BEARINGS EUROPE | NBI®

Una realidad visible y tangible

ÍNDICE

1.- Resumen ejecutivo
2.- Mercado mundial rodamientos
3.- Proyecciones Plan Director NBI 2015-2019
4.- Resultados 1T – 2015
5.- DAFO

ANEXOS:
A1.- Producto
A2.- Modelo de negocio
A3.- Historia reciente: continua adaptación al mercado
A4.- Drivers crecimiento futuro

1. RESUMEN EJECUTIVO

- ✓ Ventas 8 mn € en 2013. **Fabricante pequeño** en el sector de rodamientos. Operador de nicho **centrado productos** y **sectores específicos** con ventajas competitivas de los grandes fabricantes mundiales. Sector muy atomizado. Centrada en **lotes** por referencia **medios y pequeños**.
- ✓ **Márgenes** son claramente **superiores** a la media del sector. 2013 vs panel **3 PEERS mejores**:
  - EBITDA / Ventas: 22,1% vs % 11,7%
  - EBITDA / Empleado: 68.989 € vs 27.486 €
  - ROE: 10,2% vs 7,3%
- ✓ Negocio generador de caja**: 2011-2013 generación caja de 5,8 mn** €. Ampliación de capital de 5 mn €. Situación financiera fortalecida.
- ✓ Profundo **proceso de transformación** en los últimos años. 2013 y 2014 i) inversión media anual **> 15%** sobre total facturación en **I+D** en el diseño **de nuevos productos**, ii) potenciación Ingeniería de Aplicaciones y iii) reestructuración comercial.
- ✓ **Clientes** reconocido prestigio y **líderes** de sus respectivos sectores han **homologado** la marca **NBI**. Procesos de homologación son largos y costosos para sus clientes.
- ✓ **Cartera** de **clientes actual** con gran potencial de incremento de ventas. **Consumo potencial 455 mn €.** Elevada **diversificación geográfica** y **poca concentración en clientes**.
- ✓ **Factor esencial** instalación **nueva fábrica en Álava**, con una inversión total prevista de 5,3 mn € en tres años.
- ✓ **NBI Bearings** se encuentra en posición de escalar su modelo de negocio y **acelerar** su perfil de **crecimiento**.

BEARINGS EUROPE NBI®

CARACTERÍSTICAS

- ✓ Consumo estimado 2014: 70.000 mn €; 2019: 93.000 mn € (fuente: Freedonia Inc.)
- ✓ No se prevé ningún producto sustitutivo.
- ✓ Demanda muy estable correlación PIB.
- ✓ Cuota agregada mercado seis principales marcas 43,3%. SKF 9,3%. **Mercado muy atomizado y en consolidación.**

MARCAS PRINCIPALES POR FACTURACIÓN

> 1.000 M €		> 100 M €	> 30 M €	< 30 M €
SKF	9,3%	TMB	FERSA	
SCHAEFFLER / LuK / INA / FAG	9,1%	C&U	CPM	
		RBC	METER	
NSK	7,4%	NBC	NKE	
JTEKT		ZWZ	SLF	**> 2.000**
Koyo / TOYODA	6,6%	LYC	KRW	**MARCAS**
		HRB	URB	
NTN	6,5%	EBC	ZKL	
		REXNORD	FLT	
TIMKEN Where You Turn	4,4%	QC	ROLLWAY	
NACHI NACHI TECHNOLOGY INC.		MCGILL	RKB	

BEARINGS EUROPE NBI®

DATOS NBI CONSOLIDADOS

- Ventas 25,2 millones € 2019
- Bº Neto > 10% de las ventas
- Deuda Financiera Neta < 2,5x EBITDA

- NBI gama actual
- Nueva fábrica
- Oportunidades crecimiento inorgánico

CUENTA RESULTADOS (cifras en miles de €)	2014	2015 E	2019 E	2019 E
Facturación	7.638,7	9.300,0	25.270,3	
Activación I + D	447,0	352,5		
TOTAL INGRESOS	**8.085,6**	**9.652,5**	**25.270,3**	**100,0%**
EBITDA	**1.910,1**	**1.748,0**	**5.701,3**	**22,6%**
EBIT	**1.060,4**	**837,0**	**3.862,3**	**15,3%**
EBT (sin excepcionales)	**632,9**	**343,4**	**3.477,3**	**13,8%**
Extraordinarios	1.205,7	0,0	0,0	0,0%
BDI	**1.760,5**	**107,3**	**2.619,9**	**10,4%**

