tubo especial como vía de diferenciación.
- Entrada en nuevos mercados a través de **nuevos productos** (tubo largo para calderas HRSG).

ACCIONES

- Inversiones en I+D
 - **Acabado** del tubo
 - **Calidad** del acero
 - **Longitud** de los tubos

3. DESARROLLO DE PRODUCTO

PT :

OBJETIVOS

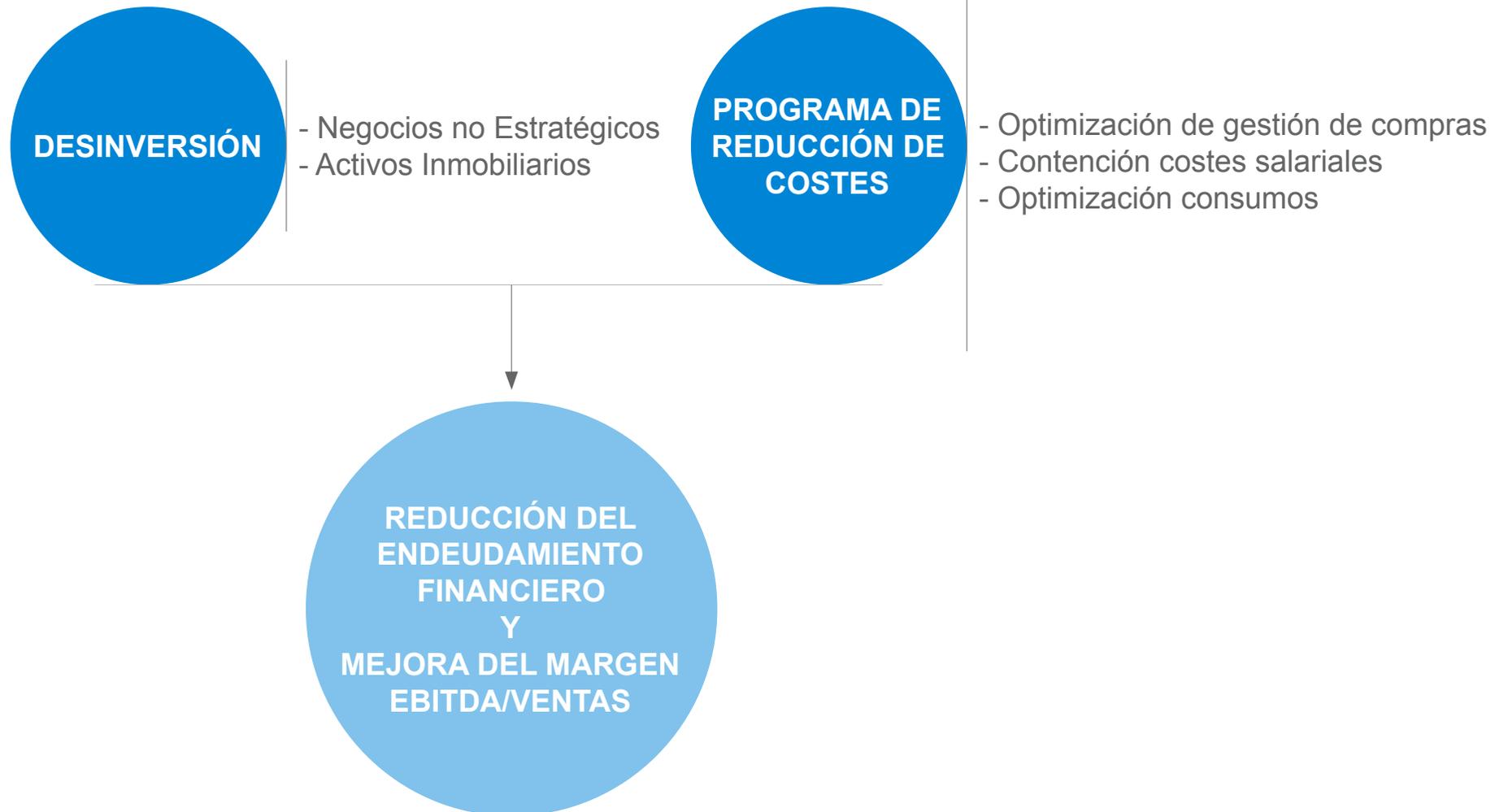
- Reforzar su oferta de producto diferencial.
- Posición de liderazgo en tubos de gran dimensión, de alta aleación e inoxidables.
- 12-15% de las ventas en tubos de más de 20"

ACCIONES

- Capacitación de la fábrica para producir tubos de hasta 28" de diámetro exterior.
- Incrementar la longitud de los tubos.
- Superación de limitación en espesores bajos para tubos grandes > 20", capacidad de tratamiento térmico, diámetro interior controlado y ciertas calidades de inoxidable.



