

# TUBACEX, S.A.



FECHA : 22/01/99

COMISION NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES

Queremos poner en su conocimiento como "Hecho Relevante" que la Junta General Extraordinaria de Accionistas de TUBACEX, celebrada hoy en la sede social de la Compañía, ha aprobado la propuesta del Consejo de Administración de reducir el capital de la sociedad en un 11,76%, con devolución de aportaciones a los accionistas.

---

La operación, que se hará efectiva próximamente, se realizará mediante la reducción del valor nominal de las acciones, que pasará de las 85 pesetas actuales a 75 pesetas por acción, con devolución a los accionistas de la cantidad reducida.

TUBACEX destinará a esta operación la cantidad de 1.357 millones de pesetas.

---

Durante su intervención ante los accionistas, el presidente de la empresa ha adelantado los datos provisionales del cierre del ejercicio de 1998 que, en resumen, son los siguientes:

\*Ventas consolidadas: 26.800 millones de pesetas (+3,2%).

\*Beneficios netos consolidados: 3.630 millones de pesetas (+3,2%).

\*Cash-flow neto consolidado: 4.980 millones de pesetas (+4,7%).

---



Quiero en primer lugar, agradecerles en nombre del Consejo de Administración su asistencia a esta Junta General, que en esta ocasión tiene carácter de Extraordinaria.

Nos reunimos una vez más al comienzo de un nuevo ejercicio con el objeto de proponer para su aprobación, como vía de retribución a su inversión, una reducción de capital con devolución de aportaciones. Continuamos de esta manera la línea iniciada en 1996 de retribuir por este método a nuestros accionistas, entendiendo que con ello se optimiza fiscalmente la percepción de rendimientos. Recordarán que en 1996 nos habíamos planteado un horizonte temporal de tres años para reducir el nominal de nuestro valor hasta el entorno de las 75 pesetas por acción. Alcanzada esta meta abordaríamos la vía de los dividendos para retribuir a la inversión.

Si bien éste es el motivo de la reunión y punto principal del orden del día, el hecho de que nos situemos en un nuevo año, me aconseja transmitirles algunas reflexiones y comentarios sobre la marcha y evolución del pasado ejercicio 1998 y sobre las perspectivas del recién iniciado 1999, aunque todavía el ejercicio anterior no esté contablemente cerrado ni su auditoría completada.

Cabe adelantar, como síntesis valorativa de mi exposición, que podemos sentirnos ciertamente satisfechos de los resultados alcanzados por el Grupo Tubacex en el ejercicio que acaba de concluir.

El año 1998, ciertamente turbulento en el plano de las finanzas y los negocios, ha tenido dos fases bien diferenciadas. Una, la primera parte del año, donde el comportamiento de la demanda siguió la línea positiva que mantenía desde el año 1997, y una segunda parte del año, donde el panorama cambió radicalmente, alterando en gran medida, contra nuestros pronósticos y deseos, la tendencia y trayectoria de nuestro sector de actividad y de nuestro grupo de empresas.



El encadenamiento de crisis monetarias y financieras generó en el mes de agosto una repentina y significativa perturbación bursátil que se extendió y profundizó hasta avanzado el mes de octubre.

En los dos últimos meses de 1998, una vez adoptadas por los gobiernos de los principales países y por los organismos financieros de ámbito mundial las medidas adecuadas para atajar la crisis, se ha ido generando una sensación de alivio y al mismo tiempo se ha descartado la posibilidad de entrar en una grave recesión, y ello a pesar de las últimas turbulencias en las bolsas, como la provocada por la situación reciente en Brasil. La situación de estas zonas, como el Extremo Oriente o Latinoamérica, en las que se han centrado últimamente los focos de tensión, parece que hay que interpretarla como una desaceleración en las elevadas tasas de crecimiento económico que venían registrando, más que como una recesión.

Con ello, los mercados financieros han recuperado rápidamente (aunque no sabemos si sólidamente) los altos niveles precedentes, pero han pasado factura a muchos sectores industriales. Las secuelas de año y medio de problemas político-sociales y financieros iniciados en 1997 en los mercados asiáticos han afectado a las tasas de crecimiento y de desarrollo de esa zona. Incluso hoy, pasada la tormenta, cabe pensar que siguen sin despejarse definitivamente las principales incógnitas que influyen sobre todo en el plano de las economías reales.