Incremento Stock 2014-2019	6.910,1
Inversión en Activos 2014-2019	5.940,0
Deuda Financiera Neta (D.F.N) 2019	7.088,5
D.F.N / EBITDA	1,2
Ventas/Stock	1,6
Fondos Propios (FF.PP)	13.113,4
FFPP / Total Pasivo	43,2%
D.F.N/ (D.F.N + FF.PP)	35,1%

BEARINGS EUROPE NBI®

NBI GAMA ACTUAL: de 7,6 mn € a 15,2 mn € EN 2019 (TACC 2014-2019: 14,9%)

TACC 2009-2014: 16%

CUENTA RESULTADOS (cifras en miles de €)	2014	2015 E	2019 E	2019 E
Facturación	7.638,7	9.300,0	15.270,3	
Activación I + D	447,0	352,5		
TOTAL INGRESOS	**8.085,6**	**9.652,5**	**15.270,3**	**100,0%**
EBITDA	**1.910,1**	**2.292,4**	**2.787,1**	**18,3%**
EBIT	**1.060,4**	**1.477,4**	**1.442,1**	**9,4%**
EBT (sin excepcionales)	**632,9**	**983,8**	**1.186,9**	**7,8%**
Extraordinarios	1.205,7	0,0	0,0	0,0%
BDI	**1.760,5**	**747,7**	**902,1**	**5,9%**

COMERCIALES Mayor penetración clientes actuales, éxito procesos homologación en curso, más comerciales para clientes ya identificados con actividad previa en sectores estratégicos (reductores, compresores y Oil & Gas)

PRODUCTO Ventas de productos desarrollados 2013-2014: SRB bronce, TRB y rótulas

SERVICIO Participación e involucración diseño nuevos productos de clientes

I+D Apuesta estratégica desarrollo nuevos productos y servicios

BEARINGS EUROPE NBI®

NBI NUEVA FÁBRICA

- ✓ Construcción nueva fábrica en Oquendo: 4 **líneas** de rectificado, inversión **5,3 mn €** y contratación **49 empleados**.
- ✓ **Arranque primera fase 2 líneas producción año 2016** y contratación a pleno rendimiento 11 trabajadores por línea más 3 personas gestión y administración.
- ✓ **Producción** rodamientos cónicos (**TRB gran tamaño**) y esféricos (**SRB pequeños**) de gran calidad. Productos complementarios a los actuales, rodamientos cilíndricos (CRB). Calidad superará a fabricantes alternativos, alcanzando grandes marcas. La instalación de la fábrica en **Oquendo** presenta **sinergias** y ventajas claras:
  - Existencia de un **laboratorio totalmente equipado y operativo**, con personal cualificado.
  - **Espacio libre disponible (900 m2)** y posibilidad de alquiler adicional de 600 m2.
  - **Cercanía del equipo directivo y comercial**.
  - **Proximidad del equipo de I+D** que posibilitará el desarrollo de nuevos productos

BEARINGS EUROPE NBI®

NBI NUEVA FÁBRICA

CUENTA DE RESULTADOS (cifras en miles de €)	2015 E	2019 E	2019 E
TOTAL INGRESOS	0,0	10.000,0	**100,0%**
EBITDA	-544,4	2.914,2	**29,1%**
EBIT	**-640,4**	**2.420,2**	**24,2%**
EBT (sin excepcionales)	**-640,4**	**2.290,4**	**22,9%**
Extraordinarios	**0,0**	**0,0**	**0,0%**
BDI	**-640,4**	**1.717,8**	**17,2%**