4. CONSOLIDACIÓN FINANCIERA-MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD



PUESTA EN MARCHA DEL PROCESO CORPORATIVO 2011-2016

DEFINICIÓN, ALCANCE Y PUESTA EN EJECUCIÓN DEL TAMAÑO Y LA ESTRUCTURA DE NEGOCIO QUE DEBE TENER TR PARA SU CONSOLIDACIÓN GLOBAL



- **Análisis e identificación de oportunidades en mercados y clientes estratégicos.**





PUESTA EN EJECUCIÓN EN PARALELO CON EL PLAN ESTRATÉGICO

**ESTRATEGIA DE
CRECIMIENTO**

PREVISIONES FINANCIERAS 2011 - 2014

- Crecimiento de ventas en más de un 70% en el negocio de tubos sin soldadura.
- Margen EBITDA superior al 20%.
- Dividendos: payout 30 %
- Inversiones 25 mill €/Año
- Endeudamiento menor 1xEBITDA

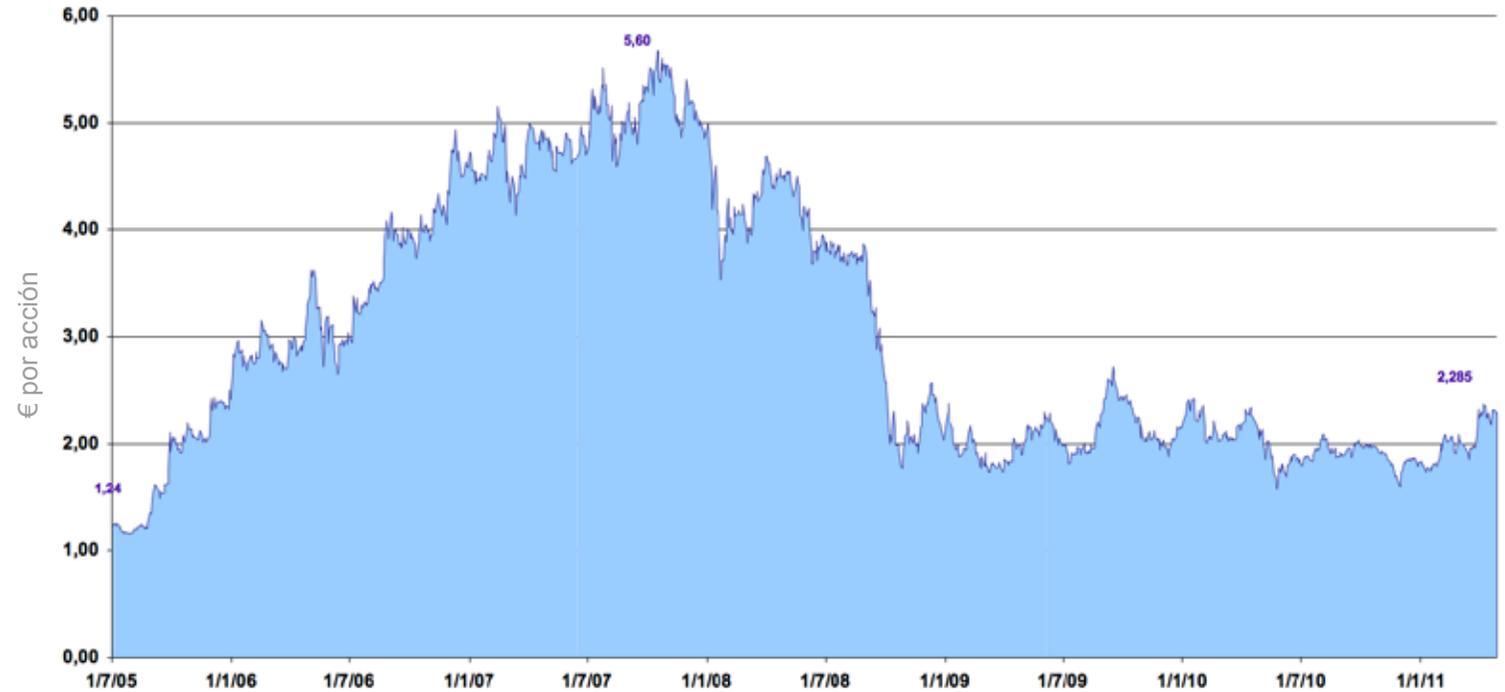
EVOLUCIÓN BURSÁTIL

EVOLUCIÓN BURSÁTIL

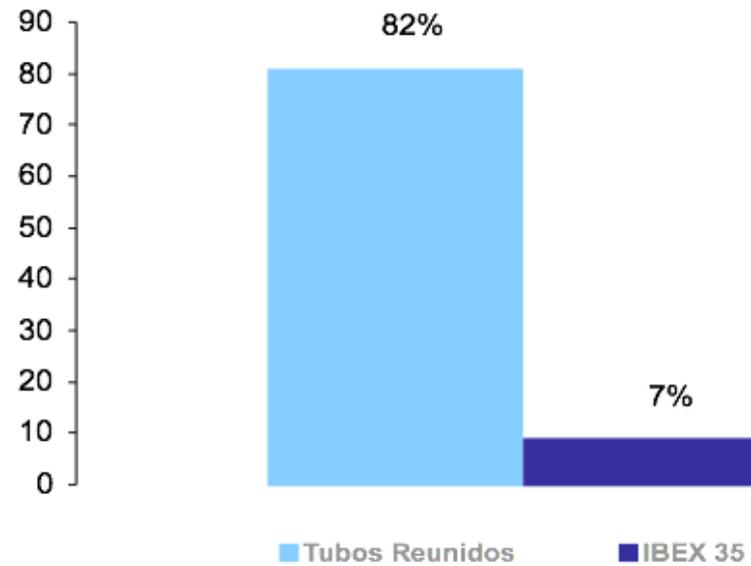
Desde Julio 2005* hasta
Abril 2011.

*Inicio cotización mercado continuo

Cotización acción



% variación de la cotización de TR vs IBEX 35



RELACIONES CON INVERSORES

- **CONSENSO DE ANALISTAS 100% POSITIVO**
- **CONTACTO CON + DE 80 INVERSORES INSTITUCIONALES**
- **ATENCIÓN CONTINUADA AL INVERSOR MINORISTA**
- **MAYOR VISIBILIDAD EN PRENSA ECONOMICA**
- **CONTRATO DE LIQUIDEZ NORBOLSA**

RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2011



