

Discurso D. Pedro Abasolo
Presidente Grupo Tubos Reunidos
Junta General de Accionistas
7 Mayo de 2015

Contenidos

- 1.- Resultados 2014 y Primer Trimestre 2015
- 2.- Entorno Sectorial y Perspectivas
- 3.- Prioridades en 2015-2017
- 4.- Evolución Bursátil y Relación con los Inversores
- 5.- Propuesta de Dividendos
- 6.- Propuesta de Acuerdos

- (slide 2 presentación)

Buenos días, Señoras y Señores, hoy me gustaría hablarles de lo siguiente:

Primero cederé la palabra a nuestro Director General, D. Enrique Arriola, quien realizará un análisis del progreso del plan estratégico: Hacia un Nuevo Tubos Reunidos, así como de los resultados del ejercicio 2014 y del primer trimestre de 2015.

Posteriormente, expondré nuestra visión del contexto y perspectivas del sector, así como de nuestras prioridades estratégicas en el periodo 2015-2017.

Terminaré con el reparto de dividendos que se propone a la junta, una revisión de la evolución de la acción y la propuesta de acuerdos.

- (slide 3 presentación)

1.- Análisis Resultados 2014 y Primer Trimestre 2015

- (slide 19 presentación)

2.- Entorno sectorial y perspectivas

En la elaboración de nuestro Plan Estratégico 2014 – 2017 analizamos las tendencias del sector y nuestras oportunidades, entre las que destacan:

- Las expectativas de crecimiento sostenido de la demanda de tubería a nivel global

- Apoyada por los planes de fuertes inversiones en infraestructuras energéticas
 - Particularmente y en mayor medida en productos Premium de altas especificaciones técnicas demandados por las nuevas tecnologías no convencionales de producción de petróleo y gas y tecnologías más eficientes en generación de energía y petroquímica
 - Y la mayor sofisticación de las exigencias de servicio de los clientes, lo que constituye una oportunidad para nuestra diferenciación
- (slide 20 presentación)
 - Las expectativas de crecimiento de la demanda son positivas y sostenibles en el tiempo, con un mayor crecimiento en la demanda de tubería especial

(slide 21)

Nuestra respuesta para capturar la creciente demanda de tubería es nuestro plan estratégico, cuyos objetivos, básicamente eran los siguientes:

- Incrementar nuestra presencia en productos Premium.
- Mejorar el servicio al cliente con soluciones integrales, gama completa y servicio local.
- Incrementar nuestra competitividad estructural en procesos productivos y operativos.
- Globalidad: mayor presencia geográfica comercial y productiva en mercados de crecimiento, tales como Norteamérica, Asia, Latinoamérica, Oriente Medio y África.
- Cuantitativamente, nuestro objetivo para el 2017 es multiplicar nuestras ventas por 1,7 veces y el EBITDA por 2,4 veces desde los niveles de 2013 y alcanzar una rentabilidad sobre nuestro capital invertido de un 15% con un ratio de deuda financiera neta de 1,2 veces nuestro EBITDA

- (slide 22 presentación)

- Los avances en el Plan Estratégico hasta la fecha son los siguientes:
- Las principales inversiones en nuevos productos Premium ya están realizadas en su mayor parte, con una cifra de 97 Millones de euros en el periodo 2012-2014, lo que supone un 65% de cumplimiento de nuestro plan de 150 millones de

euros hasta el 2016 en el negocio de tubería.

- Se ha avanzado sustancialmente en la mejora del servicio al cliente a través de las inversiones de acabados propios, del desarrollo de Almesa y del acuerdo con Marubeni Itochu y JFE.

- Se han alcanzado gran parte de los objetivos en incremento de la competitividad gracias a la innovación en aceros especiales propios, implantación de nuevos procesos, la mejora en plazos de entrega, calidad y servicios.

