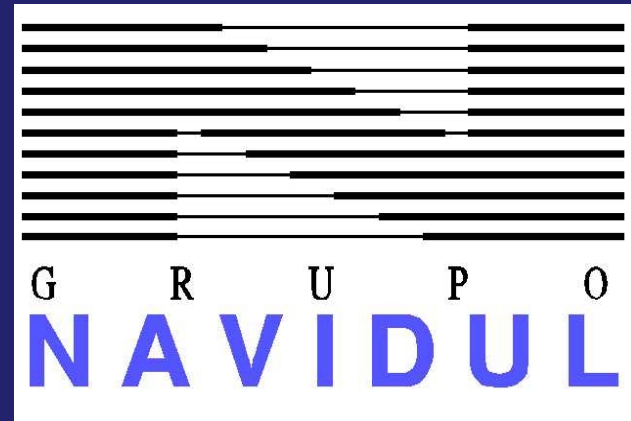




Presentación Analistas

7 DE JUNIO DE 2.000



LA UNION DE DOS LIDERES



INDICE

- Resumen Ejecutivo
- Descripción de Navidul**
- Razonamiento Estratégico
- Descripción de la Transacción
- Análisis Financiero
- Resumen



Resumen Ejecutivo

- ➔ La siguiente presentación analiza la fusión por absorción de Navidul por parte de Campofrío, que se materializará mediante una combinación de canje de acciones y pago en efectivo
- ➔ El grupo resultante conseguirá, entre otros, los siguientes objetivos:
 - ⇒ Un claro **liderazgo** en el mercado cárnico español
 - ⇒ Alcanzar una **masa crítica** importante para competir a escala internacional
 - ⇒ Obtener una **mayor capitalización y liquidez**
 - ⇒ **Consolidación del mercado** nacional, dificultando la creación de competidores de gran tamaño
- ➔ Adicionalmente, la fusión permitirá la creación de valor para los accionistas de Campofrío y Navidul mediante la consecución de **importantes sinergias.**
- ➔ Navidul mantenía avanzadas conversaciones para realizar una transacción similar con Sara Lee, con el fin de integrar sus operaciones en España.



INDICE

- Resumen Ejecutivo
- Descripción de Navidul
- Razonamiento Estratégico
- Descripción de la Transacción
- Análisis Financiero
- Resumen



Historia de crecimiento de Navidul



Se funda el Grupo Navidul

Navidul inaugura su fábrica de Torrijos, comenzando sus actividades productivas

La fábrica de Candelario comienza a producir productos Ibéricos

Apertura de la fábrica en Olias

Apertura de la fábrica de Puebla de Valverde (Teruel)

Apertura de la fábrica "Jamones de Soria"

Navidul adquiere Revilla (Industrias Revilla, S.A. y Hermanos Revilla Dos, S.A.) a Unilever

Acuerdos internacionales con Fleury Michon y Fratelli Beretta

Acuerdos internacionales con ConAgra (USA) y con Nippon Meat Packers (Japón)



Capacidad Productiva



Torrijos (Toledo):

Elaboración de Jamón Curado de cerdo blanco (750.000 piezas/año).
Centro de transformación: Deshuesado y Loncheado



Olias del Rey (Toledo):

Elaboración de Jamón Curado de cerdo blanco (1.000.000 piezas/año).



Trujillo (Cáceres):

Elaboración de Jamón Curado blanco e ibérico (950.000 piezas/año jamón blanco, 150.000 piezas/año jamón ibérico, 400.000 piezas/año jamón G.R.)



Candelario (Salamanca):

Elaboración de Jamón y Paleta de cerdo ibérico (200.000 piezas/año).
Elaboración de embutidos ibéricos (2.300 Tms/año)



Olvega (Soria):

Elaboración de Embutidos Curados de cerdo blanco
(21.800 Tms/año)



Soria:

Elaboración de Embutidos Cocidos, Fiambres y Salchichas
(20.000 Tms/año)



Los Rabanos (Soria):

Elaboración de Jamón Curado de cerdo blanco
(750.000 piezas/año)



Puebla de Valverde (Teruel):

Elaboración de Jamón Curado blanco
(700.000 piezas/año)



Posicionamiento de Navidul

MARCA

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

PRODUCTOS Y SEGMENTOS



Canal alimentación y hostelería

- Jamones blancos, segmento alto
- Jamones y paletas ibéricas, segmento medio
- Embutidos ibéricos, segmento alto
- Embutidos blancos (Salamanca), segmento alto



Canal alimentación y hostelería

- Jamones y paletas blancos, segmento medio
- Embutidos blancos, segmento medio - alto
- Embutidos ibéricos, segmento medio
- Productos cocidos y loncheados, segmento medio - alto



Canal alimentación tradicional y hostelería

- Jamones blancos, segmento medio

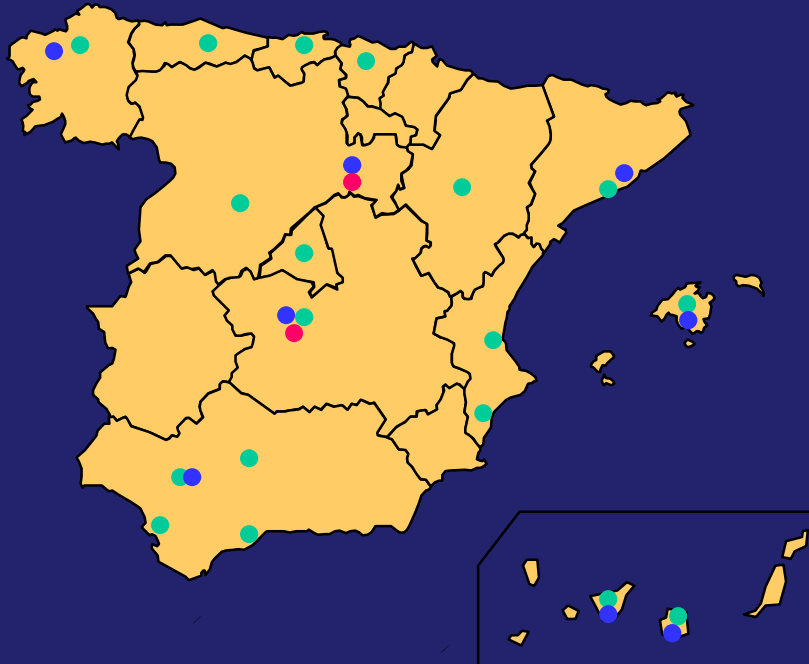


Hostelería

- Jamones y paleta ibéricas, segmento alto
- Embutido ibérico, segmento alto



Estructura Comercial y Logística



- Delegaciones Comerciales
- Centros Logísticos
- Plataformas de Distribución

Delegaciones Comerciales:

- Alicante
- Asturias
- Barcelona
- Coruña
- Córdoba
- Jerez de la Frontera
- Las Palmas
- Madrid
- Málaga
- P. Mallorca
- Sta Cruz Tenerife
- Santander
- Sevilla
- Torrijos
- Valencia
- Valladolid
- Vizcaya
- Zaragoza

Centros Logísticos:

- Baleares
- Barcelona
- Galicia
- Las Palmas
- Olvega
- Sevilla
- Torrijos
- Tenerife

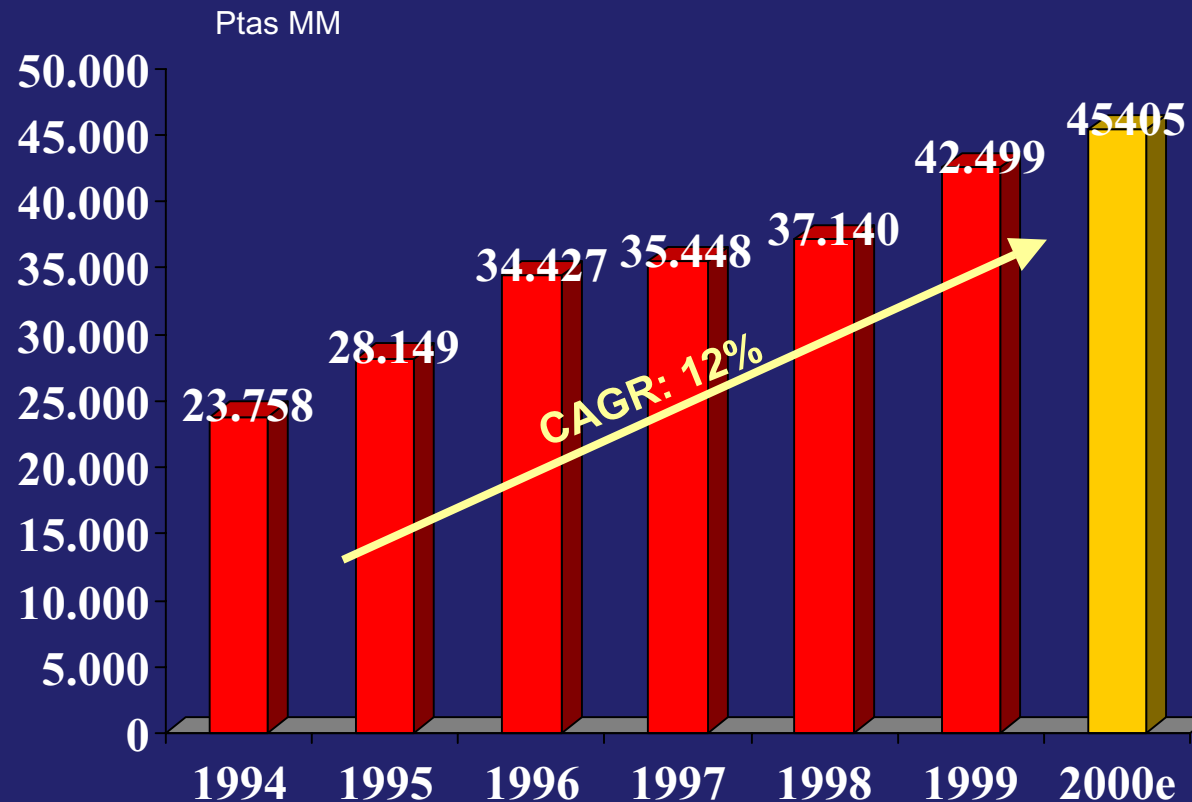
Plataformas de Distribución:

- Torrijos
- Olvega



Evolución Reciente

FUERTE CRECIMIENTO DE VENTAS



- Crecimiento medio anual de las ventas del 12% en los últimos 6 años

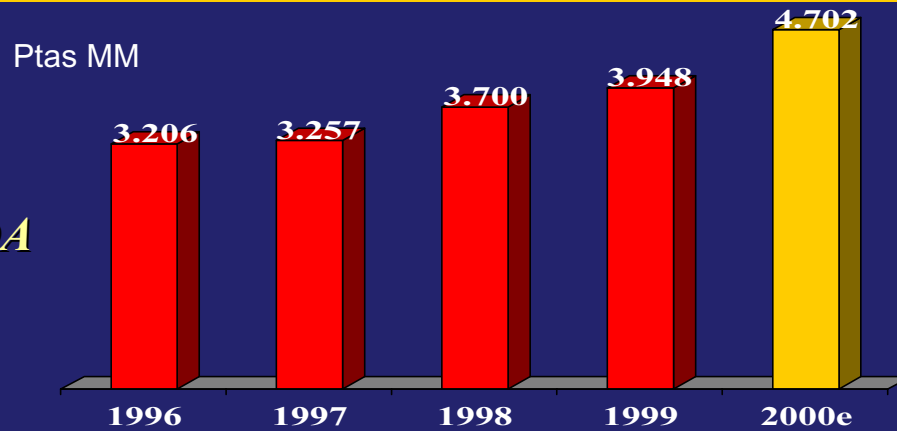
Fuente: Cuentas anuales de Grupo Navidul



Evolución Reciente

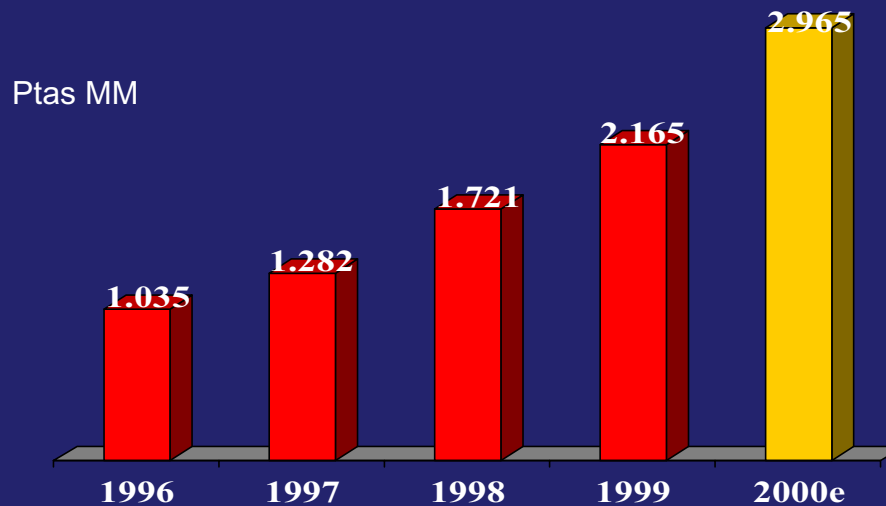
CON MEJORA DE RESULTADOS

EBITDA



•Margen EBITDA en torno al 10%

BAI



•Crecimiento del beneficio antes de impuestos a una TACC del 28% en los últimos 4 años



INDICE

- Resumen Ejecutivo
- Descripción de Navidul
- Razonamiento Estratégico
- Descripción de la Transacción
- Análisis Financiero
- Resumen



Razonamiento Estratégico

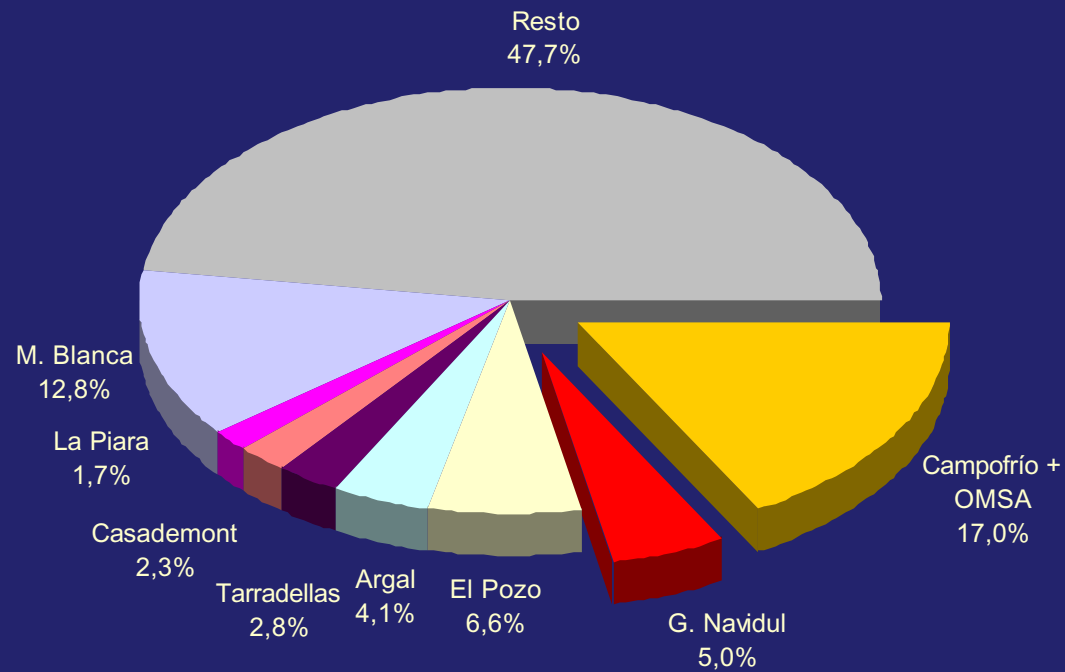




Consolidación del Mercado Español

LÍDER INDISCUTIBLE DEL MERCADO ESPAÑOL

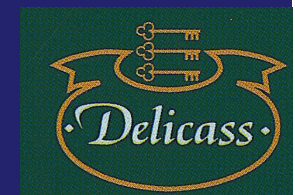
Mejora de la cuota de Mercado Conjunta > 22%



Fuente: Nielsen (TAM FM 99)



Unión de las Marcas Líderes

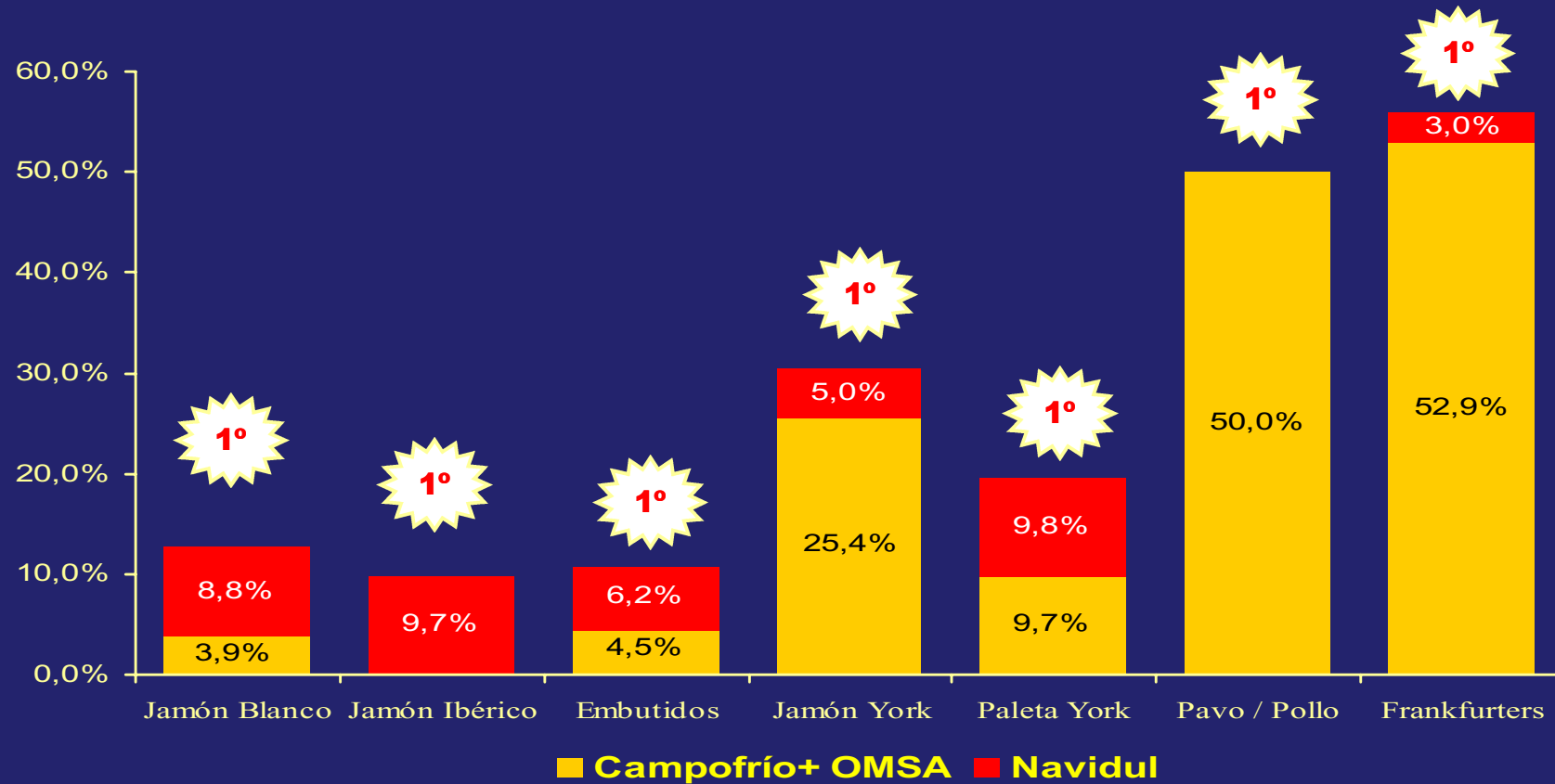


La Nueva Campofrío,
aglutina los productos
con mayor
reconocimiento de
marca, dentro del
sector de elaborados
cárnicos



