



TUBACEX

Presentación Corporativa



WWW.TUBACEX.COM

50 TUBACEX
1963 - 2013

SEGURIDAD Y PREVENCIÓN

- La misión de Tubacex establece que las personas que lo componen son uno de los valores principales de la Compañía:

Nos comprometemos a promover de forma permanente un entorno de trabajo seguro y agradable, siempre respetando el medio ambiente.

- Para conseguirlo, es objetivo estratégico de la Dirección de la Compañía la implantación y mantenimiento de un **PROGRAMA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES** que nos aporte un método normalizado de trabajo. Dicho PROGRAMA DE PREVENCIÓN se aplicará mediante PLANES ANUALES con objetivos y responsables concretos.

Seguridad y prevención como motor de todos los procesos internos

Certificación OSHAS 18001

Políticas y procesos responsables con el medio ambiente

Certificación ISO 14001

PROGRAMA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

- El objetivo es **mejorar de forma continua la gestión de la Prevención en la Empresa**, minimizando los riesgos que conlleva nuestro trabajo.
- Esto se consigue a través de una serie de **actividades de prevención, llevadas a cabo de manera continua por la línea de mando con la colaboración de todos los trabajadores**, para prevenir y evitar todo tipo de accidentes y enfermedades profesionales que puedan afectar tanto a la salud del personal como a la producción, las instalaciones y el medio ambiente.
- El departamento de **Prevención de Riesgos Laborales es responsable de proporcionar las directrices y controlar dichas actividades.**
- La prevención es compromiso y labor de todos y, por tanto, todos tenemos la obligación de **ejercer la PREVENCIÓN DE RIESGOS en nuestro trabajo diario**, integrándola en nuestra profesión para conseguir un trabajo seguro.

INDICE



INTRODUCCIÓN

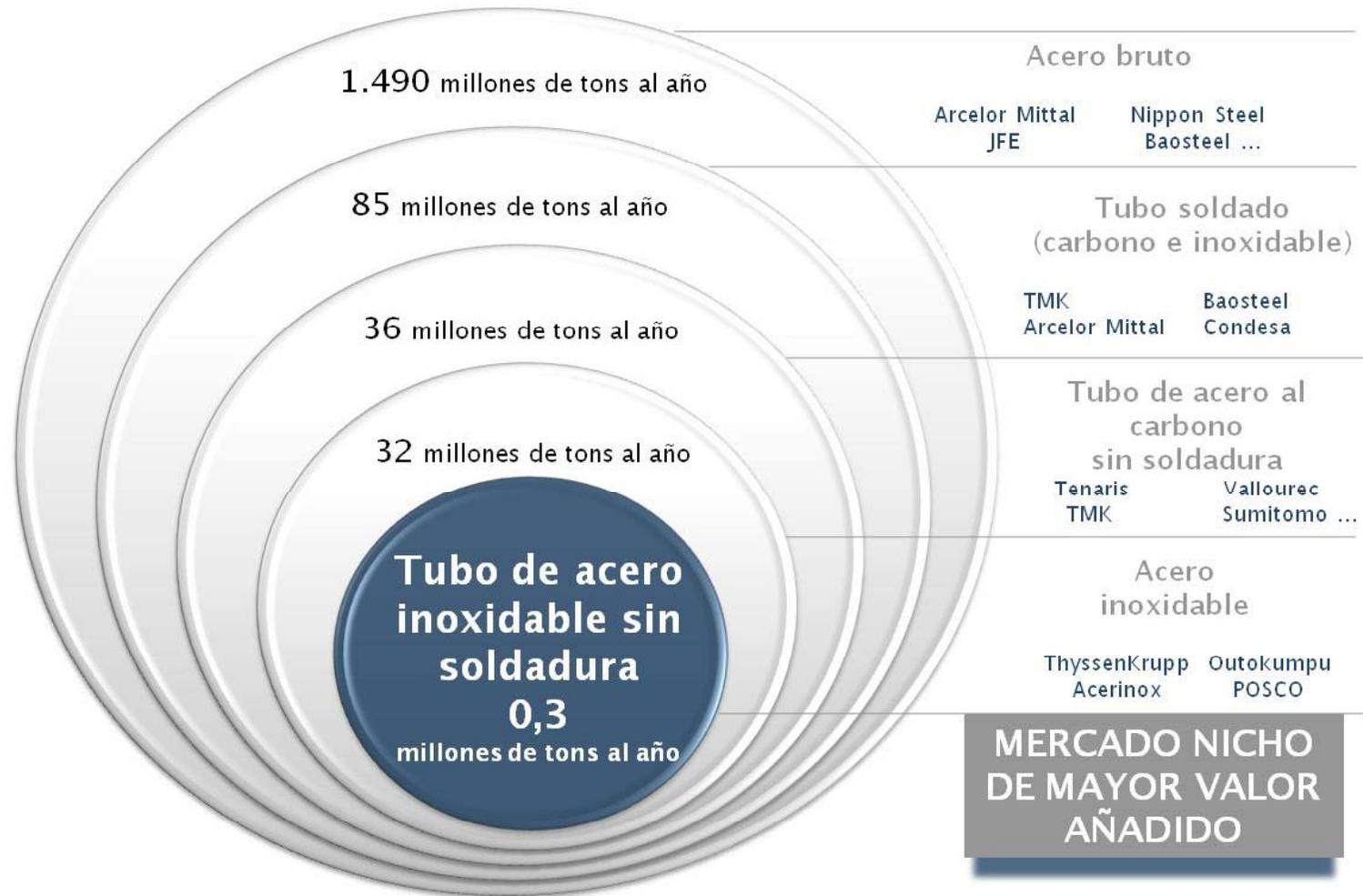
ESTRATEGIA

MAGNITUDES FINANCIERAS



INTRODUCCIÓN

EL SECTOR DE TUBO DE ACERO INOXIDABLE SIN SOLDADURA



Nota: cifras 2012 estimadas.

