



Intervención de Don Juan José Nieto,

Presidente de Service Point Solutions

Junta General de Accionistas

30 de Junio de 2004

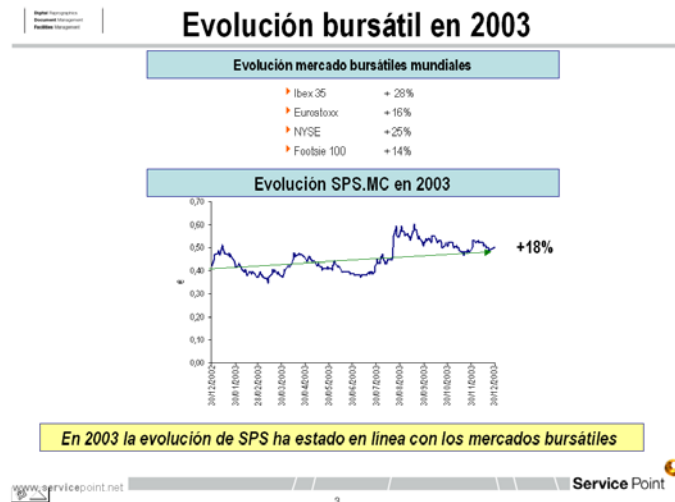
**Don Juan José Nieto**

**Presidente**

Buenos días señoras y señores accionistas y muchas gracias por estar con nosotros un año más. La principal característica de las intervenciones de hoy residirá en que vamos a hablar de nuestra Compañía, de la evolución de su negocio, del considerable peso que cada vez más tienen nuestras ventas con clientes de gran referencia internacional y de cómo ha mejorado nuestro perfil financiero.

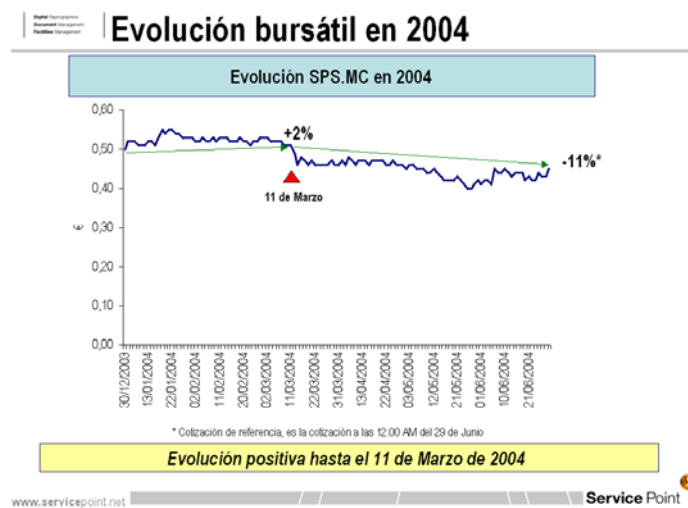
No hablaremos como en los últimos años de la reestructuración que necesitábamos acometer a nivel financiero desinvirtiendo en negocios con bajas perspectivas operativas o de rentabilidad ya que dicho proceso ha sido finalizado, por lo que vamos a hablar de qué estamos haciendo y vamos a hacer por su Compañía.

Mi discurso de hoy estará por tanto muy centrado en las observaciones que considero claves para que todos ustedes puedan apreciar y compartir la misma convicción que tanto el Consejo de Administración como yo tenemos sobre Service Point.

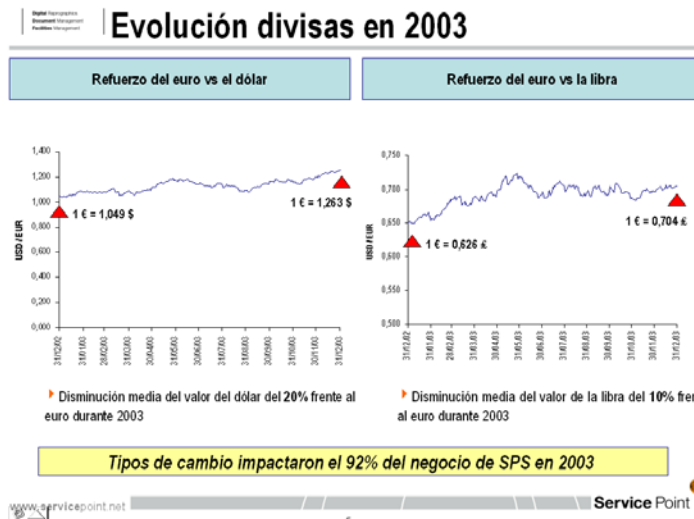


En primer lugar me permito hacer referencia a la evolución de la economía y de las Bolsas en España y a nivel internacional en el pasado año. A pesar de una volatilidad en los índices de crecimiento económico mundial, 2003 ha sido un ejercicio caracterizado por una generalizada recuperación bursátil – el Ibex-35 ha subido un 28%, el Eurostoxx ha aumentado un 16%, el NYSE ha crecido un 25% y en Inglaterra el índice Footsie 100 se ha incrementado en un 14%-. Todo esto denota una recuperación de la confianza a medio plazo en la economía mundial y en Bolsa.

