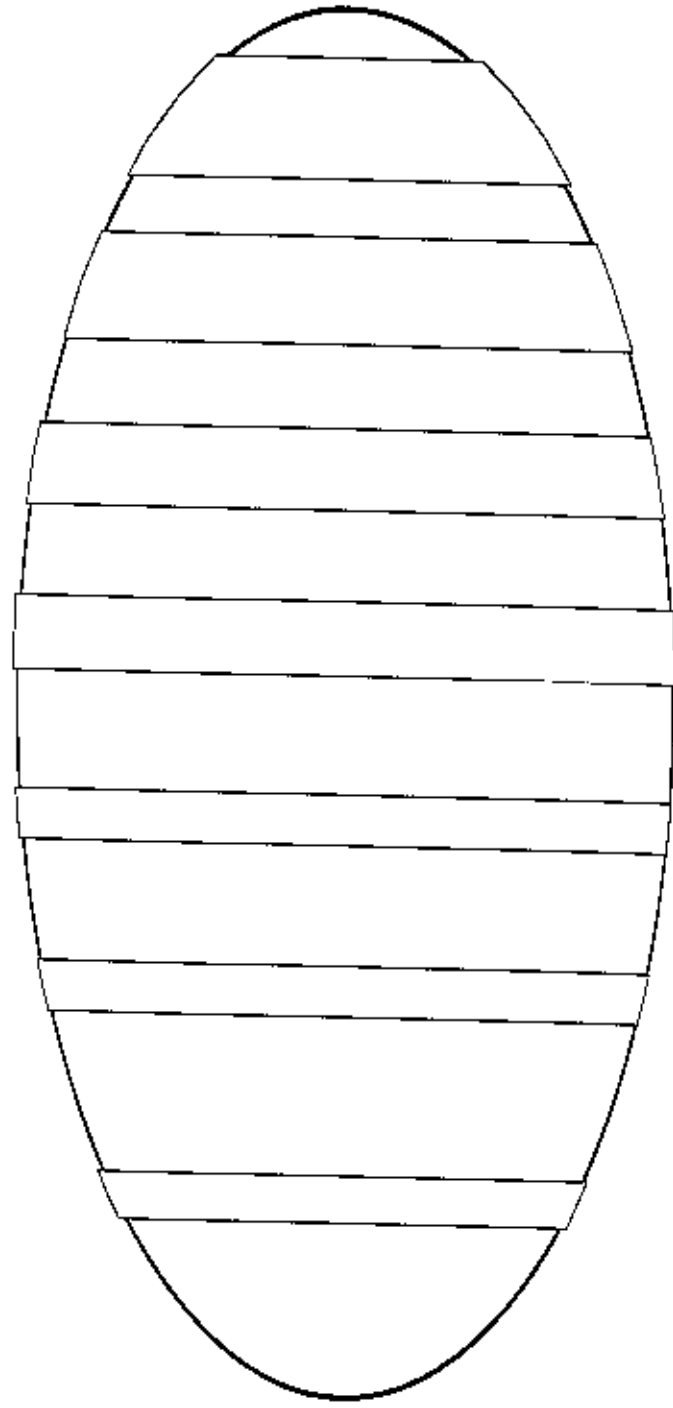


Presentación



SUPERDIPLO

25/01/2001

Origen del Proyecto



Oportunidad de crear valor en un mercado fragmentado

- A principios de los 90 se inicia en España un proceso de cambio en el sector distribución
- Oportunidad estratégica: creación de una cadena de supermercados moderna con vocación de ser líder en el sector
- Inicio del proyecto: Abril de 1994
- Otros proyectos similares no tuvieron éxito

El sector de la distribución en España



- **Saturación del modelo hipermercado**
 - Canibalización
 - Ley de comercio
- **Crecimiento de nuevos formatos (Supermercados grandes) a expensas de los formatos tradicionales**
- **Sector supermercados en España**
 - Muy fragmentado
 - Accionariado familiar
 - Estructuras financieras débiles
 - Gestión mejorable (sistemas, logística) y sinergias importantes