Repetir historia éxito implantación planta china

4. RESULTADOS 1T - 2015

CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA (cifras en miles de euros)	2015 1T	2015 1T (PRESUPUESTO)	% Variación	2014 1T	% Variación
Facturación	2.378,70	2.325,00	2,30%	2.211,20	7,60%
Activación I + D	68,7	88,1	-22,00%	52,7	30,40%
TOTAL INGRESOS	**2.447,40**	**2.413,10**	**1,40%**	**2.263,90**	**8,10%**
Coste de las ventas (COGS)	-1.158,40	-1.116,00	3,80%	-1.023,50	13,20%
Gastos Personal	-373,3	-420,3	-11,20%	-371,1	0,60%
Otros Gastos Operativos	-345,7	-371,8	-7,00%	-289	19,60%
EBITDA	**570**	**505**	**12,90%**	**580,3**	**-1,80%**
Amortización	-184,2	-210,2	-12,40%	-188,3	-2,20%
Provisiones	-45	0		-30	50,00%
EBIT	**340,8**	**294,8**	**15,60%**	**362**	**-5,80%**
Resultado Financiero	**-80,7**	**-123,4**	**-34,60%**	**-108,7**	**-25,70%**
EBT (sin excepcionales)	**260,1**	**171,4**	**51,80%**	**253,3**	**2,70%**
Extraordinarios	0,6	0		-7,3	-108,10%
EBT	**260,7**	**171,4**	**52,10%**	**246**	**6,00%**
Impuesto Sociedades	-64,1	-59	8,60%	-64	0,20%
BDI	**196,6**	**112,4**	**74,90%**	**182**	**8,00%**

• La **facturación** correspondiente al primer trimestre de 2015 está **en línea** con el **Presupuesto** en base trimestral.

• El **EBITDA** correspondiente al primer trimestre de 2015 presenta un **incremento** de **12,9%** respecto al **Presupuesto** en base trimestral. Resaltar que el ratio EBITDA/Total Ingresos ha superado el 23%.

• El **EBT** (sin excepcionales), es decir, el resultado antes de extraordinarios e impuestos, presenta una **mejora** del **51,8%** respecto al **Presupuesto** en base trimestral. El aumento de márgenes se ha producido porque los gastos incurridos están siendo inferiores a los presupuestados. Los gastos incurridos en 1T no resultan extrapolables al resto del ejercicio.

5. DAFO

FORTALEZAS

* Barreras de entrada en el sector (intensivo en capital, I+D, Ingeniería de Aplicaciones, distribución)
* Estrategia comercial muy definida: mayores márgenes que la competencia
* Método comercial muy sistematizado y escalable
*Creciente reputación de marca: clientes líderes en los sectores estratégicos como referencia
* Gran diversificación geográfica y por clientes
* Cartera clientes actual mucho potencial de compra
* Experiencia exitosa previa en implantar partiendo de cero una fábrica
* Gama de producto elegida fábrica de Álava sin competidores alternativos
* Involucración y colaboración muy fluida con los proveedores estratégicos. Win-Win
* Transparencia total: auditados desde hace 8 años. Información periódica por encima de los requisitos MAB
* Confianza total de la banca e instituciones. Acceso a financiación siempre
* Desde la fundación siempre resultado positivo
* Sistemas de gestión y operativos muy desarrollados

DEBILIDADES

* Fortaleza del dólar puede reducir el margen bruto
* Mercado muy competitivo
* Empresa de reducido tamaño
* Dependencia excesiva fundador
* Ventas actuales muy concentradas en sector elevación
* Compras concentradas en pocos proveedores

OPORTUNIDADES

* Crecientes restricciones medioambientales incrementan la demanda de productos de baja fricción
* Posible target de algún gran fabricante
* Devaluación del € favorece exportaciones zona euro
* Mercado en consolidación: posibles adquisiciones

AMENAZAS

* Competencia países emergentes (más productivos low cost)
* Reducción precios rodamientos líderes de mercado
* Riesgo de ejecución en tiempo y calidad de la nueva fábrica

BEARINGS EUROPE NBI®

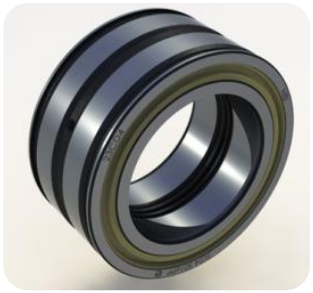
RODAMIENTO

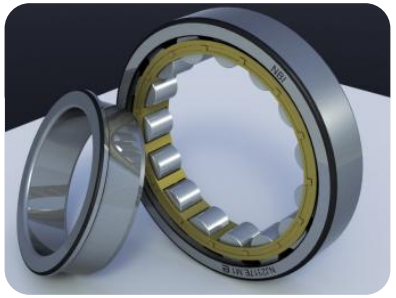
✓ Es un cojinete formado por aros concéntricos, entre los que se intercala una corona o jaula que soporta los elementos rodantes (bolas, rodillos o agujas).