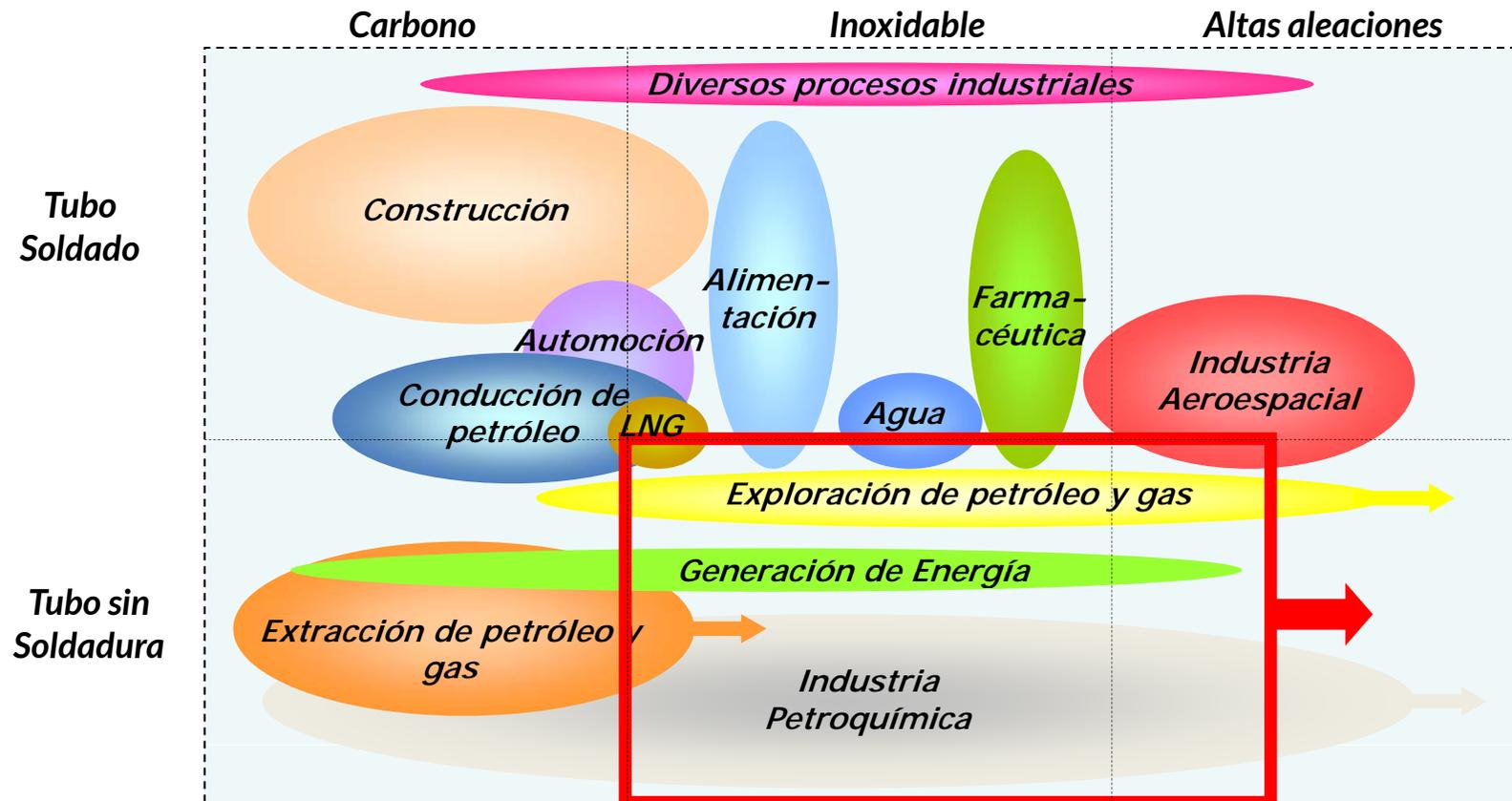
PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR

Fuerte crecimiento

- ❑ Crecimiento medio de la demanda: 6% en el periodo 1993 - 2010.
- ❑ El acero inoxidable tiene una vida mucho más larga que otros materiales y no necesita mantenimiento.
- ❑ Efecto sustitutivo importante cuando los precios del acero inoxidable bajan.
- ❑ El crecimiento global exige productos más seguros y limpios como el acero inoxidable.
- ❑ El acero inoxidable es 100% reciclable.
- ❑ Es un producto que viaja bien.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR

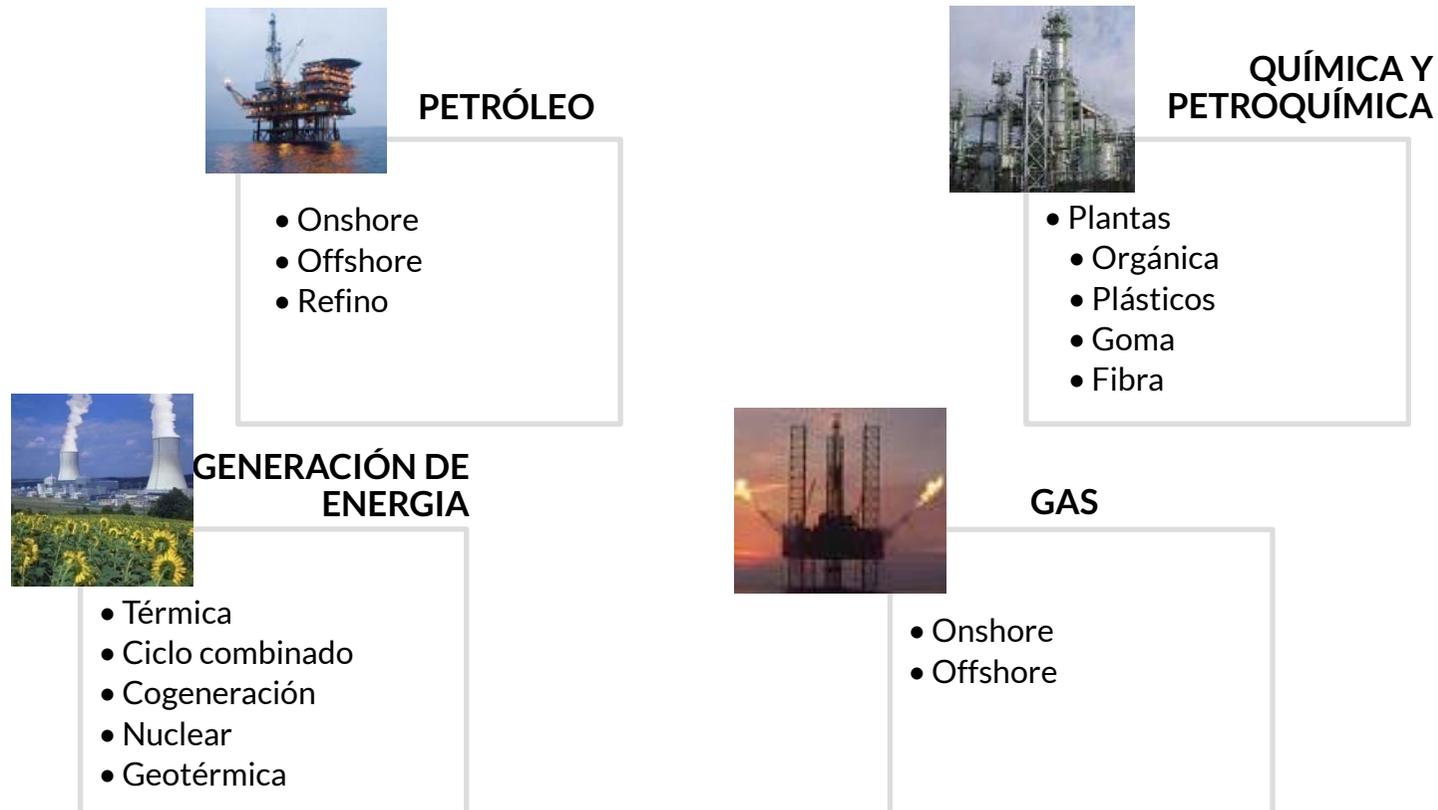
Conectado a los sectores de Oil&Gas y Energía



Grupo Tubacex

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR

... en los que Tubacex vende el 90% del producto...



... con un 15% de cuota de mercado en su gama.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR

Nuevos Competidores

- Producto “commodity” y no certificado.
- Cuota de mercado no significativa..
- Curva de aprendizaje.

Competidores Tradicionales

- Especialización en productos de mayor valor añadido.