Liderazgo en todos los Segmentos

Creación del líder en todos los segmentos de elaborados cárnicos



























Fuente: Nielsen (TAM Dic-Ene 00, en valor)



Complementariedad de Productos

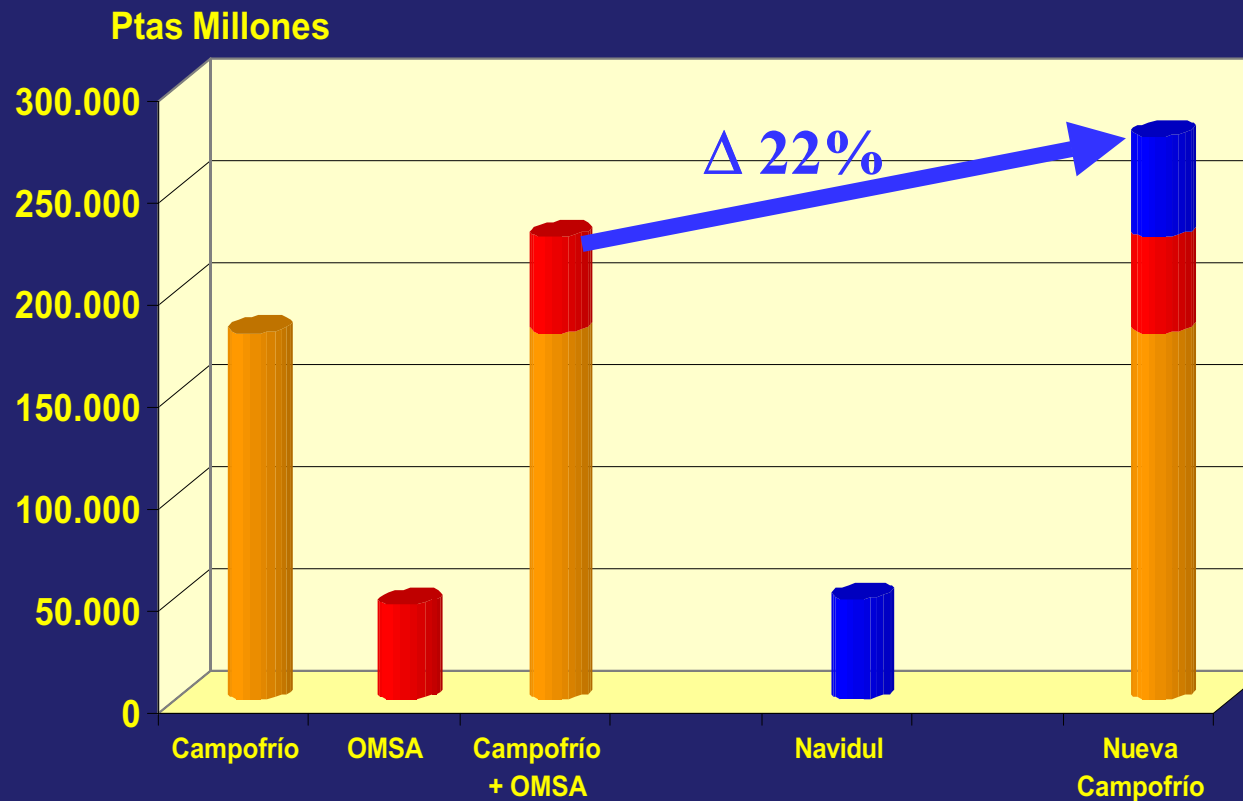
Grupo Navidul aporta su liderazgo en la gama de productos curados

				<u>Cuota Conjunta</u>
Jamón Curado Blanco				12,7%
Jamón Curado Ibérico				9,7%
Embutidos				10,7%
Paleta York				19,5%
Jamón York				30,4%
Pavo / Pollo				50,0%
Frankfurters				55,9%



Masa Crítica para Competir Globalmente

Ventas Proforma Estimadas del 2001 > Ptas 275.000 MM





Consecución de Sinergias

Importantes Sinergias potenciales: Ptas 6.500 MM anuales *
Consideradas únicamente: Ptas 2.750 MM anuales

Comercial	<ul style="list-style-type: none">⇒ Optimización de redes comerciales⇒ Reforzamiento de la posición de negociación frente a la Distribución⇒ Coordinación en los mercados exteriores: exportación
Compras	<ul style="list-style-type: none">⇒ Optimización en las compras de Materias Primas y Materiales Auxiliares
Almacenaje y Logística	<ul style="list-style-type: none">⇒ Optimización de centros logísticos y rutas de distribución
Producción	<ul style="list-style-type: none">⇒ Especialización de Plantas Productivas⇒ Racionalización de inversiones⇒ Aprovechamiento de capacidad excedentaria
Gastos Generales	<ul style="list-style-type: none">⇒ Reducción de gastos generales y de estructura
Inversiones en el Extranjero	<ul style="list-style-type: none">⇒ Homogeneización de la estrategia internacional (presencia directa vs. acuerdos de distribución)

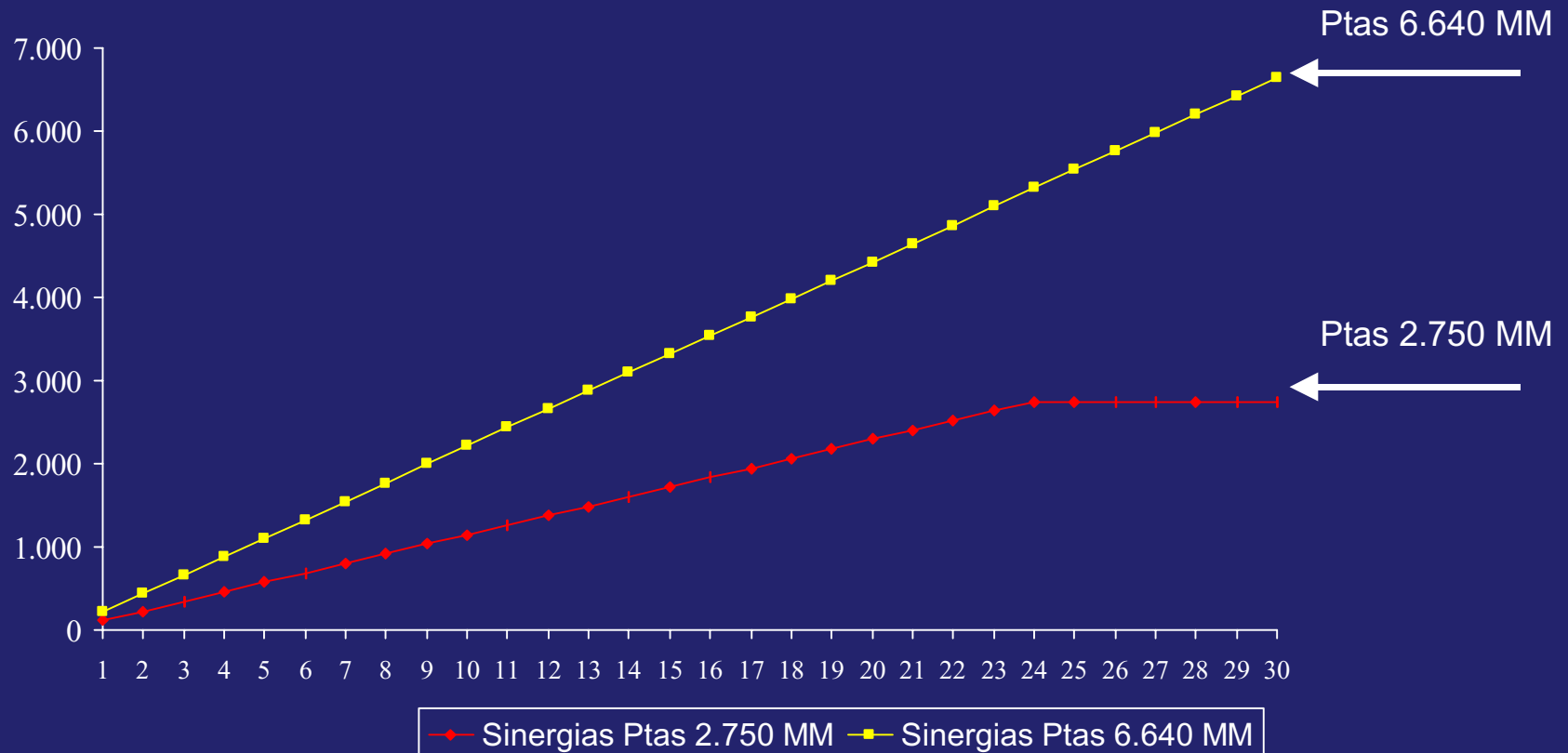
(*) Análisis detallado en Anexo b)