✓ Se trata de un elemento mecánico que reduce la fricción entre un eje en movimiento y las piezas conectadas a éste.

✓ Los rodamientos son elementos de precisión mecánica con un componente metalúrgico muy importante.

✓ Se clasifican en función de la forma geométrica de los elementos rodantes: CRB (Cylindrical Roller Bearing), TRB (Taper Roller Bearing), SRB (Spherical Roller Bearing), DGBB (Deep Groove Ball Bearing), NRB (Needle Roller Bearing)





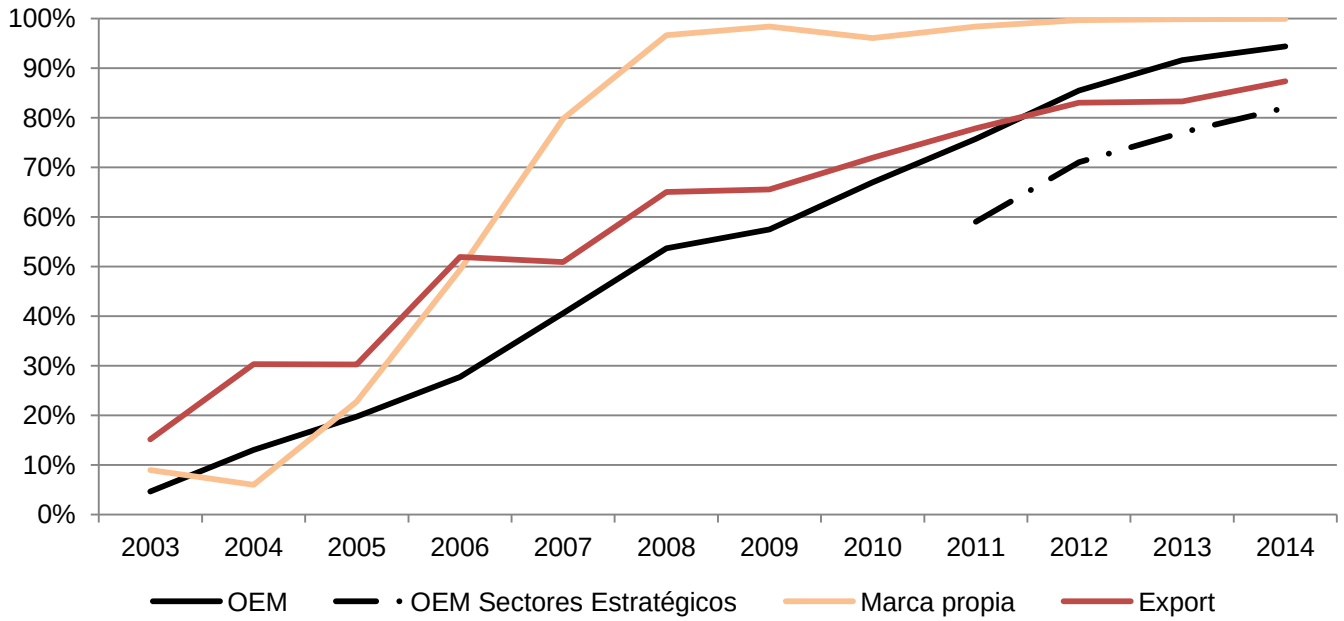
A2. MODELO DE NEGOCIO

✓ Basado en 5 elementos clave:

- **Estrategia comercial** centrada en segmentación clientes: sectores específicos y volúmenes por referencia medio-bajos, donde márgenes más elevados. Elevado número de clientes en cada sector estratégico.
- **Método comercial** muy sistematizado. 6 comerciales alcanzan ratios similares, método muy escalable.
- **Diseño producto** mediante inversión sistemática en I+D.
- Conocimiento técnico y experiencia que permite **implantar fabricas propias y desarrollar alianzas estratégicas con proveedores.**
- Excelencia **servicio técnico** al cliente: Involucración en Ingeniería de Aplicaciones.