En este entorno Service Point se ha comportado en línea con los principales índices. Con un crecimiento de la acción del 18% durante 2003, la evolución de la acción refleja la positiva acogida por parte de los mercados de los eventos ocurridos en la Compañía durante el año, no obstante aun creemos que todavía el valor bursátil no refleja la solidez de nuestro negocio operativo y sus perspectivas.



Dicha evolución de la acción de Service Point ha seguido de manera positiva hasta los terribles acontecimientos del 11 de Marzo de este año en Madrid, momento en que la acción de Service Point perdió un 10% de su valor sin haber aún recuperado dicha pérdida.



En el mercado de divisas hay que resaltar la evolución del dólar y de la libra esterlina que perdieron durante 2003 un 20% y un 10% respectivamente comparadas con el Euro en 2002, lo cual ha repercutido negativamente a empresas como Service Point, que cuentan con una parte relevante de su negocio en dichas divisas. A pesar del desplome de ambas divisas, su Compañía presenta mejoras operativas en sus filiales en 2003 frente a 2002.

Antes de entrar en el análisis de la evolución de Service Point durante 2003 y las perspectivas futuras quiero centrar la atención sobre el hecho de que durante estos últimos dos años la Compañía ha trabajado duro en materializar las promesas y compromisos que alcanzamos con ustedes en la Junta de 2002. Service Point ha cambiado, tras una profunda revisión de su estructura corporativa y la recomposición de su balance. Service Point es hoy una

Compañía con un riesgo operativo limitado consecuencia del aumento que hemos hecho en la gestión de servicios recurrentes a compañías líderes.



- Desde el punto de vista estratégico Service Point se ha reposicionado totalmente en los servicios de outsourcing a las empresas, siendo líder en servicios de reprografía digital y gestión documental.
- En referencia a los resultados financieros, tal y como presentará el Consejero Delegado en su intervención, ha habido una clara mejora en todos los ratios de rentabilidad y de estructura patrimonial.

- Hemos seguido desarrollando nuestro negocio enfocándonos en las áreas de mayor crecimiento futuro. Hemos invertido 32 millones de euros en los últimos tres años para reforzar nuestra oferta de servicios digitales, nuestra red de centros de producción y de Facilities Management.
  
- Hemos seguido nuestra política de transparencia con una adopción completa de las últimas normativas de buen gobierno corporativo. En este sentido nuestro Consejo de Administración está compuesto en su mayoría por consejeros externos. En la Junta de Accionistas de hoy el Consejo de Administración va a proponer a Don Juan Antonio Samaranch para ocupar el cargo de vicepresidente, quien lleva siendo consejero desde el año 2000 con un notable desempeño. Además vamos a proponer la aprobación de un reglamento interno al objeto de incrementar la transparencia y la participación de todos los accionistas así como cambios en los estatutos de Service Point para poder introducir el voto electrónico (en cuanto las tecnologías lo permitan) y facilitar la representación de los accionistas.
  
- En nuestra página web hemos ampliado también el contenido de información corporativa y hemos puesto a disposición del público

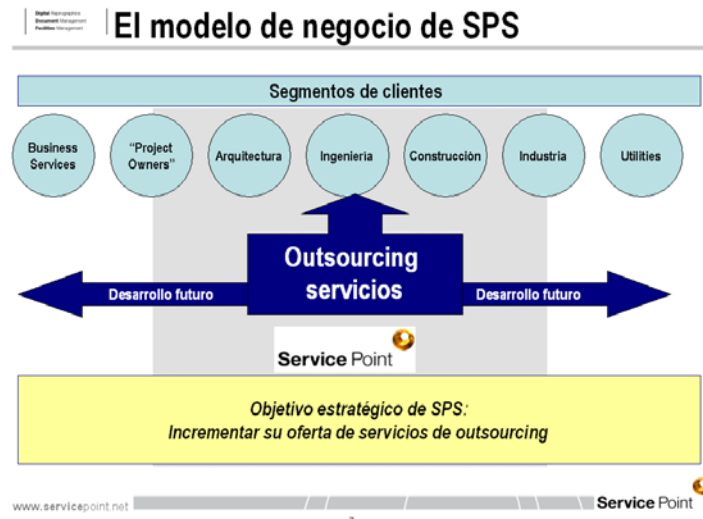
el reglamento del Consejo de Administración, de los comités de remuneración y de auditoría.

Adelantándonos y acogiéndonos a la directiva europea, después de nueve años de relación profesional con KMPG, a quienes queremos agradecer todos los servicios que nos han prestado, hemos decidido proponer a la Junta el nombramiento de una nueva firma de auditoría para los próximos tres años con el nivel de compromiso, servicio y exigencia que una Compañía cotizada debe pedir. Por estos motivos el Comité de Auditoría y Control propuso al Consejo el nombramiento de la firma internacional BDO. Son éstas sólo algunas de las medidas implementadas con el objetivo de estar a la vanguardia en todo lo que se refiere al buen gobierno.