- En cuanto a la Globalidad, se han obtenido homologación en clientes objetivo, se han expandido las capacidades comerciales con nuevas delegaciones y desarrollo de nuevos canales. Se ha modificado nuestro mix de ventas geográfico la dirección buscada,

- Norteamérica: del 30 al 35 por ciento.

- Asia, Latinoamérica y África: del 25 al 30 por ciento.

- Europa: del 45 al 35 por ciento.

- Se ha formalizado el acuerdo estratégico con MISI y JFE para el negocio de OCTG, que sigue su curso previsto y que comenzará a ser operativo desde el punto de vista de producción a lo largo del primer trimestre de 2016.

- (slide 23 presentación)

- El contexto sectorial en el que nos encontramos en 2015 está marcado por el precio del petróleo:

- La cotización del Brent ha caído un 40% desde septiembre de 2014,
 - Lo que ha llevado a una reducción en las inversiones y en la actividad de exploración y producción de petróleo y gas a nivel global
 - Y por consiguiente, en la demanda de tubería de OCTG.
 - Particularmente, en el mercado Norteamericano, el número de rigs activos ha disminuido un 53% desde noviembre de 2014, donde la oferta ha mostrado ser más elástica al precio del petróleo.
 - Esta situación está llevando consigo un entorno de mayor competencia global en el sector.

- (slide 24 presentación)

- Existen también algunos aspectos positivos mitigantes en el mercado, como son:

- El fortalecimiento del dólar contra el euro en cerca de un 20% desde septiembre de 2014.
 - El mantenimiento de la actividad en otros segmentos de mercado como la generación de energía y la petroquímica.
 - La aprobación de medidas antidumping en Norteamérica desde julio de 2014.
 - Reducciones de capacidad de fabricación de tubería en el sector y cancelaciones y retrasos en entradas de nuevas plantas productivas.
- (slide 25 presentación)
- Entendemos que el contexto actual es coyuntural:
 - El consenso de mercado indica que el precio del petróleo se recuperará, como ha ocurrido en situaciones similares en el pasado.
 - En relación a las tecnologías no convencionales en Norteamérica, se espera que, al igual que han reaccionado rápidamente a la caída del precio lo harán de igual manera en sentido contrario cuando el precio del petróleo se recupere. Estas tecnologías están demostrando ser más rápidas en reaccionar, mientras que otras tecnologías, como las convencionales y en otras partes del mundo, siguen en funcionamiento en el C/P pero se están reduciendo significativamente las nuevas inversiones
 - De modo que, como refrendan instituciones como la Agencia Internacional de la Energía, la perforación no convencional en Norteamérica, principalmente el shale gas y shale oil, no solo no quedarán fuera sino que incrementarán su cuota de mercado cuando la situación se normalice.
 - Se estima que del crecimiento total esperado en la producción de petróleo y gas en el periodo 2014-2017, un 50% será en Norteamérica
- (slide 26 presentación)
- Confiamos por tanto en los fundamentales de crecimiento y oportunidades que presenta el sector en el medio plazo, donde, en el año 2020, respecto a 2014:
 - La producción de petróleo y gas será de 6 Millones de barriles / día más
 - La capacidad de refino se incrementará en 6,4 millones de barriles / día
 - El crecimiento de capacidad de generación de energía va a ser de más del 4%

- (slide 27 presentación)
- En este entorno, en Tubos Reunidos:
 - Hemos adaptado nuestra gestión en el corto plazo al escenario de mercado actual
 - Estamos convencidos de que las circunstancias actuales pueden constituir una oportunidad para salir reforzados cuando el entorno se normalice
 - Mantenemos las bases y objetivos de nuestro plan estratégico 2014-2017: Hacia un Nuevo Tubos Reunidos

- (slide 28 presentación)