El ejercicio 1998, aunque afectado a la baja en los últimos meses por el debilitamiento de la demanda, en línea con lo que acabo de comentarles, ha resultado en su conjunto muy bueno, marcando un nuevo hito en cifras y ratios de beneficios en el Grupo Tubacex, lo cual es aún más destacable sobre todo si lo comparamos con la evolución regresiva de resultados en otras empresas de nuestro sector.

Aunque, como ya he dicho, no se pueden dar aún datos definitivos del cierre consolidado, podemos no obstante anticipar algunas grandes cifras, lógicamente sujetas a ajustes finales, que serán en cualquier caso mínimos.



---

Las ventas totales han sido de 26.800 millones de pesetas, superiores en un 3,27% a las del año precedente correspondiendo a las exportaciones más de un 80% del total. Los beneficios han sido de 3.630 millones de pesetas, superiores en un 3,2% a los del ejercicio anterior. El cash flow ha alcanzado los 4.980 millones, registrando un incremento del 4,7% sobre el de 1997.

---

La buena marcha del ejercicio, reflejada en los datos contables, no ha tenido un claro paralelismo en cuanto a la buena disposición del mercado que se mantenía desde el año anterior. La caída continuada en la cotización del níquel, que ha descendido hasta mínimos históricos en los últimos meses, ha ido debilitando las órdenes de compra de los stockistas, ante la perspectiva de menores precios de reposición, al tiempo que ha afectado negativamente a nuestros precios de venta por la aplicación de un menor valor del níquel.

A finales del mes de junio ya se empezó a notar una ralentización de la demanda en nuestros productos, recogiendo la tendencia general del mercado de productos inoxidables, que en el caso de los productos planos llevaba varios meses cayendo tanto en volúmenes como en precios.

A partir de agosto y debido al negativo ambiente psicológico generado por la crisis financiera, referida sobre todo a las zonas del Extremo Oriente y Latinoamérica, se han venido observando paralizaciones y aplazamientos de numerosos proyectos, lo que incide a su vez en la disminución de la demanda a corto, y produce de inmediato una reducción de los precios.

A pesar de ello nuestra actuación continuada sobre los costos y los gastos y sobre la gestión productiva, junto al esfuerzo de la



organización comercial, que nos había situado al inicio del año 1998 con una cartera importante bien contratada, nos ha permitido presentar un resultado con incremento de beneficios respecto al ejercicio anterior. Es de destacar que, como sucedió en aquella ocasión, cada una de las empresas que componen el Grupo ha cooperado positivamente a conseguir superar el resultado del ejercicio 1997, siendo ello debido en gran parte a la satisfactoria labor realizada por el conjunto de las personas que componen el Grupo. Expreso desde aquí mi reconocimiento a todos y cada uno de ellos.

Este debilitamiento de la demanda, que he señalado, con su inevitable efecto de reducción en los niveles de la cartera de pedidos, los precios y los márgenes, nos hace prever que el ejercicio recién estrenado no va a estar exento de dificultades, aunque tampoco de nuevos retos, y que probablemente no sea tan brillante como el de 1998.

Con el cambio de año abordamos con gran ilusión la entrada en el nuevo marco del euro, con todo lo que implica el novedoso y peculiar proceso de construcción de la Unión Europea y, con ello, el ámbito regional europeo en el plano de los intercambios y las relaciones de negocios en el contexto mundial.

Pero más allá de lo que se refiere a la propia actividad de la empresa y a la mayor o menor problemática del nuevo ejercicio, que estamos seguros de poder resolver con profesionalidad, la Compañía está particularmente implicada en la dinámica de crecimiento de la que queremos dotar al Grupo Tubacex.

En repetidas ocasiones les he comentado el contexto competitivo del campo de actividad en que operamos. El tubo sin soldadura en acero inoxidable configura un nicho muy especial de mercado, sumamente diferenciado tanto del sector general de los tubos sin soldadura como del de los productos inoxidables genéricos.