Incorporación de Sinergias

Sinergias Acumuladas (12 meses)

Ptas MM





Equipo de Gestión Ganador

- ➔ Campofrío y Navidul cuentan con equipos de **gestión** altamente **calificados**, con áreas de especialización **complementarias** que:
 - Permitirá la consecución de importantes mejoras en la actual estructura productiva y comercial
 - Permitirá una mayor capacidad de crecimiento y gestión de nuevos negocios

- ➔ Fuerte **compromiso** desde la Co-presidencia de integración de los equipos para maximizar **sinergias**



ALIANZAS ESTRATÉGICAS

IMPORTANCIA DE LAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS DEL GRUPO

- Fleury Michon (FRANCIA)
- Fratelli Beretta (ITALIA)
- Hormel Foods Corp. (USA/ CHINA)
- ConAgra (USA)
- Atalanta/Morliny (USA/CANADA/PUERTO RICO)
- Goya (USA)
- Camacho Hnos. (VENEZUELA)
- Sadía (BRASIL/ ARGENTINA)
- Nippon Meat Packers (JAPÓN)



RESUMEN

- ➔ Creación del **líder** indiscutible en el sector cárnico
- ➔ Equipo de **management integrado y complementario**
- ➔ Generación de importantes **sinergias**
- ➔ Importante **generación de caja** que le permitirá una **estructura financiera potente**
- ➔ **Consolidación del mercado** de elaborados cárnicos español
- ➔ Fortalecimiento de su posición en el mercado doméstico como base para competir y crecer en un mercado globalizado



INDICE

- Resumen Ejecutivo
- Descripción de Navidul
- Razonamiento Estratégico
- Descripción de la Transacción**
- Análisis Financiero
- Resumen



Descripción de la Transacción

- ➔ **Fusión entre Navidul y Campofrío**
- ➔ Valoración de Navidul estimada de 28.561 millones de Ptas:
 - ⇒ Pago en efectivo de 14.161 millones de Ptas
 - ⇒ Emisión de 6.253.247 nuevas acciones (16% de la Nueva Campofrío), considerando:
 - ⇒ una valoración de Campofrío de 95.000 MM de Ptas
 - ⇒ una valoración de sinergias:
 - ⇒ potenciales de 65.000 MM de Ptas
 - ⇒ mínimas computable de 27.000 MM Ptas
- ➔ Campofrío asume deuda neta de Navidul por un importe aproximado de Ptas 19.690 MM



Esquema de Transacción

Campofrío

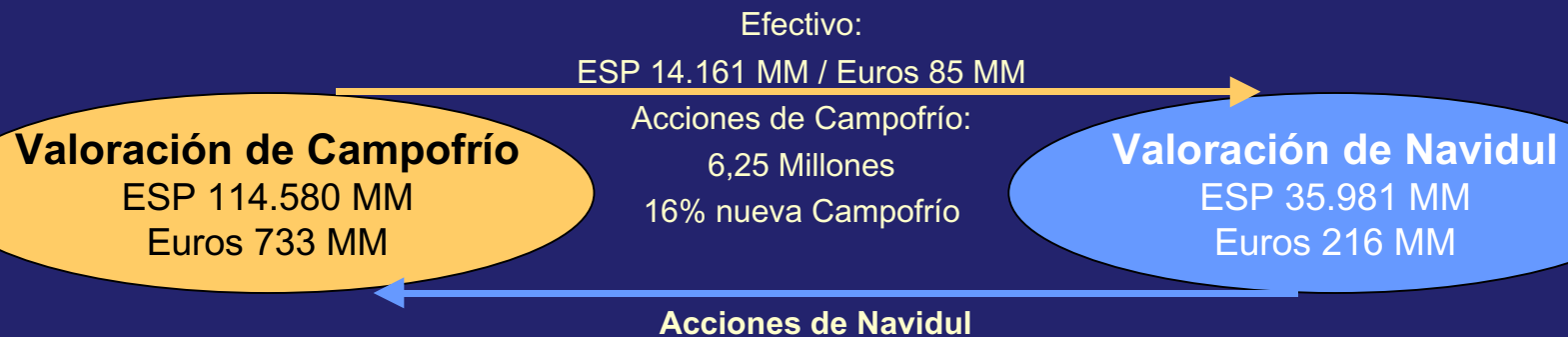
	<u>ESP</u>	<u>Euros</u>
Valoración (MM):	95.000	571
Precio por Acción:	2.894	17,39
Cotización (30/5/00)	1.830	11,00

Navidul

	<u>ESP</u>	<u>Euros</u>
Valoración (MM):	28.561	172

Sinergias

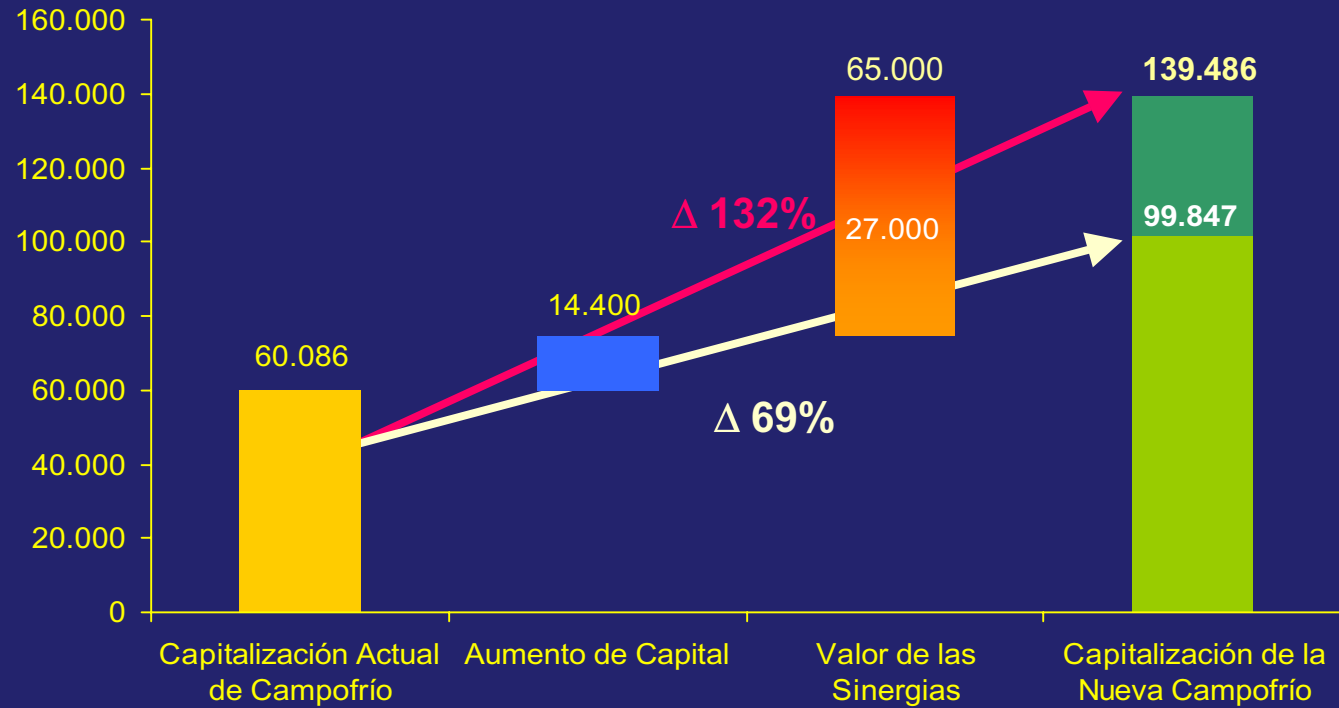
	<u>ESP</u>	<u>Euros</u>
Valor Estimado	65.000	391
Valor Considerado (42%)	27.000	162
Asignado a Campofrío (72,5%):	19.580	118
Asignado a Navidul (27,5%):	7.420	45





Creación de Valor para el Accionista

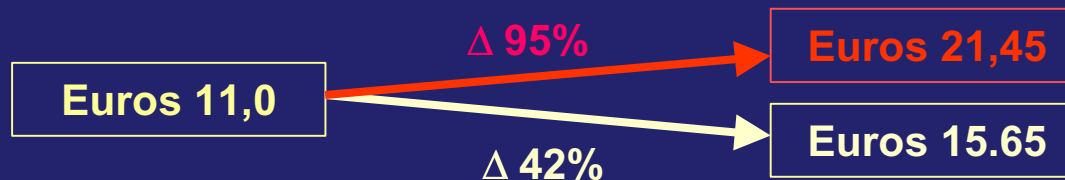
Incremento Estimado de la Capitalización en 18/24 meses (*)



% para Navidul

16.00%

Incremento de Valor para Accionistas de Campofrío



(+) Asumiendo resto de variables constantes y que el mercado incorpora "correctamente" el valor de las sinergias