4.- Prioridades estratégicas 2015-2017: Desarrollo Corporativo

- (slide 29 presentación)
- Realizados los avances comentados en el año 2014, ahora quiero exponer las que van a ser nuestras prioridades estratégicas en el periodo 2015-2017 y en particular nuestro plan de desarrollo corporativo.
- En 2015 nos vamos a centrar en seguir implementando nuestra estrategia comercial enfocada a los nuevos productos y creciendo nuestro posicionamiento en nuevos segmentos de mercado y clientes
- Vamos a seguir ejecutando los planes de optimización que tenemos en marcha para maximizar la calidad, productividad y el servicio una vez que avanzamos en la curva de aprendizaje de los nuevos procesos productivos e inversiones.
- Adicionalmente, después del primer paso que supone el acuerdo firmado con nuestros socios Marubeni y JFE, vamos a continuar nuestro plan de desarrollo corporativo.
- (slide 30 presentación)
- Históricamente, hemos venido creciendo con el sector, alcanzando rentabilidades máximas en 2008. En 2010-2012 hemos vuelto a crecer después del año 2009, marcado por la crisis, y fue en 2013 cuando se produjo en el sector una eclosión de la oferta, con incrementos de capacidad, estando actualmente en una situación de sobreoferta estructural
- El desarrollo corporativo, es un medio para:
 - Acelerar y ampliar nuestras ventas de productos Premium en los mercados globales a través de:
 - o La diversificación de nuestro modelo industrial, una vez completadas las inversiones locales en nuestras plantas
 - o Integrar capacidad productiva y comercial existente en zonas geográficas de crecimiento

- Obtener una mayor competitividad estructural

- (slide 31 presentación)

- En este plan de desarrollo corporativo hemos definido cuatro líneas prioritarias:
 - 1.- OCTG: Implantación local de capacidades productivas complementarias de acabado, con incremento de servicio y presencia comercial en mercados objetivo.
 - 2.- Tubería de gran diámetro inoxidable: incremento de presencia global apalancándonos en nuestra diferenciación de producto y proceso productivo
 - 3.- Mayores capacidades de Servicio de Almesa para nuestro producto de conducciones en mercados objetivo: Africa, Oriente Medio y Latinoamérica
 - 4.- Integración de capacidad productiva local existente en mercados de crecimiento: con productos y servicios complementarios, orientados a mayor valor añadido e incrementando competitividad

- (slide 32 presentación)

- En el negocio de OCTG, queremos integrarnos verticalmente en la cadena de valor hacia el servicio y el cliente, obteniendo capacidades productivas propias de acabado en nuevos mercados. Este paso nos permitiría:
 - Maximizar la calidad de nuestros productos terminados y acelerar nuestra entrada comercial en nuevos segmentos de alto valor añadido
 - Mejorar el servicio y flexibilidad
 - Mejorar también la competitividad
 - Y tener una respuesta más cercana a nuestros clientes con presencia local en los mercados de consumo

- (slide 33 presentación)

- En el producto de gran diámetro inoxidable, contamos con una serie de ventajas competitivas en un mercado de nicho muy atractivo en márgenes y posibilidades de crecimiento:
 - Tenemos un proceso productivo competitivo
 - Hemos desarrollado una capacidad propia de ofrecer productos y soluciones realmente sofisticadas a la medida de nuestros clientes
 - Hemos realizado un esfuerzo continuo en innovación que constituye una barrera de entrada a la entrada de nuevos competidores

- Nuestro objetivo es hacer crecer este negocio accediendo a nuevos clientes y mercados incrementando nuestras capacidades como son:
 - El autoabastecimiento de la materia prima
 - El complemento de gama de producto
 - Nuevas capacidades de acabado para entrar en nuevos segmentos

- (slide 34 presentación)
- En Almesa, queremos incrementar la positiva aportación que realiza al Grupo en el negocio de conducciones:
 - Ofrece una mayor llegada al cliente final, complementa los productos que no tiene el Grupo y ofrece servicios de asesoramiento técnico y de proyectos
- Queremos seguir llegando a acuerdos con compañías distribuidoras o proveedoras de servicios en los mercados objetivo: Africa, Oriente Medio y Latinoamérica, como ya hemos hecho en 2014