---



En nuestro nicho operamos muy pocos fabricantes a nivel mundial, básicamente europeos, siendo los japoneses también significativos aunque con una tendencia regresiva. De los europeos sólo Sandvik (sueco) y Tubacex son fabricantes integrados, en el sentido de que la materia prima es fabricada dentro de su Grupo de empresas, al tiempo que sólo dos fabricantes, Schoeller Bleckmann (austríaco) y Tubacex siguen una estrategia de especialización exclusiva en los tubos sin soldadura inoxidables.

El sector opera con una tecnología estable, que no requiere grandes inversiones para mantener su competitividad y, tanto la tecnología de fabricación, como la enorme cuantía de las inversiones en nuevas instalaciones, constituyen unas notables barreras de entrada a nuevos competidores. De hecho no ha habido ninguna aparición significativa posterior a la nuestra, hace ahora diez años, en la producción de tubo inoxidable sin soldadura. En nuestro caso ello fue posible únicamente porque contábamos con instalaciones de cabecera apropiadas para abordar este tipo de productos, instaladas hace ya treinta y dos años, aunque renovadas y modernizadas constantemente con la incorporación de la electrónica y de las nuevas tecnologías aplicadas al control de procesos.

En este nicho tan singular, Tubacex ha conseguido cubrir un 13% del mercado mundial en su gama de productos y, específicamente en los mercados más significativos, un 28% del mercado europeo y un 18% del norteamericano respectivamente.

Comparadas las cifras de Tubacex en la actividad específica de fabricación de tubos inoxidables (T.T.I.) con las de nuestros competidores, los ratios resultantes sitúan a nuestra compañía a la cabeza en rentabilidad sobre ventas y en retorno sobre activos netos, hecho que denota nuestra posición en punta de competitividad. Estos ratios, a su vez, son excepcionalmente altos para lo que suele darse en los sectores maduros de nuestra industria. Ello refleja la bondad de nuestro nicho de actividad y los logros internos alcanzados desde que iniciamos nuestro proyecto de concentración en lo que definimos como nuestro "core business".



Junto a todos los aspectos favorables de lo que les acabo de señalar, se plantea la dificultad de hallar una estrategia de crecimiento en nuestro propio nicho de actividad en el que, por estar especializados, hemos alcanzado esta sólida posición competitiva.

La demanda, que está sometida por una parte a las fluctuaciones del consumo aparente (por las mayores o menores compras de los distribuidores en función de las expectativas y de los niveles de sus stocks) y por otra parte, a los nuevos proyectos en nuestros sectores de actividad, mantiene una tendencia creciente del orden del 4% anual. Esto puede considerarse positivo en todo caso, pero resulta insuficiente para una estrategia de crecimiento basada únicamente en el crecimiento del consumo.

Si analizamos la tasa mundial de crecimiento de la demanda, apreciamos que hay áreas, como el sudeste asiático y Latinoamérica, en las que, partiendo de niveles aún bajos de consumo per-capita de nuestros productos, el crecimiento anual es muy elevado. Podemos citar algunos ejemplos. En los países europeos el consumo medio de acero inoxidable por habitante se sitúa por encima de los 11 kilos, mientras que en la India, por citar un caso, no va más allá de 300 gramos por habitante, lo que da una idea del potencial de crecimiento a medida que estos países vayan alcanzando su desarrollo.

No cabe duda de que la visión mundial de los mercados ofrece nuevas oportunidades, del mismo modo que la evolución de los países emergentes hace que aparezcan nuevos focos de consumo.

La oportunidad que supone esta circunstancia, unida al bajo coste de los recursos productivos, para el establecimiento industrial en esos mercados, se ve no obstante contrarrestada por la situación financiera inestable en la que se desenvuelven.

Teniendo en cuenta el contexto competitivo, nuestra estrategia de crecimiento debe ser abierta y decidida, como la vía más clara para la creación de valor, ya que los incrementos altos y sostenidos en la cifra de ventas, dan como resultado crecimientos aun más elevados en el valor que la empresa tiene para sus accionistas.