Objetivos del Proyecto



- **Convertirse en una de las principales empresas del sector a través del liderazgo regional en importantes áreas (Andalucía, Canarias, Madrid, etc.).**
- **Jugar un papel importante en el proceso de consolidación del sector de supermercados en España.**
- **Cotizar en Bolsa.**
- **Crece por nuevas aperturas y por adquisiciones e incrementar la rentabilidad para nuestros accionistas.**

Estrategia de la compañía



- **Concentración geográfica**
- **Multiformato**
- **Crecimiento por adquisiciones**
- **Crecimiento orgánico**
- **Reformas y homogeneización de tiendas**
- **Mejoras en la gestión. Obtención de sinergias**

Criterios de Adquisición



Metodología de adquisiciones disciplinada y sistemática

Criterios de Adquisición

- Reforzar la presencia en las zonas tradicionales de implantación de la compañía entrando solo en nuevas regiones a través de la obtención de una masa crítica suficiente
- Compañía objetivo rentable
- Tamaño adecuado de las tiendas. (preferiblemente > 1.000m²)
- Buenas localizaciones (urbanas) con parking (si es posible)
- Posibilidad de obtención de sinergias (logística, compras, sistemas, personal)
- No comprar inmuebles
- Contratos de arrendamiento a largo plazo (25 a 40 años)
- Adquisición del 100% e integración rápida y completa

Superdiplo



Evolución de las Principales Magnitudes de 1994 a 2000

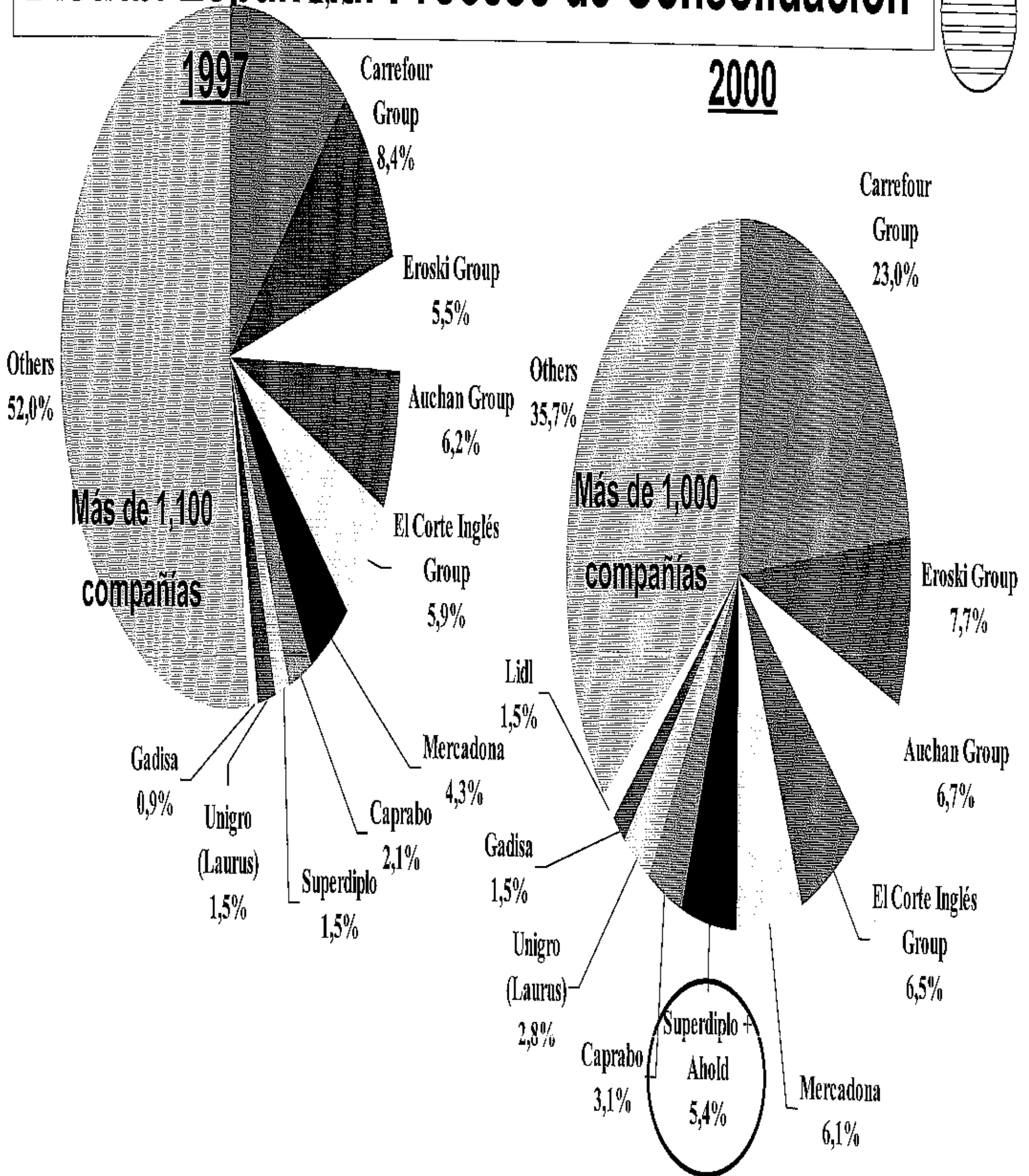
	<u>1994</u>	<u>2000e</u>
	<u>(Ptas M)</u>	<u>(Ptas M)</u>
Ventas	17.034	217.500
Beneficio Neto	164	(*) NA
Nº de Tiendas	21	334
Cap. Bursátil	---	204.000
Recursos Propios	980	14.500
Empleados	643	>6.800