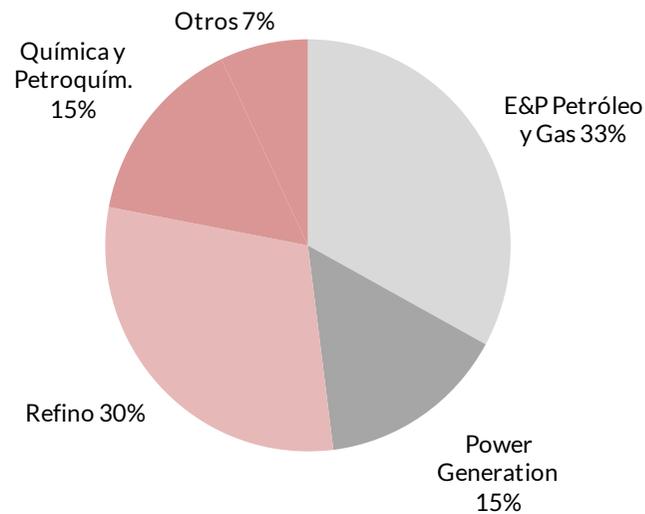


Mercado Global

- Permite sinergias entre las distintas áreas geográficas.

DESGLOSE DE INGRESOS 2012

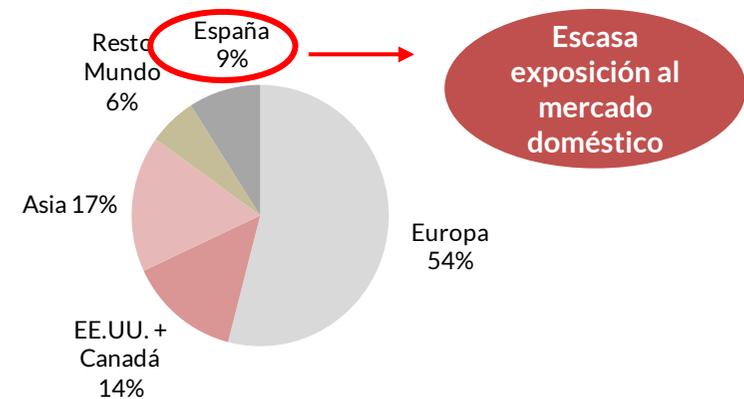
Desglose de ingresos por sector ⁽¹⁾



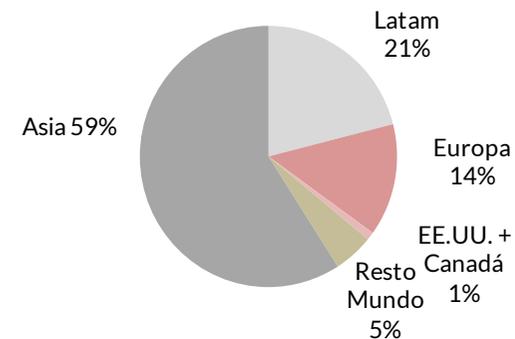
(1) Actividad de proyectos.

(2) Actividad de proyectos.

Ingresos por área geográfica



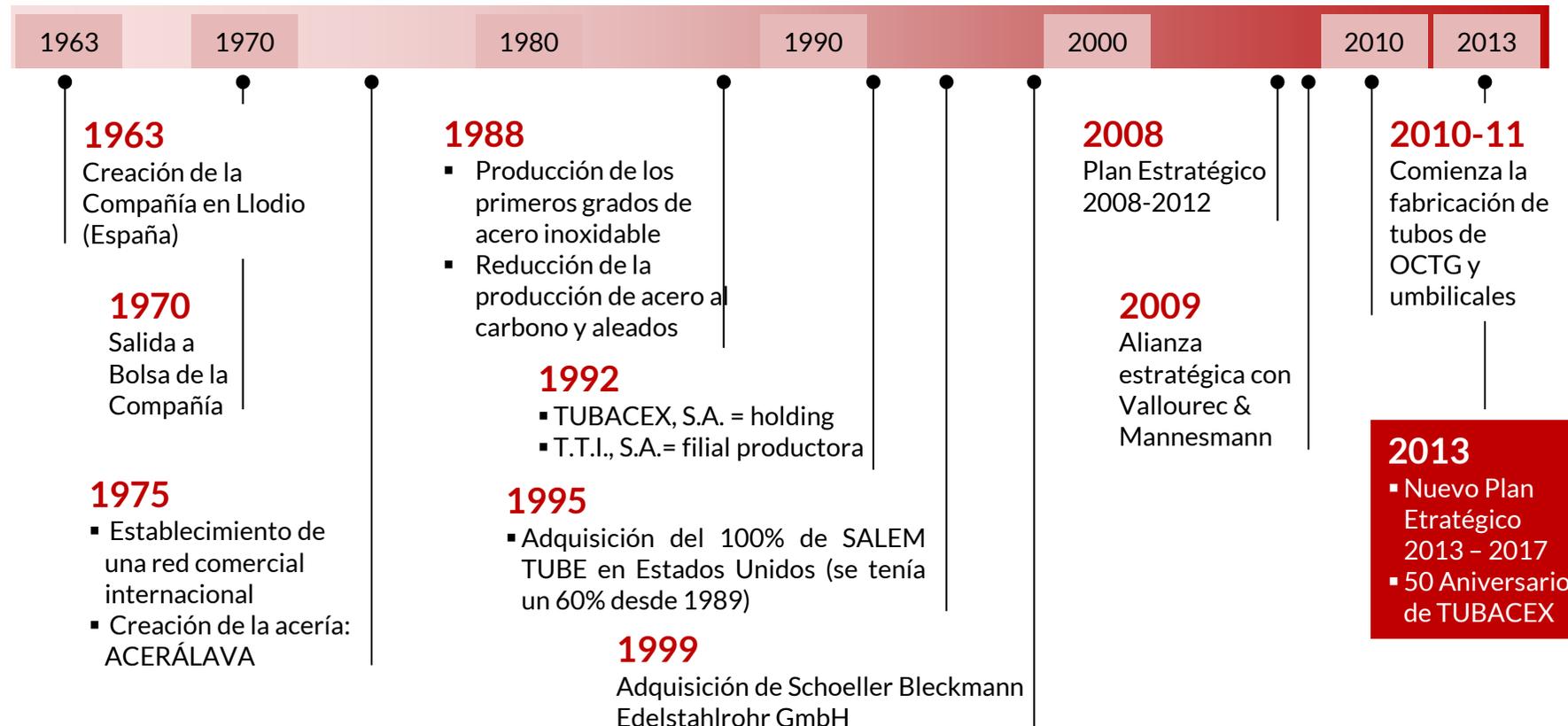
Desglose de ingresos por destino final del tubo ⁽²⁾



ESTRUCTURA TOTALMENTE INTEGRADA

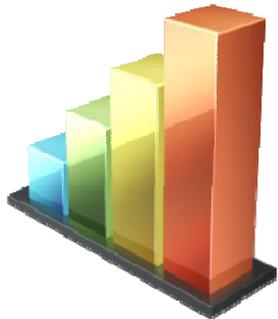


HISTORIA



ESTRATEGIA

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS. Objetivos a 5 años



Duplicar el valor de la compañía en 5 años

- Resultados: EBITDA, EBIT, etc.
- Deuda / EBITDA
- Equity & Enterprise Value



Reducir la volatilidad del mercado

- Break even vs. ventas
- Diversificación de productos
- Diversificación geográfica
- Alianzas y crecimiento



Ser proveedor referente para los clientes

- Market Share
- Calidad/ Servicio
- CRM
- Entrada en nuevos productos



Ser la empresa donde las personas quieren trabajar

- Seguridad
- Índice de satisfacción
- Evaluaciones 180°/360°

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS



#1: Duplicar el valor de la Compañía

300 M€ ➔ 600 M€

Estrategia negocio

- Mix producto
- Canales de venta
- Políticas de precio
- Crecimiento orgánico e inorgánico