Y ello sin olvidar que, en nuestro entorno próximo, se han producido en los últimos años procesos de concentración de empresas, que han incrementado su dimensión y por lo tanto se han posicionado mejor en el mercado.

Nuestro Grupo tiene definidas sus líneas de crecimiento en sus distintas variantes, de las que en otras ocasiones ya les hemos hecho mención.

Esta estrategia está diseñada, en primer lugar, sobre el crecimiento interno, a través del desarrollo de las propias empresas del grupo, con la prioridad de la incorporación a nuestra cartera de productos de nuevas gamas en calidades y dimensiones más intensas en componente tecnológico y valor añadido en las distintas unidades de negocio actuales, así como en la mejora continua de nuestra gestión para la defensa de nuestras ventajas competitivas en costes, e incluso para el aumento de las mismas.

Dentro de este apartado, hay que destacar una importante inversión que se inició el año pasado y que continuará en el presente ejercicio, que es la implantación de un nuevo plan de gestión basado en el sistema SAP, con un importe en conjunto de 400 millones, y que abarca a las empresas TTI y Acerálava. Significa un cambio muy importante, ya que supone una total renovación de los equipos informáticos y de los sistemas, al tiempo que resuelve la problemática del Euro y del año 2000. Todo ello se encuadra en nuestra estrategia de gestión, donde se va desarrollando nuestro modelo de gestión en calidad total, y por lo tanto creciendo nuestra cadena de valor.

Dentro de TTI, este año incorporaremos a nuestro catálogo un nuevo producto de alto valor añadido como es el Alloy 825, de uso en nuevas aplicaciones.



Con respecto a Acerálava, abordamos este año una inversión de 1.500 millones, para la instalación de una línea de fabricación de redondos inoxidables descortezados de gran diámetro, con el objeto de dar una mayor consistencia a las ventas a terceros desde la Acería mediante la incorporación de este nuevo producto a su catálogo. Pretendemos de esta manera incrementar la utilización de la capacidad productiva de cabecera que tenemos y reducir al mismo tiempo posibles ineficiencias en costes en momentos de debilidad de demanda. Ello nos permitirá mejorar nuestra posición competitiva al ampliar nuestro mercado, por la mayor actividad que va a darse con esta nueva línea.

Quiero recordarles también el plan de inversiones en instalaciones productivas puesto en marcha en nuestra filial de EE.UU., Salem, del que ya les hemos informado, por un importe cercano a los 1.500 millones de pesetas en cinco años, de los cuales llevamos ya realizados casi un tercio.

Así mismo, en TTA estamos en pleno desarrollo de las inversiones necesarias para la producción de curvas inoxidables fabricadas en frío. También están en marcha inversiones en Cotubes y Tubos Mecánicos.

En segundo lugar, planteamos nuestra estrategia de crecimiento desde un enfoque externo: Su objetivo básico es incrementar nuestra cuota de mercado mediante la capacidad productiva ya instalada en aquellos mercados en los que ahora no estamos o que tienen una amplia perspectiva de crecimiento; ampliar nuestra gama de productos en aquéllos que no producimos, etc., todo lo cual se basa en operaciones de adquisición o en joint-ventures.

Tengo que decirles que a lo largo de todo el año 1998 hemos trabajado intensamente en varios frentes. Una de las posibles operaciones era una importante adquisición y, estando ya las negociaciones en su fase final y coincidiendo con la etapa de turbulencia en los mercados financieros y de inflexión en la demanda en nuestro mercado, no ha sido posible llevarla a buen término por problemas, que consideramos muy relevantes, de riesgos inherentes a la adquisición, a las garantías y a su cobertura por parte de los vendedores.



Si bien no ha sido posible formalizar esta adquisición, puedo asegurarles que seguimos trabajando en otros proyectos muy interesantes y que parece que caminan a buen ritmo.

En líneas generales, nuestros planes generales de crecimiento con un horizonte temporal de cinco años tienen como objetivo fundamental incrementar de manera considerable:

- Nuestra cuota de mercado
- Nuestra facturación
- La gama de nuestros productos y su tecnología
- Y nuestros resultados.