Compañías adquiridas



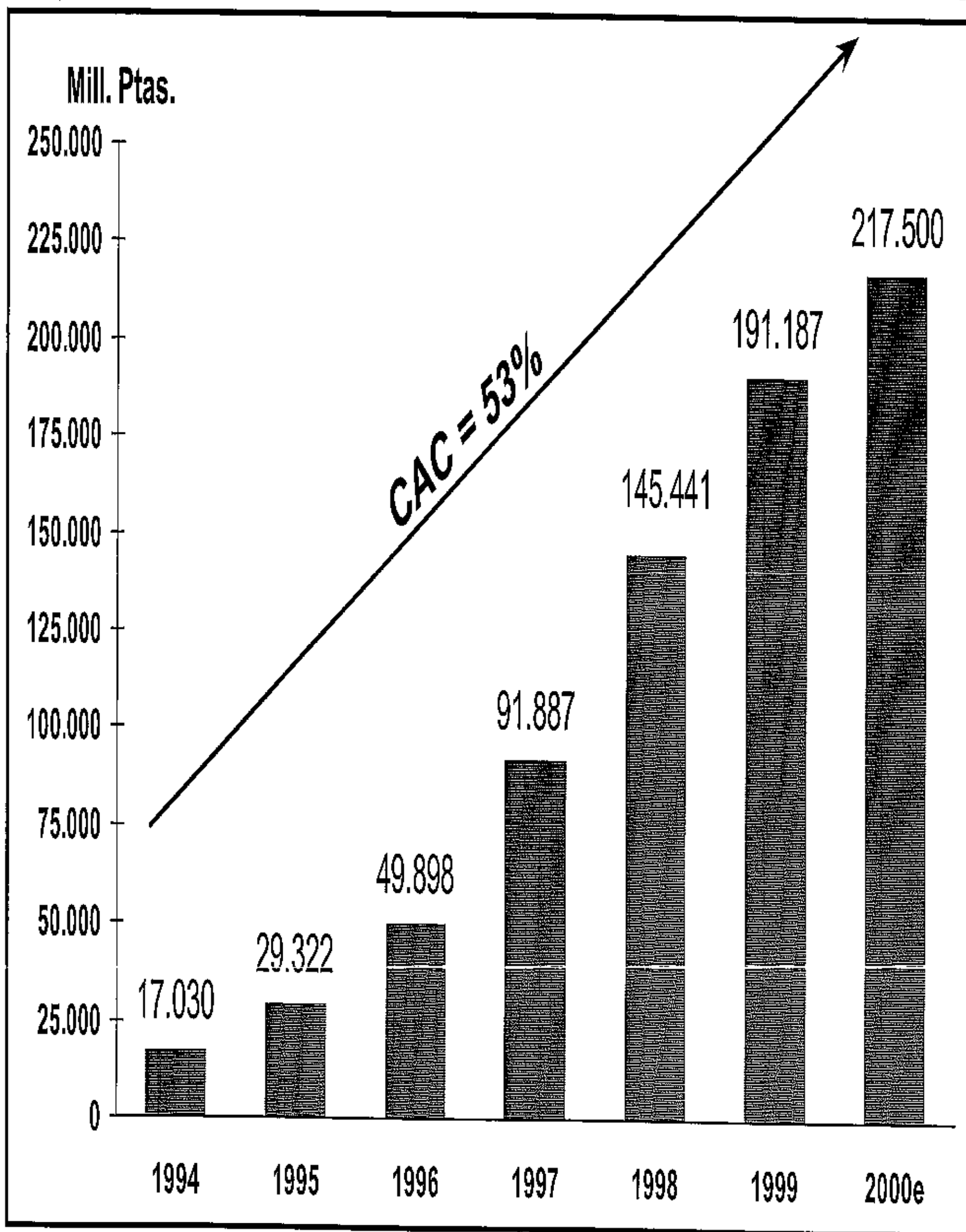
Compañía	Fecha Adquisición	Nº de tiendas	Superficie (m ²)	Ventas Adquiridas (Pta. Mill.)	Localización	Total Ventas. adqui. p.a.
1. Hiperca	05-94	20	22,650	16,500	Cadiz	16,500
2. Adolfo Marineto	03-95	19	13,430	9,500	Malaga	9,500
3. Supermercados Salobreña	02-96	6	3,480	1,500	Granada	50,700
4. Tiendas Caro Ruiz	03-96	5	4,220	1,000	Granada	
5. Hermanos Domínguez	04-96	3	8,085	16,500	Gran Canaria	
6. Giran García	04-96	2	1,110	400	Cadiz	
7. Juan Sánchez	07-96	3	2,330	1,600	Gran Canaria	
8. Ecoteide	09-96	6	6,600	4,700	Tenerife	
9. Cruz Mayor	11-96	25	29,500	25,000	Gran Canaria	
10. Spinola	07-97	2	2,490	1,500	Lanzarote	
11. Comercial Guzmán	09-97	12	18,050	10,200	Tenerife	
12. Ecoahorro	10-97	25	22,430	8,500	Malaga	20,200
13. Costa Teguisse	01-98	7	3,940	3,000	Lanzarote	53,400
14. Ecore	02-98	10	19,180	25,000	Madrid	