Estrategia industrial

- Logro de EXCELENCIA OPERACIONAL a través del Programa COMPETE:
 - Gestión Diaria
 - Mejora continua

Estrategia financiera

- Coste financiero
- Gestión Acción
- Gestión del capital circulante

La mejora de resultados gracias a la Estrategia de negocio y la Excelencia Operacional unida a la fuerte reducción del capital circulante y, consecuentemente, de la deuda, provocará un aumento significativo en el Equity Value

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS



#2: Reducir la volatilidad del mercado

Diversificar



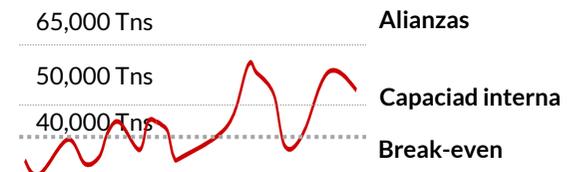
- Productos
- Geografía
- Mercados
- ...

Alianzas y subcontratación



- Alianzas industriales
- Alianzas comerciales
- Gestión de compras

Gestión del Break even



- Flexibilizar plantilla
- Control coste interno
- Seguimiento mensual del break even

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS



#3: Ser proveedor de referencia

Orientación
a la
Excelencia

- Fiabilidad
- Rigor
- Calidad
- Servicio Best in class
- Trato exquisito

Objetivo

- Nivel servicio* > 90%
- Calidad < 300 PPM's
- Calidad < 15 claims
- Innovación 3 productos/año
- Encuesta Satisfacción A
- Market Share 15-20 %
-

Acciones

- Excelencia operacional
- Perfiles Comerciales V.A.
- Ingeniería Avanzada, Product Managers
- Sistemas adecuados (costes, planificación, etc.)
- Cultura de cumplimiento, valores
-

*Cumplimiento medido sobre total de pedidos

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS



#4: Ser la empresa donde las personas quieren trabajar



Satisfacción personal e Ilusión

Encuestas
180°/ 360°

Índice de
satisfacción

Política de
comunicación

Desarrollo
personal

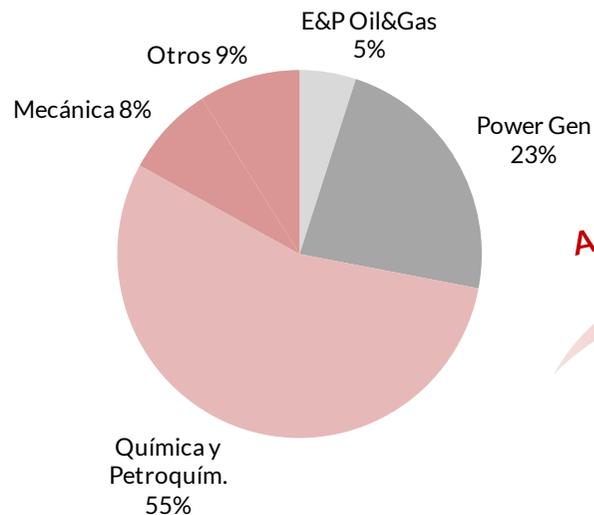
Reconocimiento

Cultura

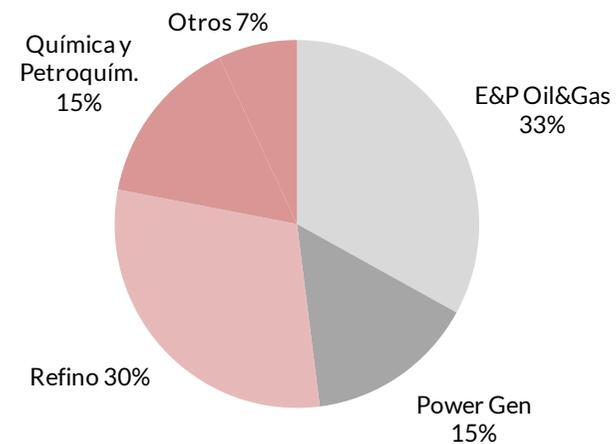
Seguridad Laboral

CAMBIO EN LA CARTERA DE PRODUCTOS

Entrada de pedidos por sector (2006) ⁽¹⁾



Entrada de pedidos por sector (2012)⁽¹⁾



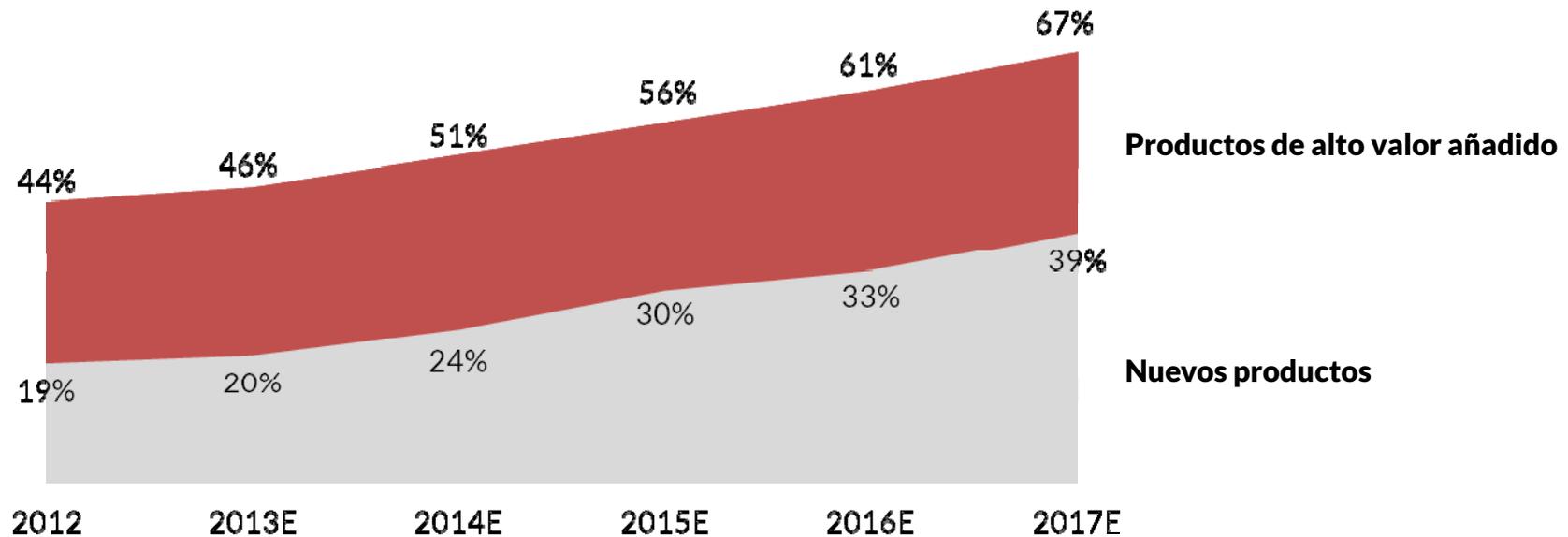
Anterior Plan Estratégico →

- Cumplido con éxito el Plan Estratégico anterior.....
-consiguiendo una diversificación significativa de nuestra cartera de clientes

(1) Actividad de Proyectos.