BEARINGS EUROPE NBI®

TIPOLOGÍA CONTRATACIÓN: OEM, SECTORES ESTRATÉGICOS, EXPORT Y NBI



Hitos

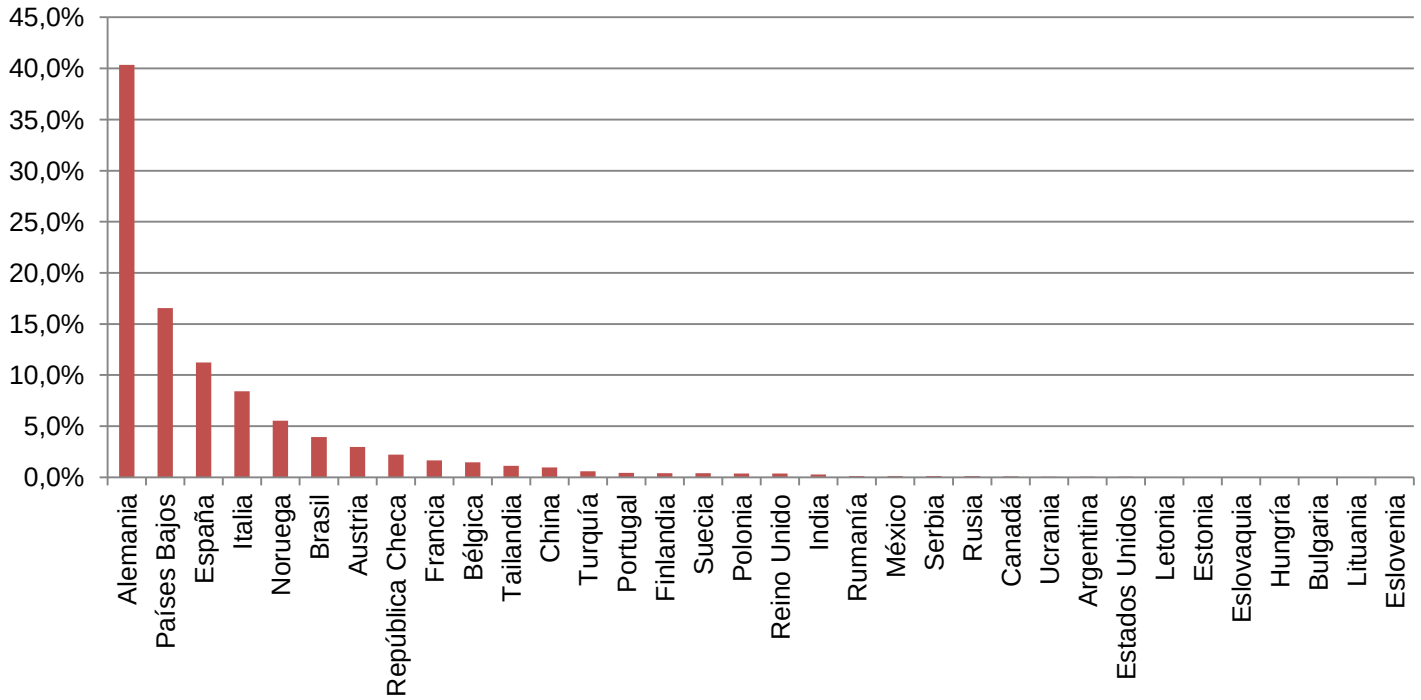
H/2006: Multi-marca, multi-producto, España y distribuidores. Marca NBI subcontratada.

2006: Implantación fábrica en China. Marca NBI, OEM y exportación.