Análisis del Impacto en BPA

<i>Ptas Millones, excepto Datos por acción</i>	<u>2001</u>	<u>2002</u>
Beneficio Neto de Campofrío "Standalone"	7.437	9.087
Estimado ⁽¹⁾	2.514	2.893
Beneficio Neto de Navidul Estimado⁽²⁾	1.441	1.979
Sinergias Estimadas después de Impuestos ⁽³⁾	(1.267)	(974)
Gasto Financiero después de Impuestos ⁽⁴⁾	(521)	(521)
Fondo de Comercio y Gastos Transacción ⁽⁵⁾		
	9.732	12.463
Beneficio Neto Estimado (sin extraordinarios)	39,08	39,08
Número de Acciones (MM)		
	249	319
BPA Estimado	227	277
Campofrío "Standalone" BPA	22	42
Δ BPA (Ptas)	10%	15%

Δ BPA (%)

(1) Presupuesto de Campofrío + OMSA sin considerar Resultados Extraordinarios

(2) Presupuesto de Navidul

(3) Estimación de Campofrío y Navidul

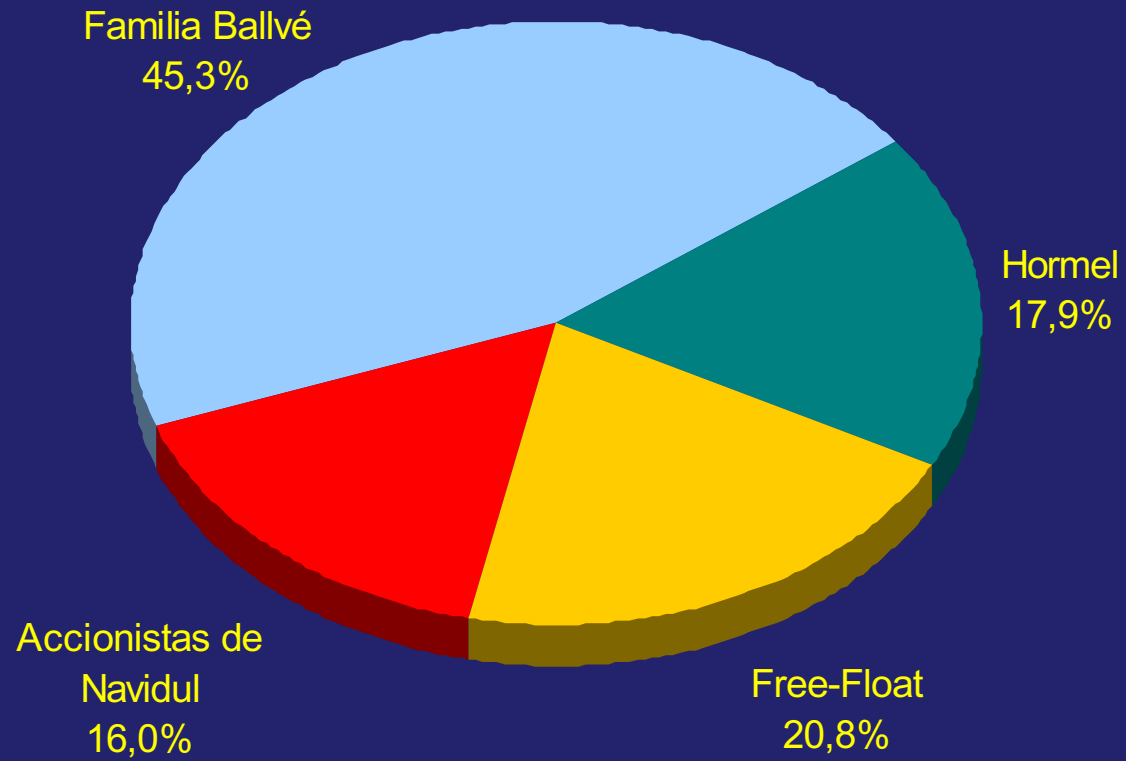
(4) Asume un tipo de interés del 6,5% .

(5) Se considera deducible la Amortización del Fondo de Comercio. Los Gastos de Reestructuración (4.125MM) se consideran Fondo de Comercio

Fuerte Mejora del BPA



Nuevo Accionariado





INDICE

- Resumen Ejecutivo
- Descripción de Navidul
- Razonamiento Estratégico
- Descripción de la Transacción
- Análisis Financiero**
- Resumen



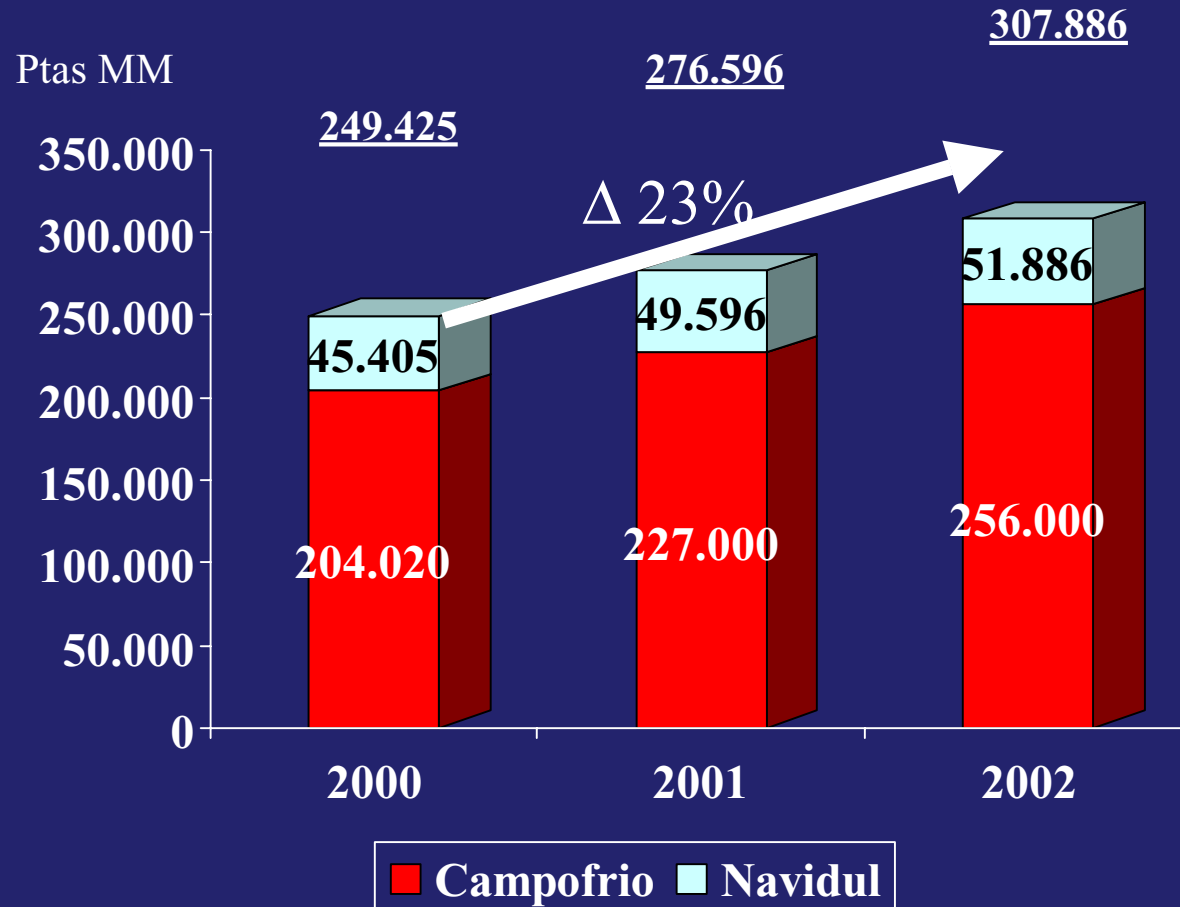
Hipótesis Utilizadas en el Análisis

Los siguientes puntos resumen las principales hipótesis utilizadas en el análisis financiero:

- ➔ Fusión por absorción de Navidul por parte de Campofrío
- ➔ El pago se realiza mediante una combinación de efectivo y acciones nuevas de Campofrío:
 - ⇨ Efectivo: Ptas 14.161 MM
 - ⇨ Ampliación de Capital de 6,253 millones de acciones (aprox. 16,00% de la sociedad resultante)
- ➔ Se han estimado unos ahorros anuales por la combinación de ambas compañías de Ptas 6.460 MM. Sin embargo, sólo se han considerado Ptas 2.750 MM en la transacción (42% de las sinergias estimadas)
- ➔ Se consideran unos gastos de reestructuración para alcanzar los anteriores ahorros de Ptas 4.125 MM (pay-back de 18 meses)
- ➔ Los desembolsos necesarios se financian con nueva deuda bancaria con un coste del 6,5%.
- ➔ Se estima un Fondo de Comercio generado por la operación de aprox. Ptas.12.120 MM(una vez contabilizados los costes de reestructuración en Navidul previamente al cierre de la Transacción) que se considera fiscalmente deducible