Consideramos que nuestro sector de actividad es bueno y, si bien la dimensión de nuestra empresa no es muy grande, seguimos trabajando activamente hacia nuestro crecimiento, tratando de hacerlo bien, siguiendo algo que les dije el año anterior: "No queremos ser los más grandes, sino los más rentables y competitivos". Todo ello dentro de nuestra Misión, de ser los líderes mundiales en servicio.

Ya en anteriores ocasiones he tenido la oportunidad de comentarles que la estrategia corporativa del Grupo Tubacex se articula a partir del concepto de la "Creación de Valor" y, como faceta más específica, de la creación de valor para el accionista.

Somos plenamente conscientes de que los indicadores de valor tienen una alta correlación con la cotización de la acción, y, por ello, desde hace ya dos años, Tubacex ha sido una de las pioneras, y de las pocas hasta la fecha, empresas que en España aplican este tipo de indicadores, tanto en su gestión interna como en la presentación de sus estados financieros.

Nuestra estrategia de crecimiento apunta precisamente a la creación de valor, de forma que cada una de las inversiones y su conjunto, aparte de reforzar la propia estrategia competitiva y el posicionamiento frente a los competidores, se orienta a mejorar los indicadores clave, en especial el retorno sobre activos netos, y a aportar valor añadido económico (EVA-Economy Value Added).



Desde el convencimiento de que los mercados financieros demandan cada vez una mayor eficacia, agilidad, responsabilidad y transparencia en el Gobierno de las Sociedades, siguiendo con las líneas iniciadas hace ya dos años, este Consejo aprobó a finales del año pasado su Reglamento, recogiendo las directrices del Código de Buen Gobierno (Informe Olivencia).

Recordarán todos ustedes, ya que ha sido tratado en anteriores Juntas, que es necesario crear factores competitivos que contribuyan a diferenciar unas empresas de otras frente a los inversores. Por ello, desde este Consejo se ha trabajado muy activamente para incorporar a su funcionamiento todos aquellos principios y prácticas que sirvieran a que nuestro accionariado tuviese la convicción de creación de valor, y así lo recoge nuestro Reglamento. El Consejo de Administración debe ser el arquitecto de la Creación de Valor para el Accionista.

Pensemos en un alto nivel de resultados, una atractiva remuneración del capital, una política de generación de valor, buenas perspectivas de inversión, transparencia en la gestión y una información regular, abierta y precisa. La suma de todos esos componentes tan importantes es la que da como resultado la creación de valor.

Sobre cada uno de esos factores se ha trabajado y se va a seguir trabajando con toda la ilusión del proyecto que estamos realizando.

Nuestra salida del Ibex 35 ha perjudicado lógicamente en los últimos meses a nuestro valor, pero debemos decir que en el último periodo computado, el volumen de contratación había bajado fuertemente con respecto a periodos anteriores, al tiempo que nuevos valores irrumpían en el mercado financiero con gran fuerza y una mayor capitalización.

Finalmente vamos a situarnos en el tema central del Orden del día de esta Junta General Extraordinaria, en el que entendemos que todos los accionistas están interesados.



Esta orientación a la creación de valor para el accionista debe plasmarse en un rendimiento líquido adecuado y creciente. En esta línea hemos vuelto a optar, y así se lo presentamos a su decisión y acuerdo, por la vía de la devolución de aportaciones mediante reducción del nominal de las acciones, por considerarla la mejor en el plano fiscal. La propuesta es reducir 10 pesetas por acción, lo que representa un porcentaje del 11,76%, con incremento del 25% sobre la realizada el año anterior, y que equivale a un yield (rendimiento líquido sobre cotizaciones) del 3,2%. El importe que se va a destinar a la reducción de capital es de 1.357 millones, lo que supone un pay-out del orden del 37,4% sobre los beneficios obtenidos en el ejercicio 1998, con un incremento del 24,5. sobre lo realizado el año anterior.

Como ya les he señalado tenemos por delante un año más difícil. Los beneficios esperados, siempre positivos, no serán tan espectaculares como los del que acabamos de cerrar, dadas las condiciones de debilidad del mercado con que se inicia. No obstante, nuestras previsiones apuntan a una mejora pasados unos meses, mejora que será más evidente en la segunda mitad del año.