15. Green Park	04-98	5	3,490	1,400	Tenerife	
16. González de Peredo	06-98	11	10,400	2,000	Cadiz	
17. Calixto y Estupiñan	10-98	12	21,800	22,000	Gran Canaria	
18. BRC	01-99	4	3,025	1,600	Malaga	
19. Vega Matos	05-99	5	2,500	1,200	Gran Canaria	
20. Gelco	05-99	1	4,000	4,500	Guadalajara	
21. Hercasa	05-99	2	1,150	550	Cadiz	
22. Peret	05-99	2	2,400	1,650	Gran Canaria	
23. Melilla 2000	06-99	2	850	550	Melilla	
24. Syal	06-99	4	2,150	1,050	Tenerife	
25. Herlopesa	06-99	4	1,874	1,450	Gran Canaria	
26. Callao Salvaje	06-99	1	400	280	Tenerife	
27. Salvador	07-99	1	600	360	Lanzarote	
28. Aljoma	07-99	5	3,400	1,800	Madrid	
29. Las Canteras	09-99	2	1,100	1,600	Tenerife	
30. SuperArcos	10-99	5	3,100	1,500	Cadiz	18,090
31. Superm. Seyca	02-2000	22	22,300	8,500	Albacete	16,300
32. Saunisa/Unifor	12-2000	9	9,953	7,800	Madrid	
33. Cemetro	1-2001	26	10,514	8,172	Gran Canaria	8,172
Total 33 adquisiciones		268	262,501	192,638		