MEJORA DE LA CARTERA DE PRODUCTOS

Peso de nuevos productos en el total de las ventas

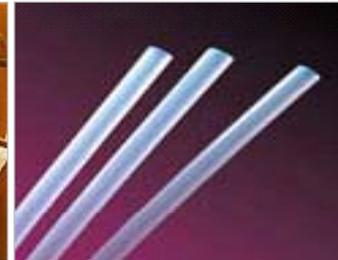
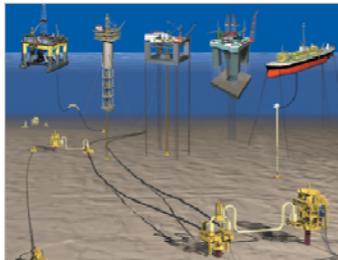


- Compromiso con la innovación y el desarrollo de nuevos productos
- Orientación estratégica hacia nuevos productos de alto valor añadido para sectores con buenas perspectivas de crecimiento
- Los nuevos productos han supuesto c.20% del total de las ventas en 2012

ORIENTACIÓN A PRODUCTOS DE ALTO VALOR

Productos de alto valor añadido

- Umbilicales
- Subsea
- OCTG
- Urea
- High Alloys
- Nuclear
- Precision tubing
- SC Boilers



Aumento significativo del peso del sector E&P Petróleo y Gas sector

DONDE QUEREMOS ESTAR?

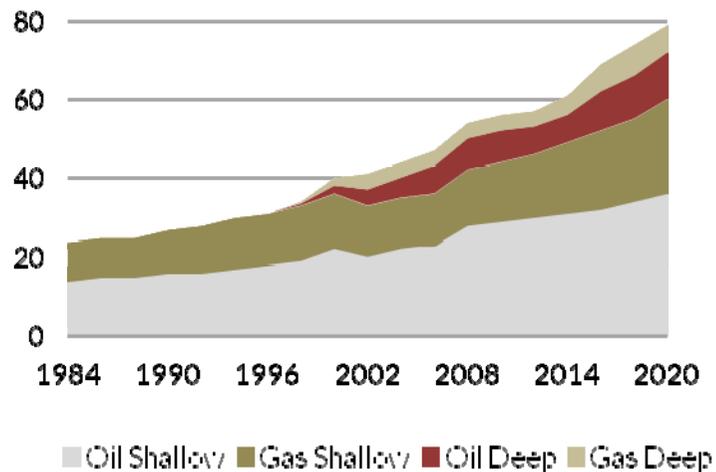
PRODUCTOS DE ALTO VALOR AÑADIDO:

- PETRÓLEO Y GAS
- POWER GENERATION

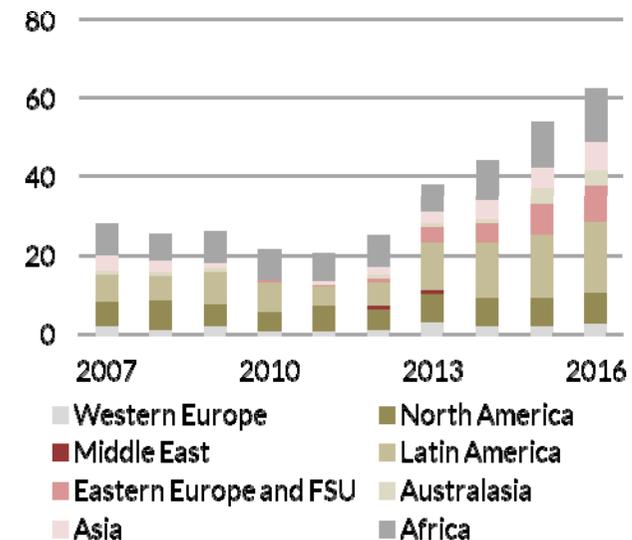


PETRÓLEO Y GAS: La exploración y extracción cada vez son más complejas

Producción offshore (mboed)



Deepwater Capex



- Más del 50% de los descubrimientos de petróleo de los últimos 5 años se hicieron en aguas profundas
- Altos niveles de corrosión y temperaturas extremas
- La tecnología necesaria para extraer es cada vez más compleja, lo cual está y seguirá incidiendo en que el porcentaje de uso de tubo de acero inoxidable sin soldadura crezca en relación a otros productos de menor valor añadido

OCTG. Oil Country Tubular Goods

TUBOS UTILIZADOS PARA LA EXTRACCIÓN DE PETRÓLEO Y GAS

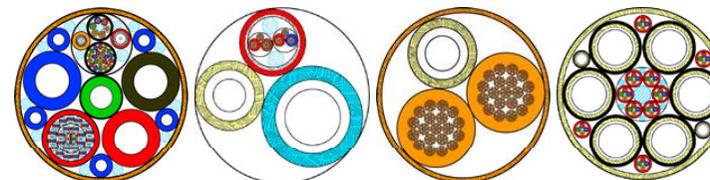
NUEVAS MÁQUINAS PILGER Y UNA NUEVA LINEA DE ACABADOS YA FUNCIONANDO EN ESPAÑA.

60-170 mm O.D.



Subsea umbilicals

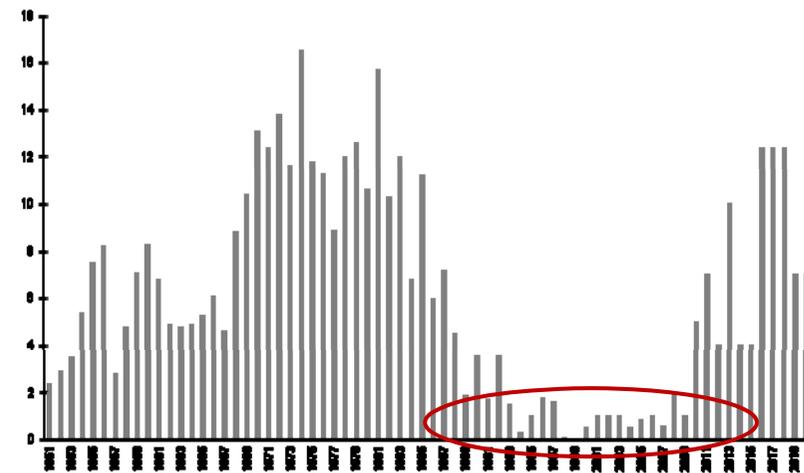
- CONEXIÓN DESDE LA PLATAFORMA HASTA EL FONDO MARINO
- DISTRIBUCIÓN DE FLUJO CONTINUO Y BOMBEO DE GAS
- TRANSPORTE DE FLUIDO HIDRÁULICO PARA EL CONTROL DE VÁLVULAS Y/O BOMBAS
- INYECCIÓN DE SUSTANCIAS QUÍMICAS PARA DILUIR EL PETRÓLEO
- NUEVA PLANTA DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA EN SBER (AUSTRIA)
- LONGITUD DEL TUBO DE HASTA 150KM



POWER GENERATION: Las plantas de carbón como fuente de energía siguen creciendo



Nueva capacidad mundial en plantas de carbón (GW)



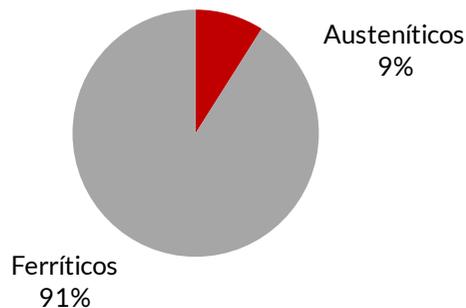
Fuente: IEA, Tubacex.