Estimación de Ventas



Fuente Presupuestos de Campofrío y Navidul

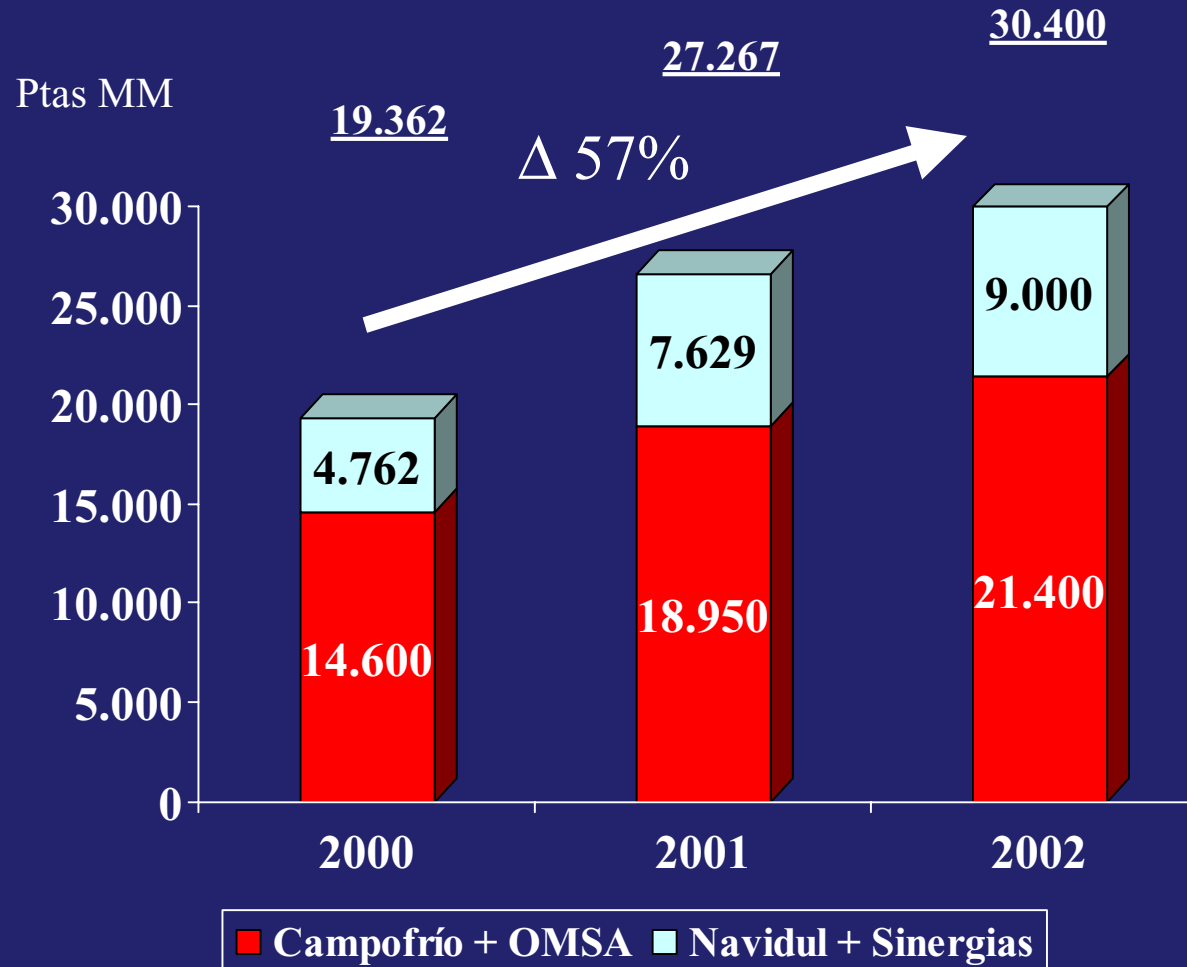
2000 Proforma: * OMSA consolida desde Enero, 2000, aunque la fecha efectiva es el 1 de Mayo

* Navidul se fusiona en Enero 2000, pero los gastos financieros y la amortización del Fondo de Comercio se hace desde el 30/06/00

* Las Sinergias no se consideran hasta Enero de 2001



Estimación de EBITDA



Fuente Presupuestos de Campofrío y Navidul.

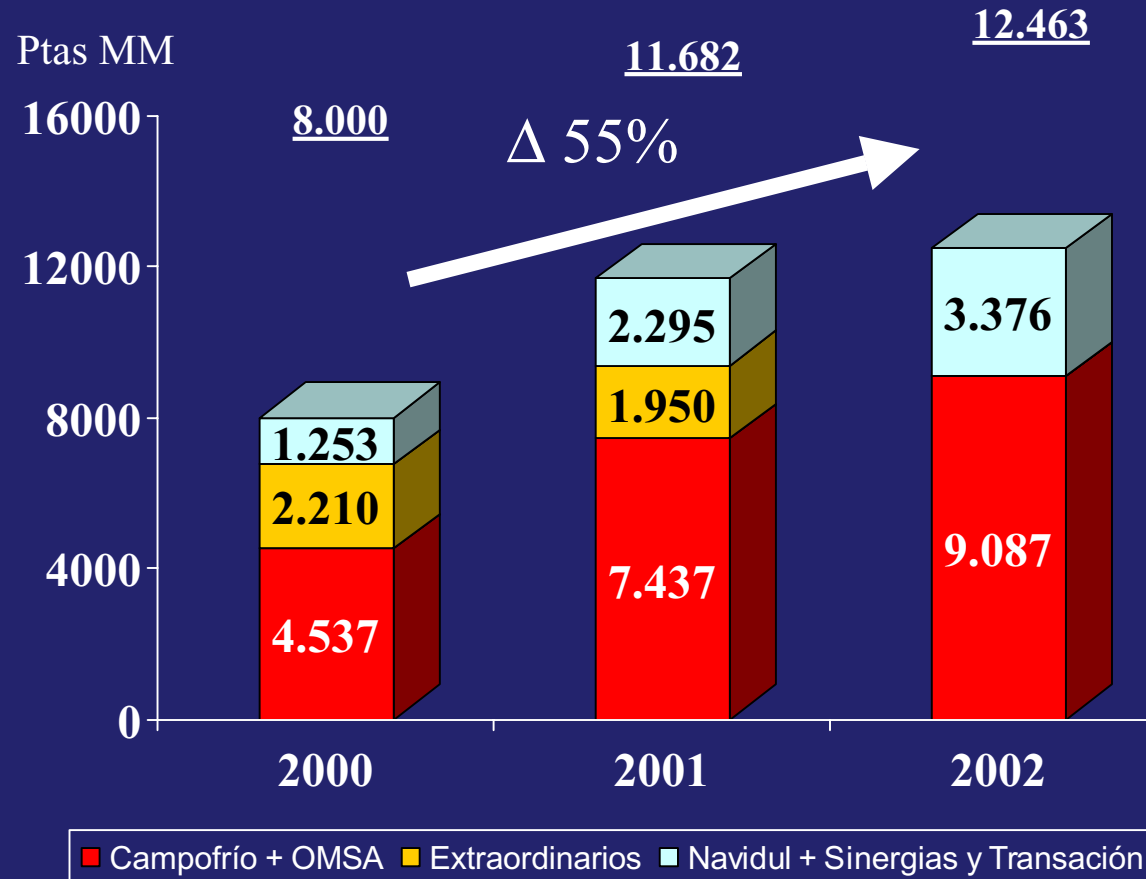
2000 Proforma: * OMSA consolida desde Enero, 2000, aunque la fecha efectiva es el 1 de Mayo

* Navidul se fusiona en Enero 2000, pero los gastos financieros y la amortización del Fondo de Comercio se hace desde el 30/06/00

* Las Sinergias no se consideran hasta Enero de 2001



Estimación de Beneficio Neto



Fuente Presupuestos de Campofrío y Navidul.

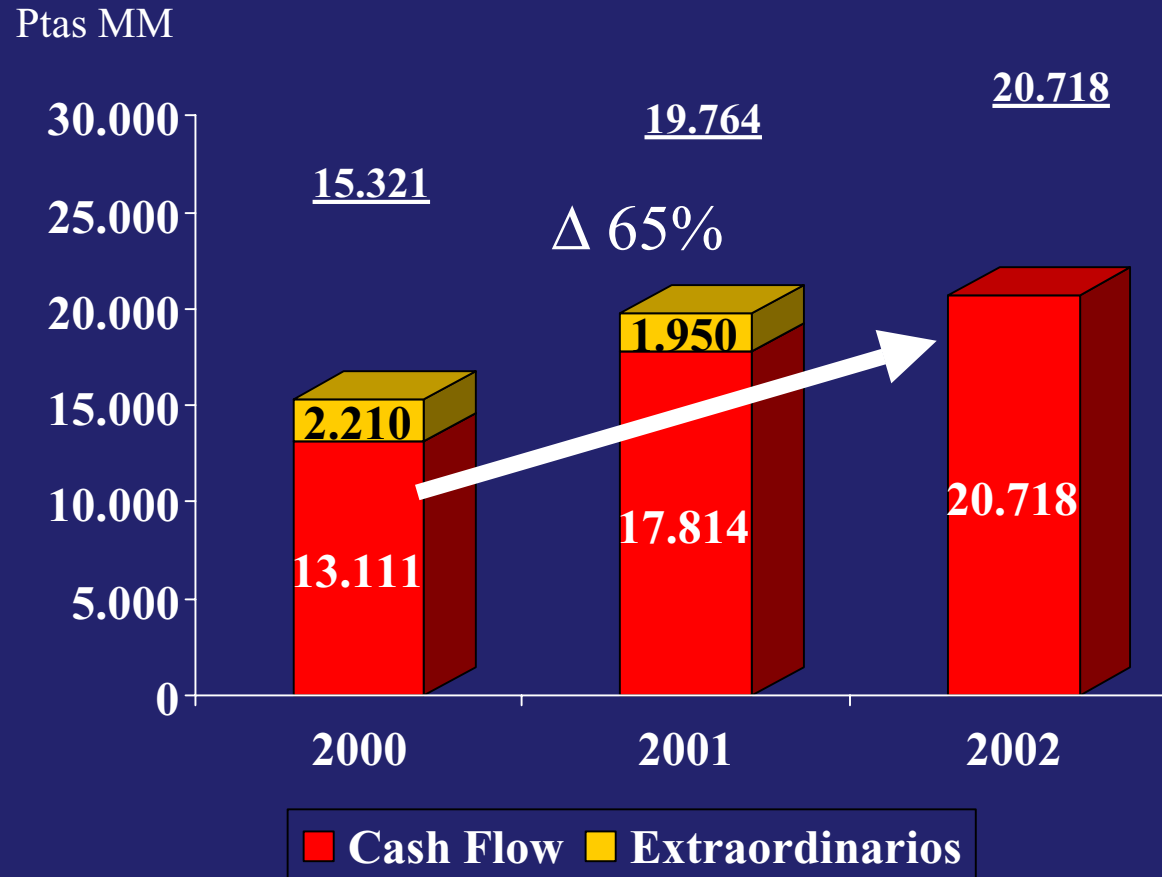
2000 Proforma: * OMSA consolida desde Enero, 2000, aunque la fecha efectiva es el 1 de Mayo