Distrib. Española: Proceso de Consolidación



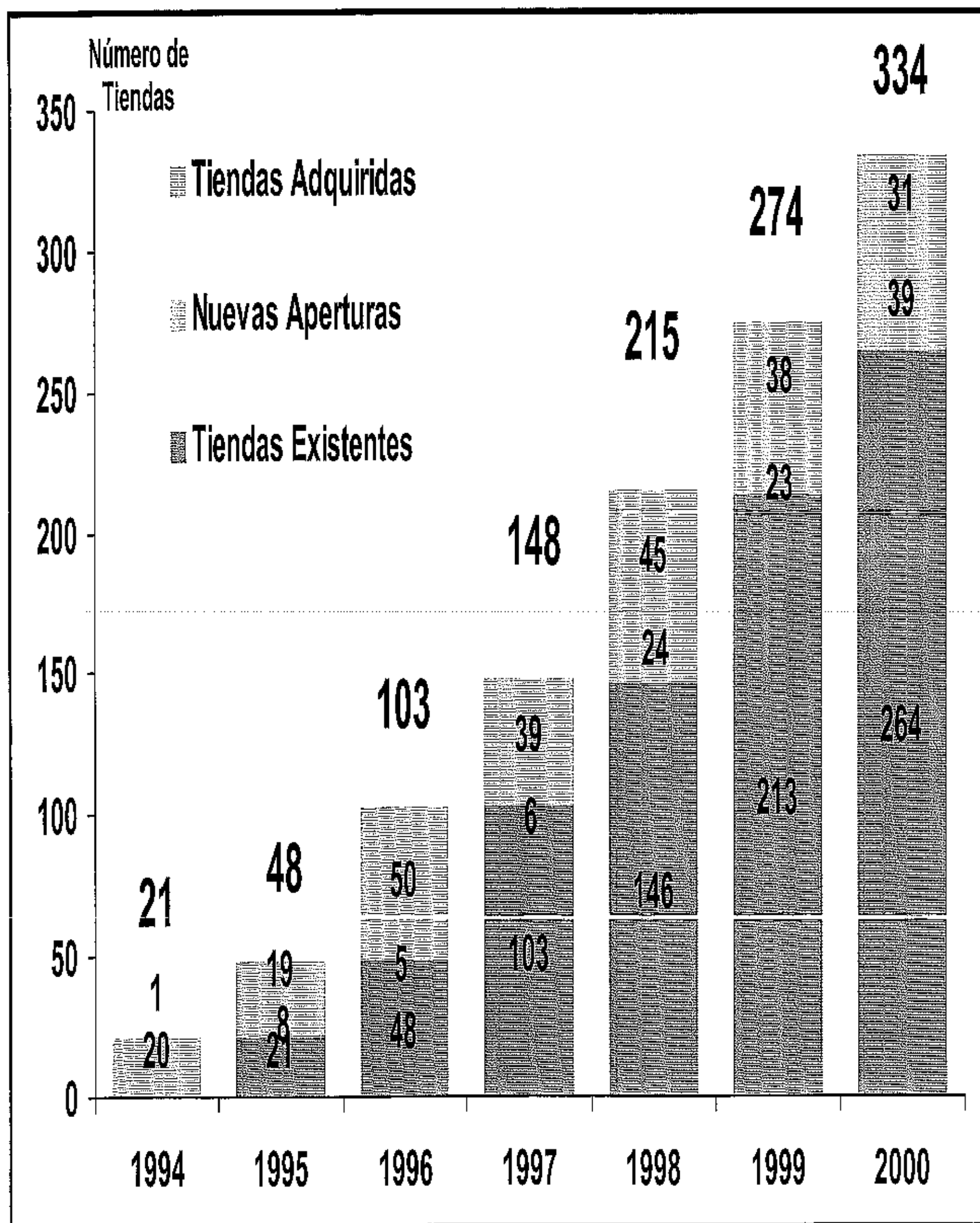
TOP 5	37,7%	50,0%
TOP 10	47,9%	64,3%

Importante Crecimiento de las Ventas

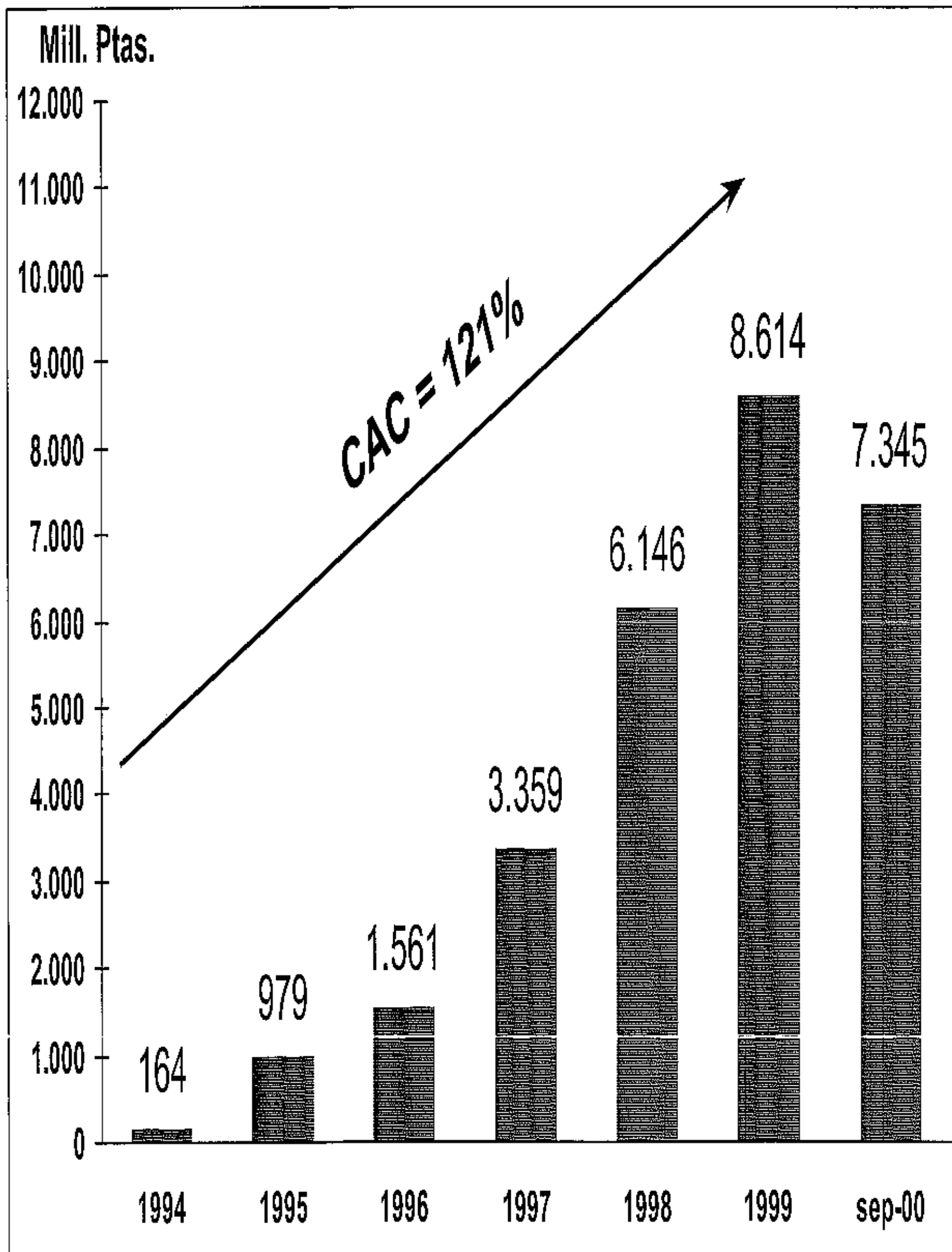