MENSAJES CLAVE

TÓNICA POSITIVA PRINCIPALES MERCADOS

- ESTADOS UNIDOS, EUROPA, LEJANO ORIENTE

MEJORA DEL MIX DE PRODUCTOS CONTRATADOS

- REVITALIZACIÓN PROYECTOS POWER GEN

ESTRICTO CONTROL DE COSTES

MANTENIMIENTO SOLIDEZ FINANCIERA



RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2011

DATOS CLAVE

	1T 2011	1T 2010
VENTAS	119,5	77,6
EBITDA	17,1	5,0
BENEFICIO NETO	7,2	0,1

Millones de €

Asentándonos en la recuperación...

PROPUESTA DE ACUERDOS

PRIMERO.-

APROBAR LAS CUENTAS ANUALES (INDIVIDUALES Y CONSOLIDADAS) DEL EJERCICIO 2010, Y LA GESTION SOCIAL DEL CONSEJO DE ADMINISTRACION

SEGUNDO.-

COMPENSAR EL RESULTADO NEGATIVO DEL EJERCICIO 2010 DE 14.618.019,25 EUROS CON LAS RESERVAS VOLUNTARIAS DE LA SOCIEDAD.

TERCERO.-

REELEGIR COMO AUDITOR DE CUENTAS POR UN AÑO A PRICEWATERHOUSECOOPERS

CUARTO.-

MODIFICAR EL ARTÍCULO 15 DE LOS ESTATUTOS SOCIALES SOBRE LA JUNTA GENERAL PARA ADECUARLO AL ARTICULO 175 DE LA LSC REFERIDO AL LUGAR DE CELEBRACION DE LA JUNTA. SE INCORPORA UN PAR-RAFO QUE DICE:

**“LA JUNTA SE CELEBRARA EN EL LUGAR QUE DETERMINE EL ORGANO
DE ADMINISTRACION DENTRO DEL TERRITORIO NACIONAL”**

QUINTO.-

AUTORIZAR LA ADQUISICION DE ACCIONES PROPIAS

SEXTO.-

FACULTADES Y APODERAMIENTOS EN RELACION CON LOS ACUERDOS ANTERIORES