* Navidul se fusiona en Enero 2000, pero los gastos financieros y la amortización del Fondo de Comercio se hace desde el 30/06/00

* Las Sinergias no se consideran hasta Enero de 2001



Estimación de Cash Flow



Fuente Presupuestos de Campofrío y Navidul. El año 2002e no se consideran Resultados Extraordinarios

2000 Proforma: * OMSA consolida desde Enero, 2000, aunque la fecha efectiva es el 1 de Mayo

* Navidul se fusiona en Enero 2000, pero los gastos financieros y la amortización del Fondo de Comercio se hace desde el 30/06/00

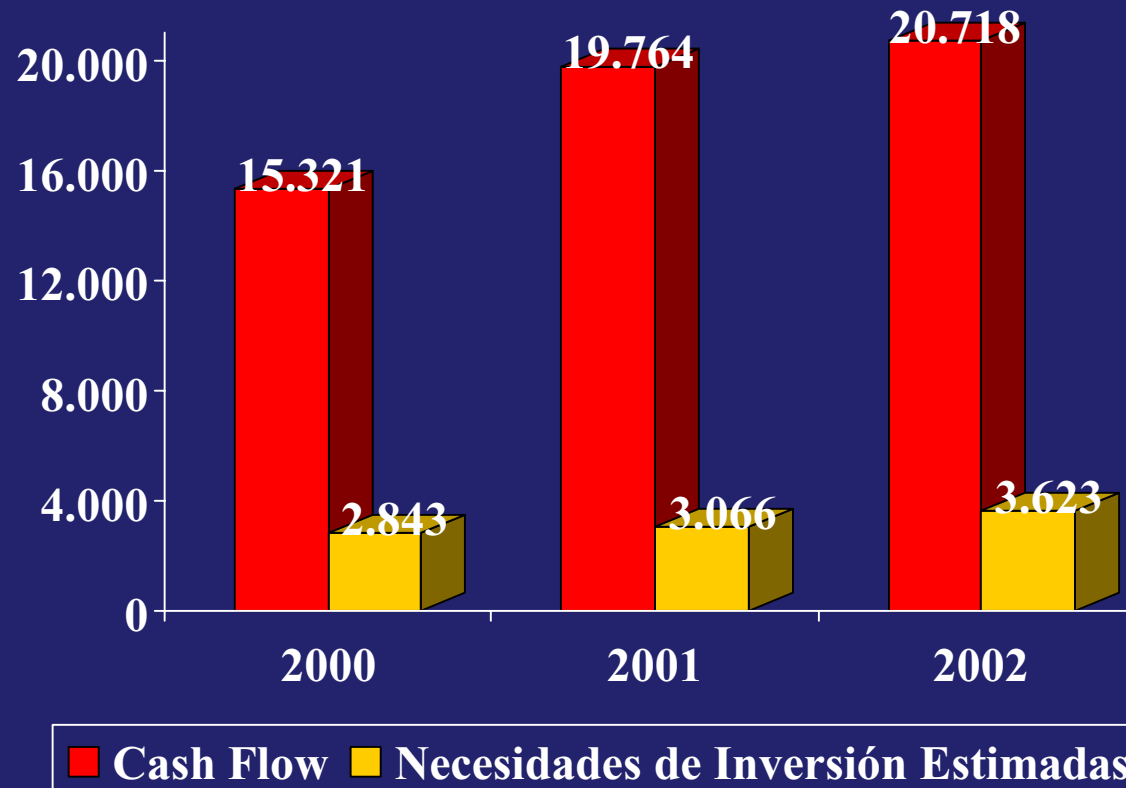
* Las Sinergias no se consideran hasta Enero de 2001



Generación de Caja

Fuerte aumento en la generación de caja del Nuevo Grupo

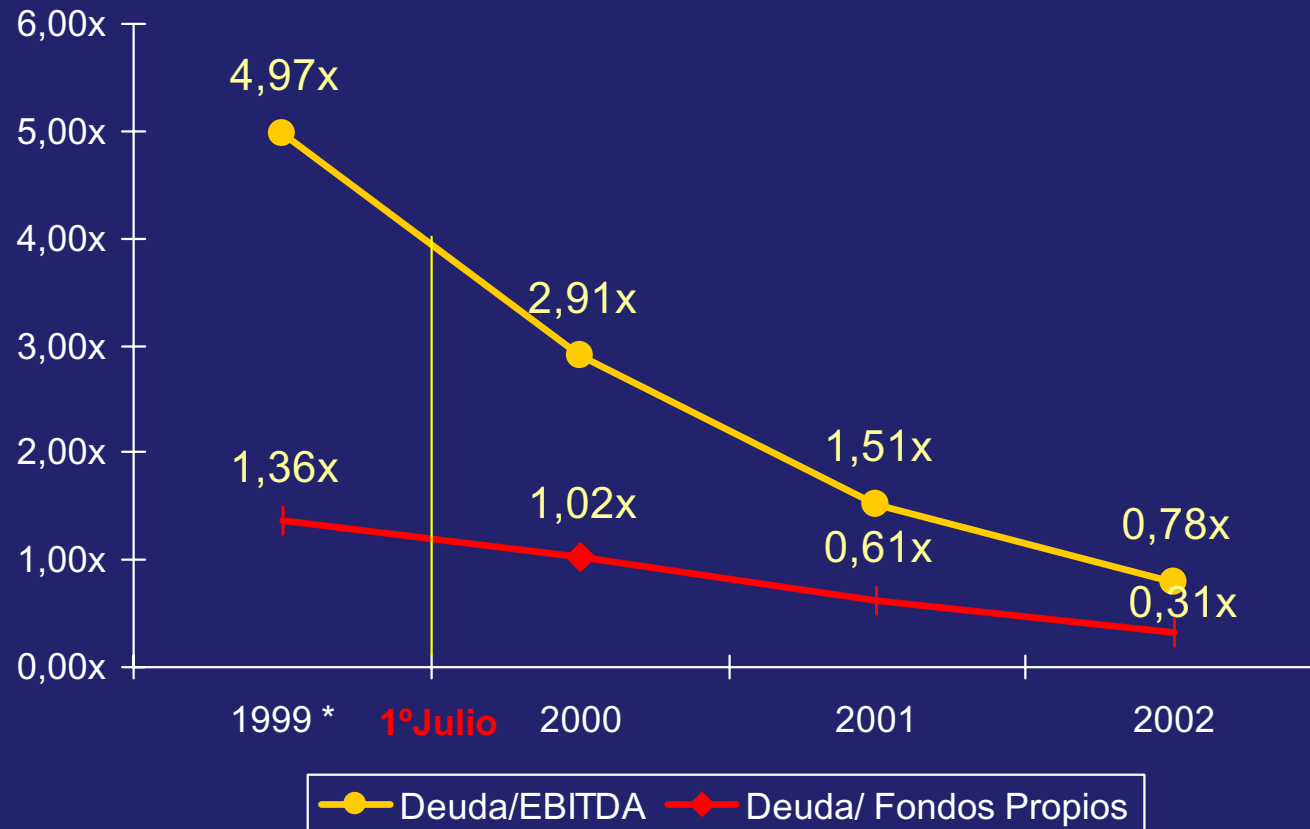
Ptas MM





Endeudamiento

Rápida mejora de los ratios de endeudamiento



* 1999 Datos proforma de Campofrío + OMSA + Navidul



Evolución Estimada de Balance

ESP MM	2000e	2001e	2002e
	Proforma		
Fondo de Maniobra	26.596	29.466	31.772
Activos Fijos	52.724	49.534	46.950
Activos Inmateriales	4.850	3.886	2.922
Fondo de Comercio Total	30.390	28.819	27.248
Deuda Bancaria Neta	56.309	40.242	23.851
Fondos Propios	55.400	65.467	76.493
Deuda Neta / Fondos Propios	1,02x	0,61x	0.31x
Deuda Neta / EBITDA	2,91x	1,51x	0,78x

Fuente Presupuestos de Campofrío y Navidul. El año 2002e no se consideran Resultados Extraordinarios

2000 Proforma: * OMSA consolida desde Enero, 2000, aunque la fecha efectiva es el 1 de Mayo

* Navidul se fusiona en Enero 2000, pero los gastos financieros y la amortización del Fondo de Comercio se hace desde el 30/06/00

* Las Sinergias no empiezan a producirse hasta Enero de 2001, alcanzando Ptas 2.750 MM anuales en 24 meses.