2014: 90% facturación en exportación

BEARINGS EUROPE NBI®

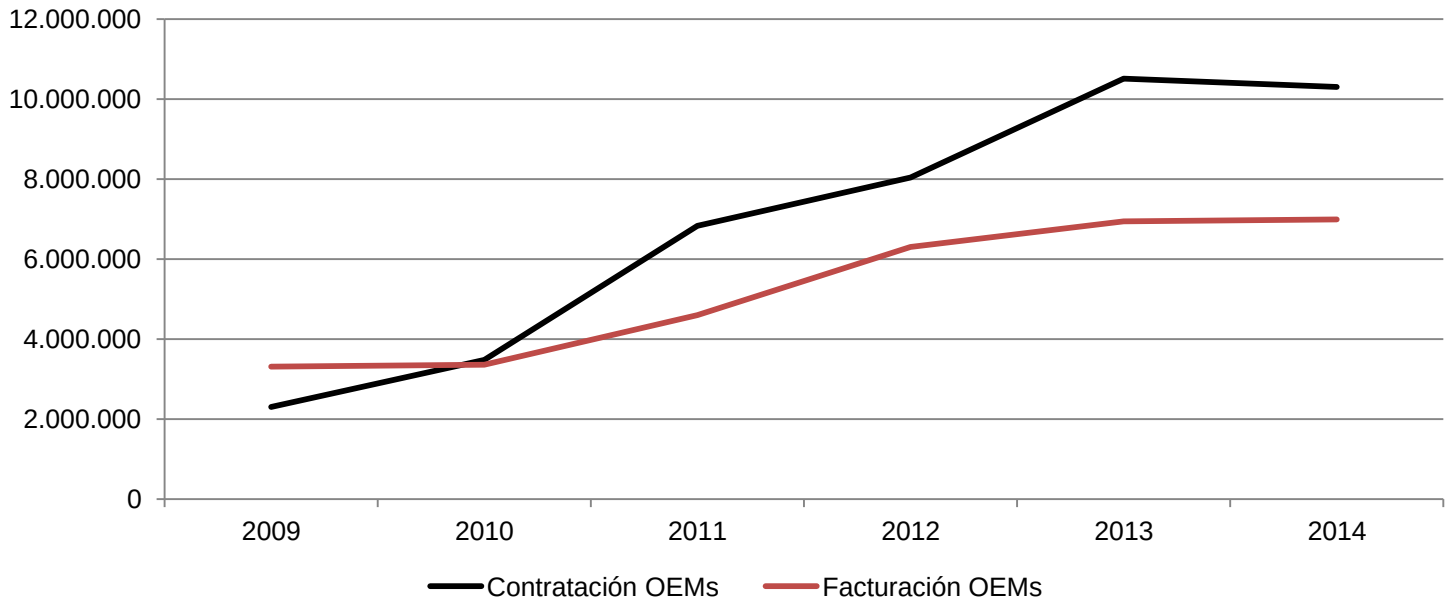
DISTRIBUCIÓN VENTAS POR PAÍSES: presentes en más de 50 países



Principal país receptor rodamientos NBI es Alemania. Mercado caracterizado por demanda de productos de elevada calidad.

BEARINGS EUROPE NBI®

CONTRATACIÓN Y FACTURACIÓN OEMs MARCA PROPIA



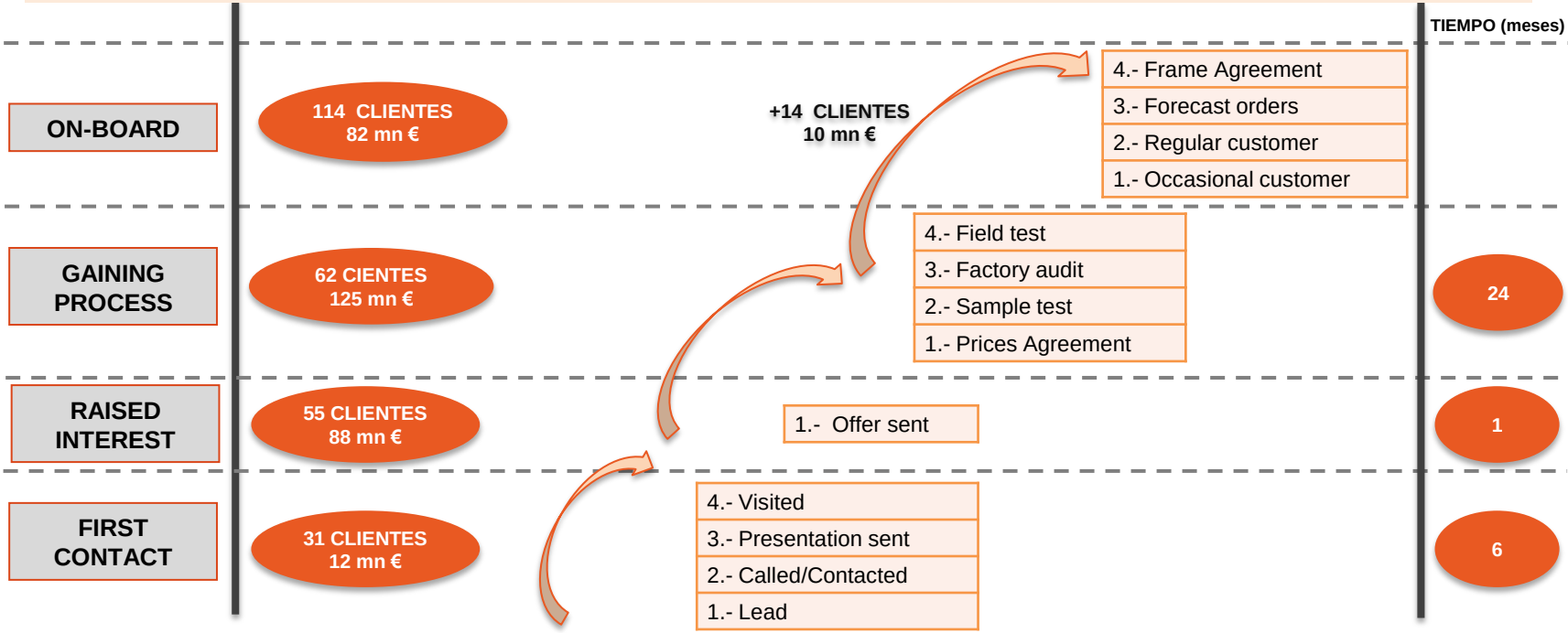
Tasa anual de crecimiento compuesto (TACC)