- La demanda eléctrica procedente de plantas de carbón crecerá a un promedio anual del 2,1% de aquí a 2030, por encima de la media del resto de fuentes de energía.
- El carbón tiene menor riesgo geopolítico que el petróleo.
- El 85% de este incremento procederá de China e India.
- Sólo en los últimos 5 años, China ha doblado su capacidad.

POWER GENERATION: .. con materiales más resistentes a las altas presiones y temperaturas

Tipos de calderas en plantas de carbón: composición y resistencias

Sub-críticas

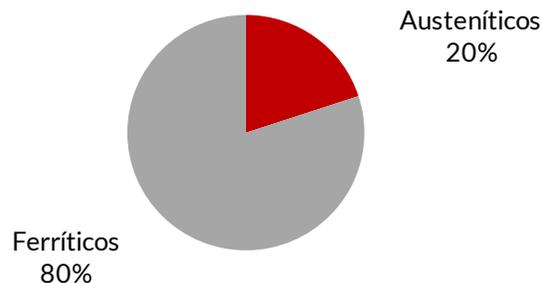


250 bars

550 °C

Reducción de emisiones CO2
vs. plantas tradicionales

Supercríticas

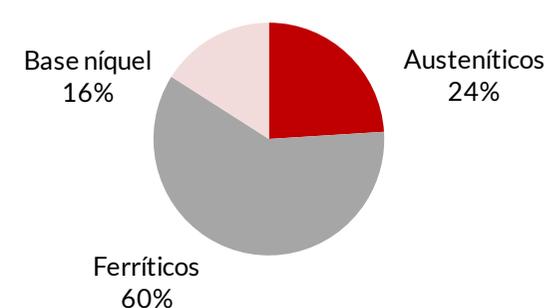


280 bars

610 °C

-33%

Ultrasupercríticas



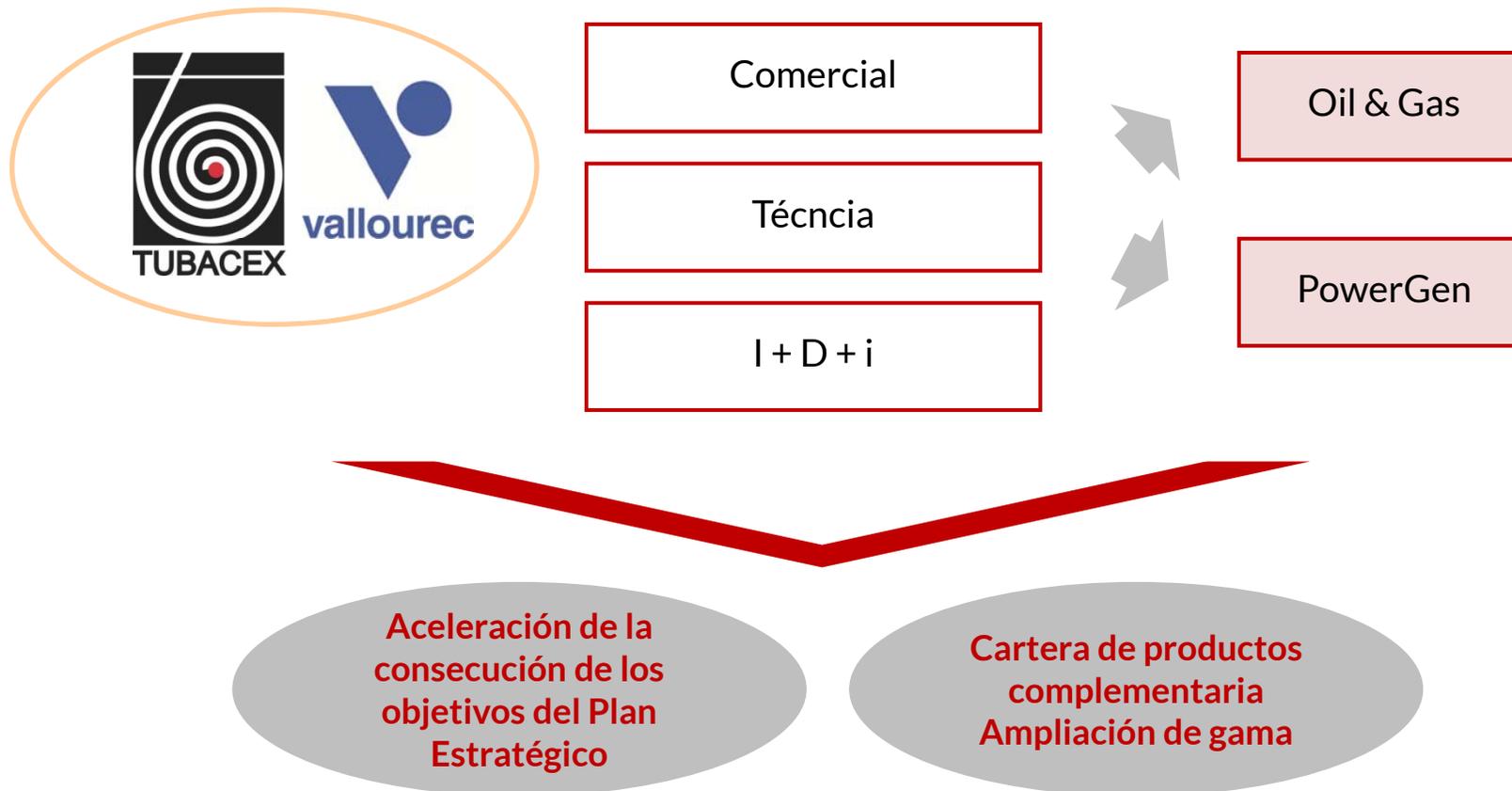
360 bars

710 °C

-40%

- Estas calderas deben ser más eficientes y cumplir los nuevos requisitos medioambientales, lo cual les exige mayor resistencia a presión y temperatura.
- Crecimiento medio anual 2007-2012E: 10%

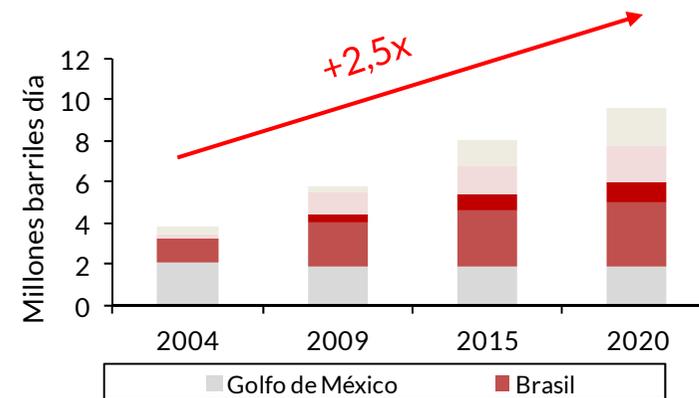
ALIANZA ESTRATÉGICA CON VALLOUREC & MANNESMAN