Como habrán apreciado por mis palabras, nuestra principal inquietud e ilusión esperanzada se proyecta más allá, al medio plazo, con el cambio de siglo, y trabajando fuertemente en la estrategia de crecimiento, para reforzar y mejorar nuestro posicionamiento competitivo en el mercado mundial en que operamos.



## **TUBACEX ACUERDA REDUCIR UN 11,76% SU CAPITAL CON DEVOLUCION DE APORTACIONES A LOS ACCIONISTAS**

**\*Nuevo récord de resultados en 1998, con unos beneficios netos, provisionales, de 3.630 millones de pesetas, un 3,2% más que en 1997.**

**\*El ratio de beneficios sobre ventas se sitúa en el 13,54%, lo que le convierte en la empresa más competitiva de su sector.**

**\*TUBACEX ha abonado a sus accionistas más 3.200 millones de pesetas en los últimos tres años**

-----

La Junta Extraordinaria de TUBACEX ha acordado en la reunión celebrada hoy en su sede social reducir el capital de la compañía en un 11,76%, con devolución de aportaciones a los accionistas.

La operación, que se hará efectiva próximamente, se realizará mediante la reducción en 10 pesetas del valor nominal de las acciones, que pasará de las 85 pesetas actuales a 75 pesetas por acción, con devolución a los accionistas de la cantidad reducida.

TUBACEX destinará a esta operación una cantidad de 1.357 millones de pesetas, lo que representa un "pay-out" del 37,4% sobre los beneficios netos previstos en 1998, estimados en 3.630 millones de pesetas, y supone un incremento del 25% sobre la cantidad abonada a los accionistas en el ejercicio precedente.

Esta es la tercera ocasión en que TUBACEX utiliza la fórmula de reducción de capital con devolución de aportaciones como forma de retribución del accionista. En estos tres años, la empresa ha reducido en un 25% el nominal de sus acciones (ha pasado de 100 a 75 pesetas por acción) y ha abonado a sus accionistas por este concepto una cantidad superior a los 3.200 millones de pesetas.

Durante su intervención ante la Junta, el presidente de la compañía, Alvaro Videgain, ha adelantado a los accionistas algunos datos provisionales sobre el cierre del ejercicio de 1998.

En este sentido ha señalado que las ventas consolidadas del Grupo TUBACEX han ascendido durante el pasado ejercicio a 26.800 millones de pesetas, un 3,2% superiores a las registradas en 1997. Esta es la mayor cifra de ventas en la historia de la empresa.

Por lo que se refiere a la cifra de resultados, éstos han ascendido durante 1998 a 3.630 millones de pesetas, lo que supone un incremento del 3,2% y representa un nuevo récord histórico en los resultados de la compañía.

Videgain ha manifestado que este hecho es aún más destacable "si lo comparamos con la evolución regresiva de los resultados globales de nuestro sector, que se está viendo afectado por una cierta ralentización de la demanda, aunque se espera que esta situación varíe antes del verano".

---

El ratio de beneficios sobre ventas, que se sitúa en el 13,54%, convierte a TUBACEX en la compañía más competitiva de su sector a nivel mundial y en una de las más rentables entre las que cotizan en la Bolsa española.

Desde la vuelta a los resultados positivos, en 1995, TUBACEX ha obtenido unos beneficios acumulados de 11.900 millones de pesetas.

El "cash-flow" ha alcanzado durante el pasado ejercicio los 4.980 millones de pesetas, lo que representa un incremento del 4,7% sobre 1997.

Alvaro Videgain ha hecho hincapié durante su intervención ante los accionistas en que toda la política de la compañía gira alrededor de la idea de la creación de valor para el accionista.

Tras señalar que "no queremos ser los más grandes, sino los más rentables y competitivos y los líderes mundiales en servicio", el presidente de TUBACEX ha manifestado que "poseemos un alto nivel de resultados, una atractiva remuneración del capital, una política de generación de valor, buenas perspectivas de inversión, transparencia y una información regular, abierta y precisa. La suma de todos estos componentes tan importantes es lo que da como resultado la creación de valor".

Llodio, 22 de Enero de 1999