TACC 2009-2014 Contratación: 34% TACC 2009-2014 Facturación: 16%

BEARINGS EUROPE NBI®

PROCESO HOMOLOGACIÓN

- ✓ **Implantación Estrategia y Método Comercial en sept. 2010.**
- ✓ **262 clientes potenciales asignados a comerciales.**
- ✓ **160 clientes con algún tipo de venta. 114 son posteriores a septiembre 2010. 114 clientes On-Board**
- ✓ **Tiempo medio de homologación: 3 años**



Proceso muy largo. Los clientes potenciales invierten muchos recursos de diferentes departamentos en completar proceso de homologación. Por cada referencia analizada: informe dimensional 5.000 euros, informe material 7.500 euros y test de vida 10.000-20.000 euros.

BEARINGS EUROPE NBI®

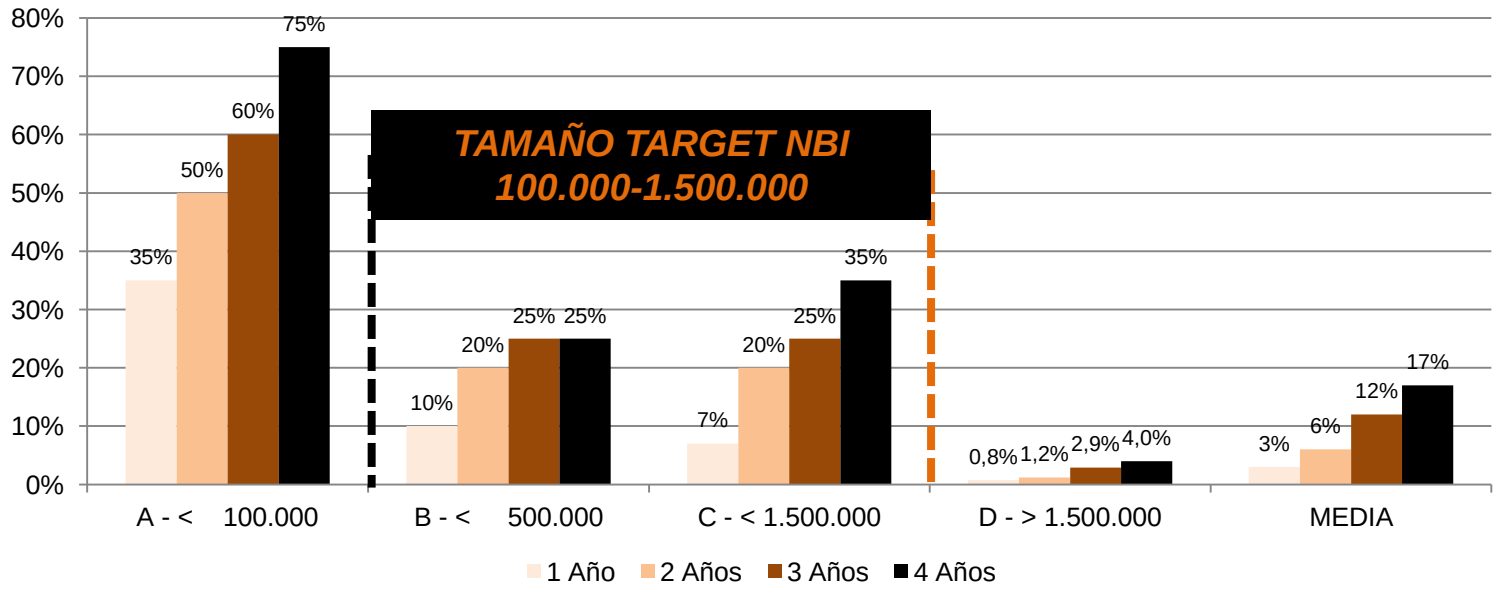
CARTERA CLIENTES

POTENCIALES IDENTIFICADOS EN SECTORES ESTRATÉGICOS

TOTAL	
Nº	CONSUMO