Acelerando la exposición en los mercados de mayor crecimiento

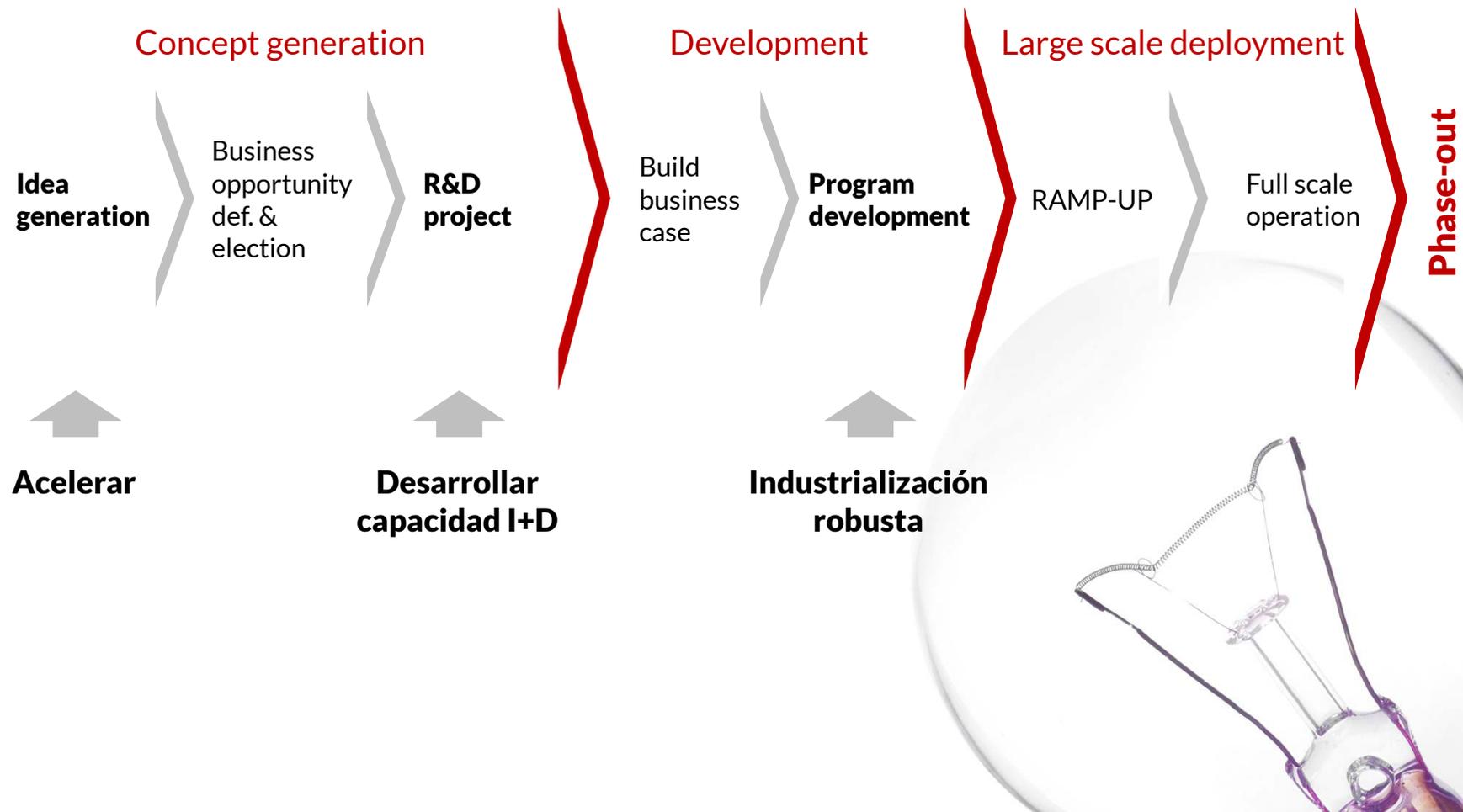


Capacidad Productiva Deepwater



- Brasil es el país en el que se espera un mayor crecimiento de la capacidad de extracción en los próximos años.
- Ambientes extremadamente agresivos: proyectos offshore, aguas profundas y pre-salt.
- Tubacex ha obtenido un crecimiento del 700% en Brasil en los últimos 5 años

TUBACEX INOVACIÓN: Hacia un cambio de modelo



NUESTRA HOJA DE RUTA

Fase I

2013 - 2014



GENERACIÓN DE CAJA

Fase II

2015 - 2016



CRECIMIENTO

Fase III

2017...



LOGRO Y CONSOLIDACIÓN

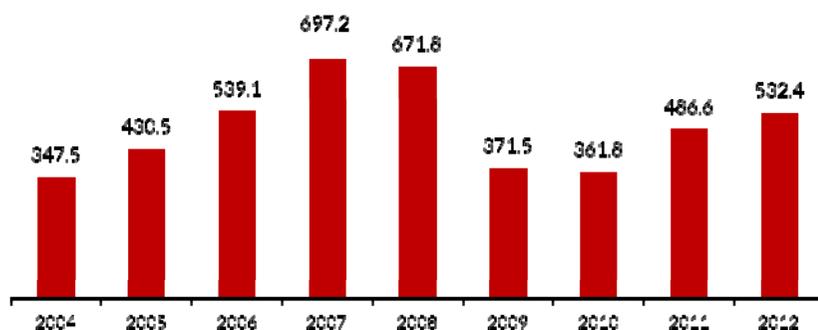
NUESTRA HOJA DE RUTA

	Fase I 	Fase II 	Fase III 
Mix de Producto	Productos de Alto Valor 30% vs. 70% Tradicional	Productos de Alto Valor 40% vs. 60% Tradicional	Productos de Alto Valor 50% vs. 50% Tradicional
Crecimiento de ventas	>15%	> 15%	> 10%
Margen EBITDA	10%	12%	15%
Deuda Neta/ EBITDA	< 3x	2 - 3x	2 - 3x
RoCE	10%	12%	15%
WC / Ventas	45%	40%	35%

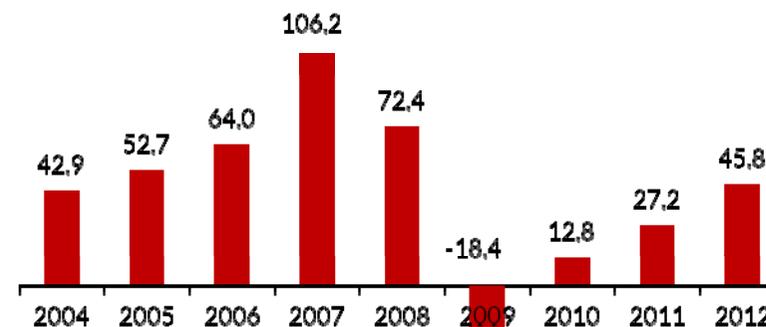
MAGNITUDES FINANCIERAS

PRINCIPALES MAGNITUDES

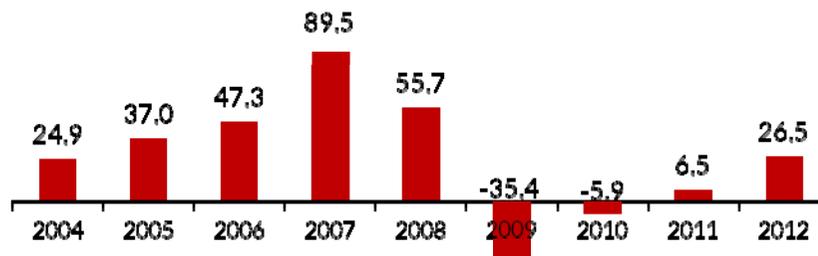
Ventas (M€)