CAC = Crecimiento Anual Compuesto 1994-2000

Evolución del Número de Tiendas

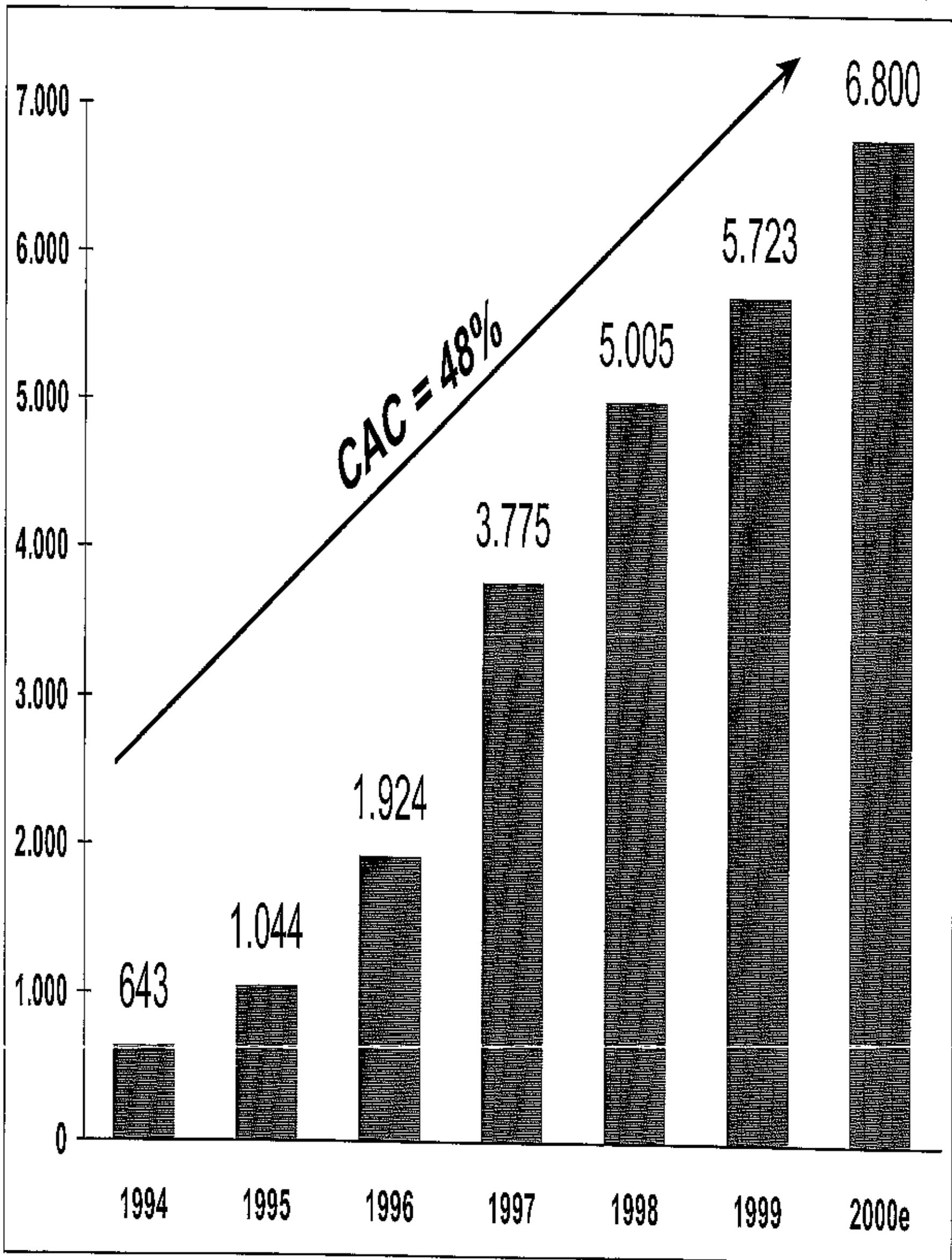
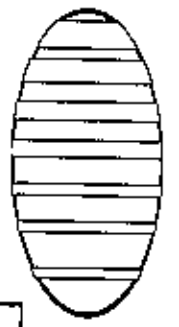


Evolución del Beneficio Neto Ajustado(1)



(1) Ajustado por amortización del fondo de comercio
CAC = Crecimiento Anual Compuesto 1994-1999

Evolución del Número de Empleados



CAC = Crecimiento Anual Compuesto 1994-2000