539	455 M €

POTENCIALES SIN ASIGNAR	
Nº	CONSUMO
277= 539 - 262	148 M €

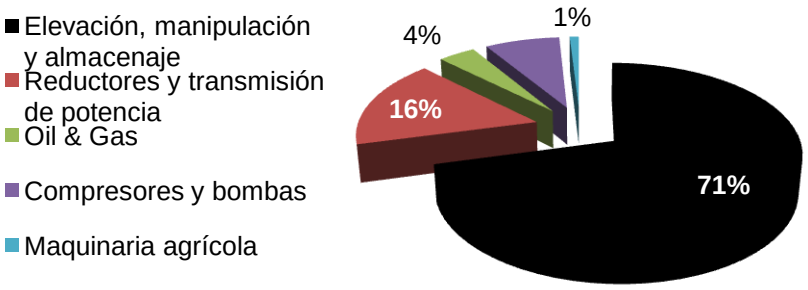
% PENETRACIÓN OEM ACTUALES VS AÑOS EN CARTERA VS CONSUMO POTENCIAL



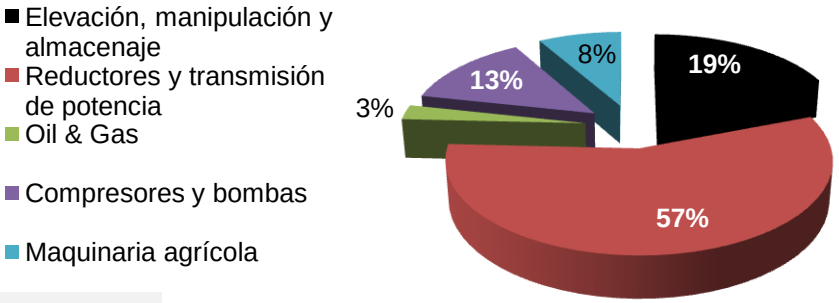
BEARINGS EUROPE NBI®

CARTERA CLIENTES (consumo potencial 455 mn €)

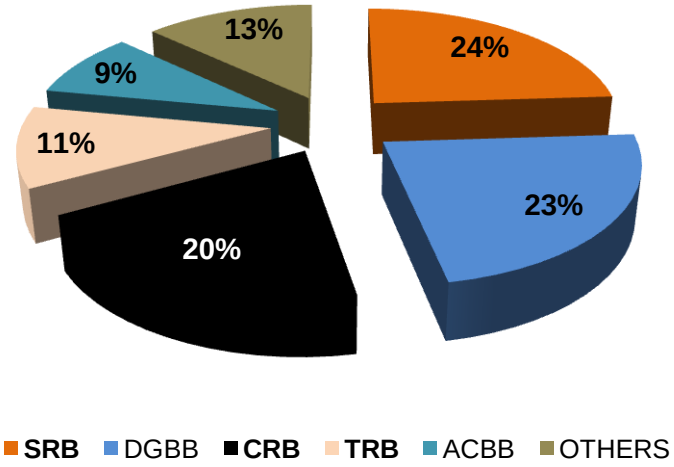
CONTRATACIÓN POR SECTORES



POTENCIAL POR SECTORES



VENTAS POR TIPO RODAMIENTOS LIDER MUNDIAL



Elevado potencial en los sectores actuales en los que ya disponemos de clientes líderes como referencia. **Aplicar modelo** implantado en **elevación** al **resto** de **sectores estratégicos**.

Gama ya desarrollada 2013-2014 **y nueva fábrica** en Álava (SRB y TRB) **incrementan** el **mercado objetivo** en sector industrial **desde el 20% al 55%** del total.