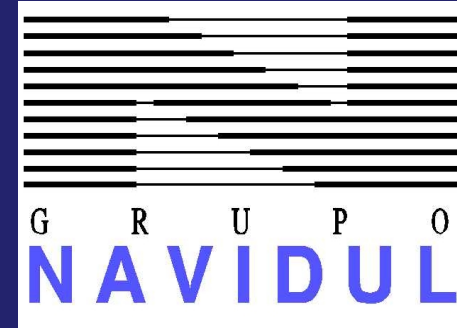
INDICE

- Resumen Ejecutivo
- Descripción de Navidul
- Razonamiento Estratégico
- Descripción de la Transacción
- Análisis Financiero
- Resumen



RESUMEN

La unión de dos líderes



**Marcas
Comple-
mentarias**

**Importante
s Sinergias**

**Integració
n de
equipos**

**Generació
n de Caja**



Creación de Valor

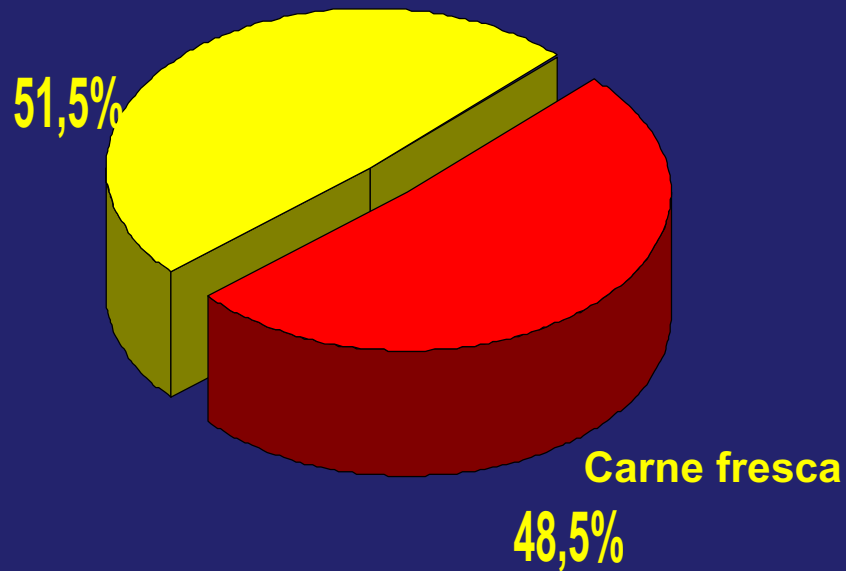


PRESUPUESTO 2000

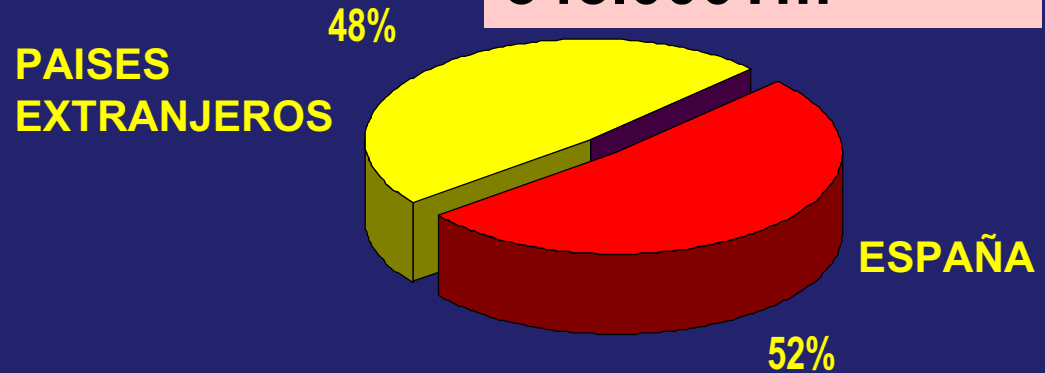
CAMPOFRIO DATOS GLOBALES

TOTAL PRODUCCIÓN
671.000Tm

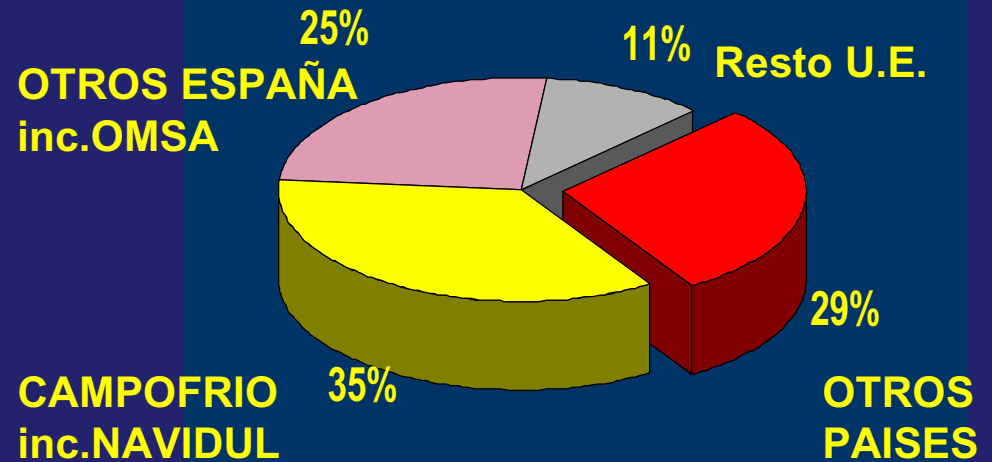
**Elaborados
Cárnicos**



Vtas. Elaborados
345.000Tm



EMPLEADOS: 10.070





PRESUPUESTO 2000

RESULTADOS CONSOLIDADOS

(Uds: MM pts)

AÑO 2.000

Ventas Netas	216.040
Margen Materiales	80.695
EBITDA	17.884
Resultado Operativo	11.478
Resultados financieros	(3.061)
Extraordinarios	2.830
B.A.I.	10.945
B.D.I.	8.054
B.D.I. atribuible	7.624

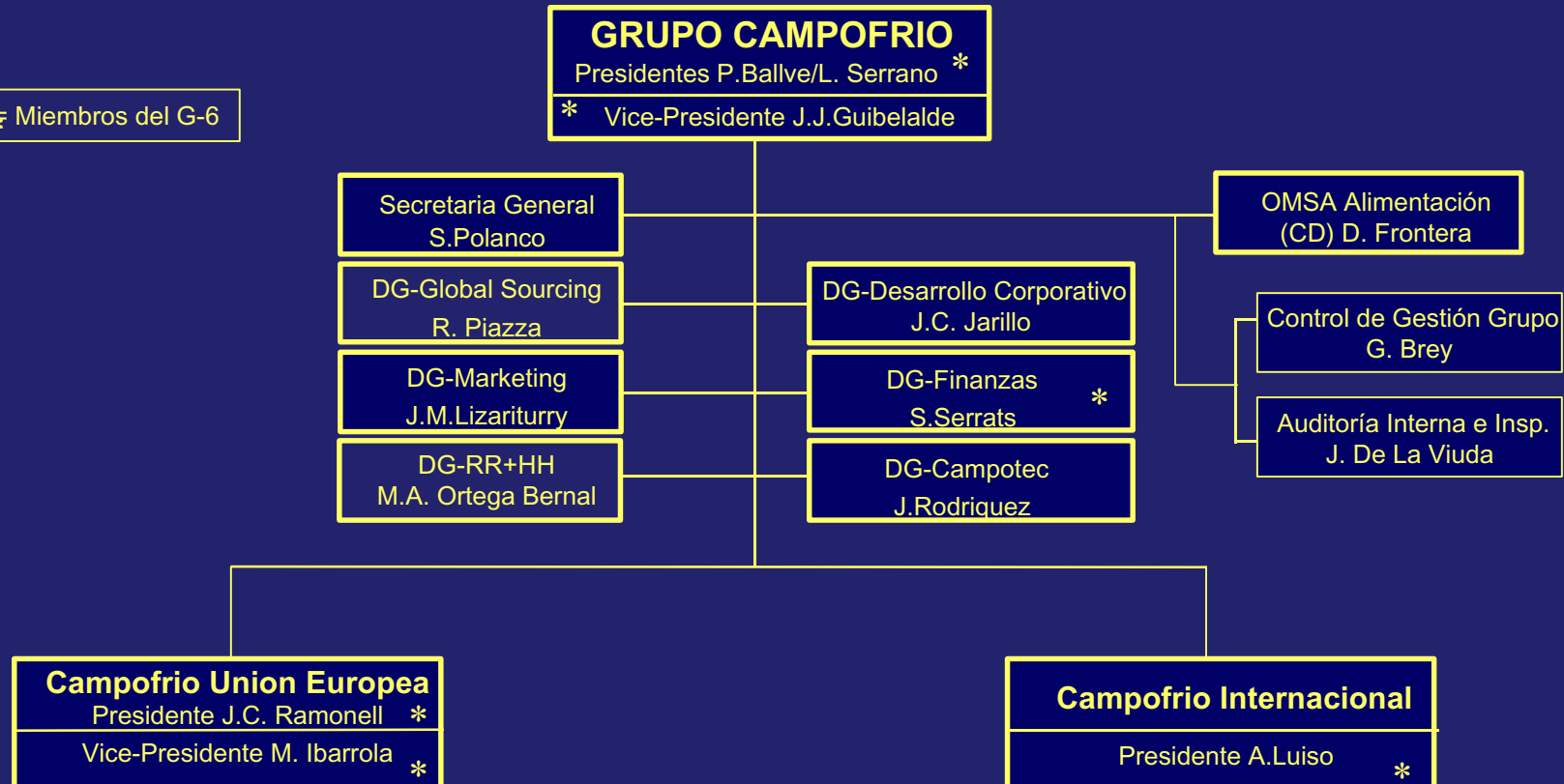
Consolidan: OMSA 1º Mayo
Navidul 1º Julio

No se tienen en cuenta impacto de sinergias



ORGANIGRAMA GRUPO CAMPOFRIO

⌘ Miembros del G-6





ESTRUCTURA ORGANIZATIVA CAMPOFRIO EU