- (slide 35 presentación)
- Respecto a nuestra presencia en los mercados de mayor crecimiento, queremos incrementar nuestro posicionamiento:
 - Obteniendo capacidades productivas locales existentes en dichos mercados
 - Complementando gama de producto en segmentos de alto valor añadido a los que no llegamos en nuestras fábricas
 - Incrementando nuestro servicio con presencia local
 - Y obteniendo mejoras de competitividad

- (slide 36 presentación)
- Desde un punto de vista cuantitativo, las operaciones de desarrollo corporativo deben:
 - Contribuir a asegurar la consecución de los objetivos del plan estratégico 2014-2017
 - Cumplir con el criterio de DFN/EBITDA objetivo menor o igual a 2,5x, de modo que en caso de realizarse operaciones este ratio deberá acercarse a este objetivo en un periodo máximo de 2 a 3 años desde la realización de dicha operación
 - Apoyar en la rentabilización de los activos actuales tras las inversiones ya efectuadas en nuestras planta, obteniendo sinergias.

- Realizarse secuencialmente, permitiendo el tiempo necesario para la consolidación de los procesos de integración y generación de caja de cada operación.

A pesar de este contexto sectorial, en TUBOS REUNIDOS seguimos asentando las bases, no solo para un crecimiento eficaz y sostenible, sino para consolidar un modelo de negocio y una posición competitiva diferencial para ser líderes en un mercado global.

La consecución de los resultados y avances del ejercicio 2014, así como la confianza en la capacidad de obtener los ambiciosos objetivos cualitativos y cuantitativos del plan estratégico, no podrían ser posibles sin el compromiso y profesionalidad de todo el equipo humano que conforma el GRUPO TUBOS REUNIDOS, ni tampoco sin el apoyo constante de nuestros accionistas, clientes, proveedores, entidades financieras e instituciones.

- (slide 37 presentación)

5.- Propuesta de Dividendos

- (slide 38 presentación)

En lo que se refiere al dividendo, desde que la situación operativa del Grupo se normalizó se ha vuelto a la política de reparto del dividendo.

- En ese sentido, en lo referente a 2014, en la Junta de hoy sometemos a su aprobación un reparto de un dividendo con cargo al beneficio del ejercicio 2014 de 0,0115 euros brutos por acción, que representa un importe total de 2 millones de euros.

- (slide 39 presentación)

6.- Evolución bursátil

- (slide 40 presentación)

La cotización de Tubos Reunidos alcanzó un máximo de 2,85 euros por acción en junio, tras la buena acogida por parte del mercado del plan estratégico y de los resultados de la compañía en el inicio del ejercicio.

A 31 de diciembre de 2014 la acción cerró en 1,71 euros por acción, una cotización un 3,4 por ciento inferior a la de diciembre de 2014 como consecuencia del desplome del precio del petróleo en la segunda parte del año.

El descenso del precio del Brent alcanzó un 49,68 por ciento a diciembre de 2014 respecto a diciembre de 2013.

- (slide 41 presentación)

En relación a la liquidez de la acción de Tubos Reunidos, ésta se ha incrementado notablemente en 2014, alcanzando una contratación d 82,2 millones de títulos con un valor de contratación de 174,7 millones de euros, lo que supone un incremento de un 125 por ciento y un 169 por ciento, respectivamente, respecto a 2013.

- (Slide 42 Presentación)

El área de Relación con Inversores ha continuado con su actividad buscando que la compañía tenga un cauce de comunicación claro y transparente con el mercado financiero

- Se han tenido reuniones con inversores institucionales de las principales plazas financieras y se ha seguido con la política de atención continuada al inversor minorista a través del buzón del accionista.

- Por último, se ha continuado con el contrato de liquidez, que tiene como fin, como ustedes saben, ayudar en la operativa bursátil diaria con el fin de que haya volumen suficiente para la misma

- (Slide 43 Presentación)

7.- Propuesta de acuerdos