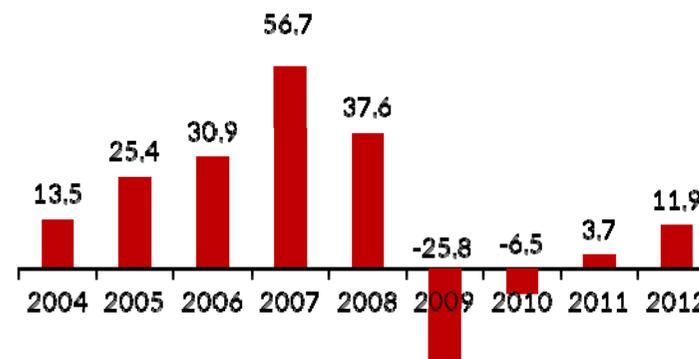
EBITDA (M€)



EBIT (M€)



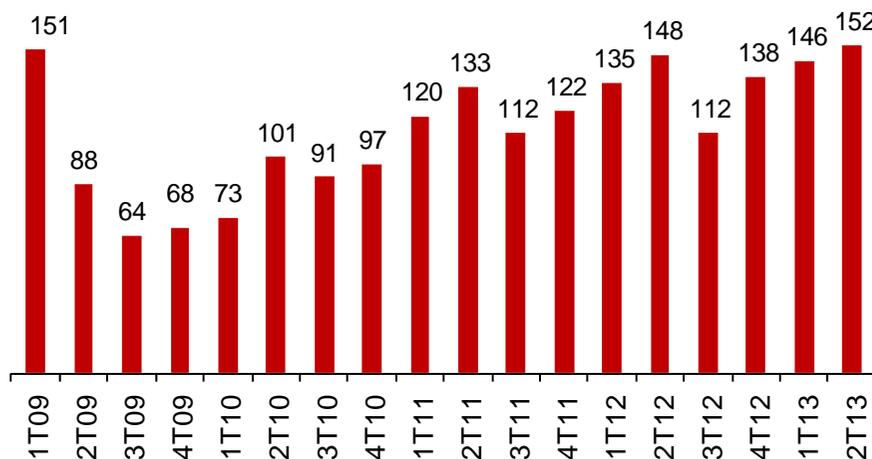
BENEFICIO NETO (M€)



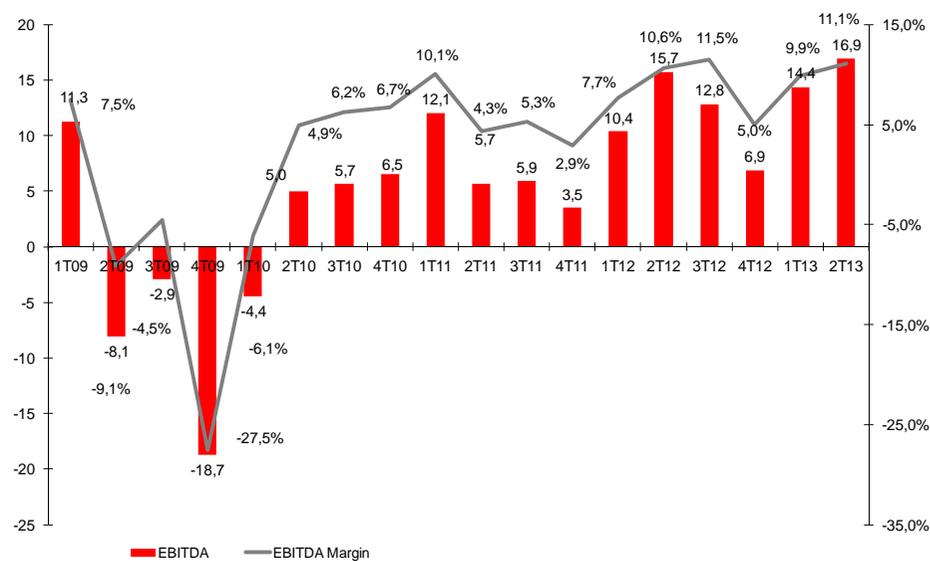
MAGNITUDES FINANCIERAS

RESULTADOS 2T 2013

Ventas (M€)



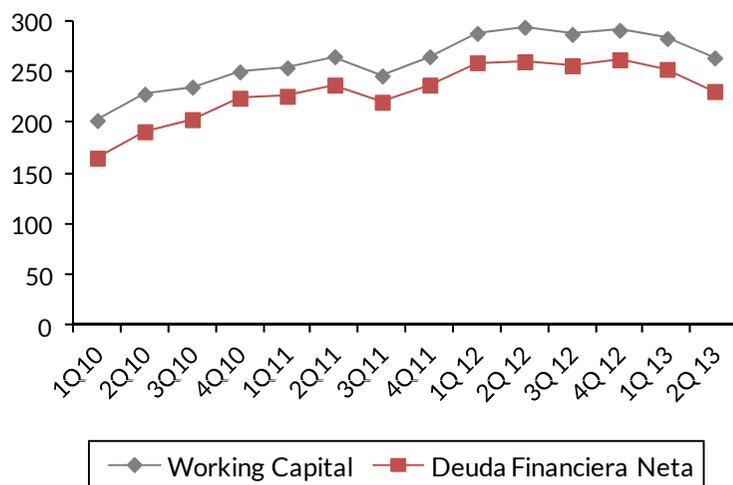
EBITDA (M€)



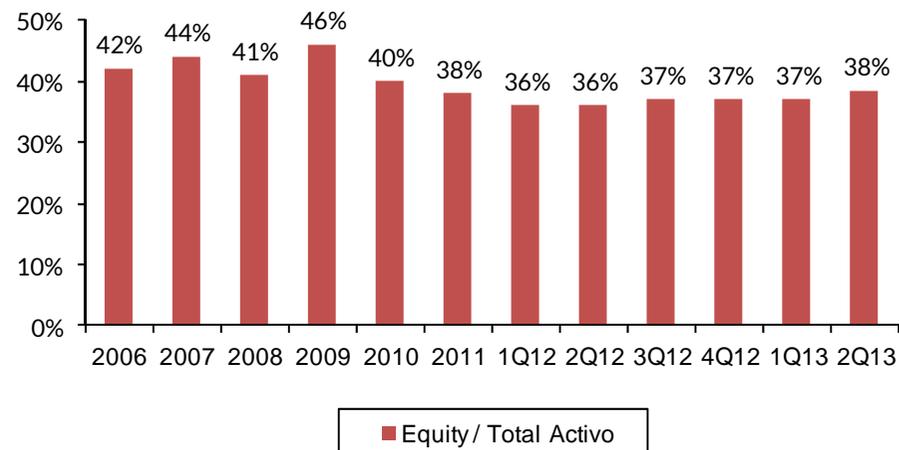
Significativo incremento de rentabilidad vs. 2T 2012.

SITUACIÓN FINANCIERA

Working Capital vs. DFN (€M)



Equity / Total Activo (%)



- Debido a nuestro modelo de negocio, la Deuda Financiera Neta está fuertemente correlacionada con la evolución del working capital
- A pesar del acusado descenso de la demanda durante 2009 y 2010, Tubacex ha sido capaz de mantener una sólida posición financiera

**MUCHAS GRACIAS
POR SU ATENCIÓN**



WWW.TUBACEX.COM

50 TUBACEX
1963 - 2013