No quisiera terminar esta parte introductoria de mi intervención sin agradecer al fundador de este grupo D. Carlo Bonomi su incansable dedicación y compromiso con la compañía durante tantos años.

Permítanme ahora centrar mi análisis de la evolución de Service Point en cuatro aspectos que están relacionados entre sí y que describen en esencia la Compañía, su estilo de gestión y los objetivos a corto y medio plazo:





**Primero: el modelo de negocio y el sector en el que nos movemos:**

La redefinición corporativa que hemos llevado a cabo nos ha permitido concentrarnos totalmente en un sector caracterizado por ventas recurrentes y un alto crecimiento potencial. Service Point es una empresa dinámica cuyo modelo central de negocio se fundamenta en el concepto de outsourcing de servicios de reprografía digital y gestión documental.

Outsourcing quiere decir proporcionar servicios a las empresas en áreas que tradicionalmente desarrollaban internamente pero que no eran centrales a su misión estratégica.

Hoy en día, ya no se considera una moda pasajera externalizar parte del negocio, sino que las empresas lo entienden como una herramienta de gestión y de solución del negocio, porque les permite reducir sus costes fijos, liberar recursos y concentrarse en su actividad estratégica. Nuestra memoria anual, que les ha sido distribuida a la entrada de esta sala, recoge muchos casos prácticos de lo que hacemos cada vez más para nuestros clientes.

En los servicios relacionados con la gestión del documento técnico, Service Point es una de las principales compañías que ofrece soluciones de outsourcing. Esta posición de liderazgo, en un mercado formado por numerosas empresas familiares de pequeño tamaño, creemos que representa a medio plazo una ventaja competitiva para nuestra Compañía.

### Internacionalización del sector: gestión para la modernización del Metro de Londres

Service Point colabora con Tubelines consorcio formado por:

Ventaja competitiva SPS



Cliente de SPS en Estados Unidos



Jarvis plc



Cliente de SPS en el Reino Unido



ferrovial



Cliente de SPS en España



- Base de 15.000 clientes
- Plan de crecimiento orgánico
- Plan de adquisiciones

En este contexto, pensamos que nuestra posición internacional nos permite precisamente incorporarnos a proyectos de compañías constructoras también internacionales. Les recuerdo sólo a título de ejemplo nuestro contrato para el consorcio del Metro de Londres donde Service Point aporta servicios a las 3 compañías que lo componen: una gran constructora americana (cliente de Service Point), una importante firma de ingeniería británica (también cliente de Service Point ) y una filial de un prestigioso grupo español del sector de la construcción (igualmente cliente de Service Point). En el futuro, empresas internacionales como Service Point tendrán una ventaja competitiva cada vez más clara respecto a las pequeñas empresas familiares en la provisión de servicios sofisticados de gestión documental.

A esta dimensión y dinámica global se añade nuestra política constante de innovación para responder a las necesidades de nuestros clientes nacionales e internacionales. Y ello basándonos en dos activos estratégicos: nuestra cartera de 15.000 clientes con relaciones estables y nuestra experiencia en proporcionar y desarrollar servicios de valor añadido basados en las tecnologías digitales.

El atractivo del mercado al que nos dirigimos es aún más patente si observamos la evolución del sector desde el punto de vista geográfico. En Estados Unidos y Reino Unido seguimos siendo los líderes del mercado, y en España tenemos un gran potencial de crecimiento. En nuestro país –a pesar de que representa un 9% de nuestras ventas- estamos creciendo 2 dígitos y esa es una tendencia que pensamos va a continuar si a ello unimos nuestra política de adquisiciones selectivas de compañías que aporten valor desde su integración y no sean dilutivas para el accionista. En este sentido, estamos continuando nuestra labor de identificar y ejecutar adquisiciones estratégicas que aporten valor inmediato, evaluando las compañías objetivo bajo un criterio muy selectivo de valoración.

Bajo este criterio, durante la primera parte del año hemos descartado dos adquisiciones en fase de negociación y *due*

*diligence* que no han alcanzado nuestras expectativas en Estados Unidos y Europa respectivamente y que confiábamos en haber realizado, pero aquí les quiero decir como compromiso de todo el Consejo y de su Presidente que utilizaremos los recursos en adquisiciones que consideremos atractivas no sólo en lo operativo sino también en lo financiero. En este momento seguimos activamente estudiando otras adquisiciones, ya que el sector ofrece oportunidades de consolidación sobre todo en España.

## Segundo: Service Point es un proyecto a medio plazo

Infografía titulada "Creación de valor a medio plazo". El título está acompañado de los términos "Digital Transformation", "Operational Management" y "Financial Management". El objetivo principal es "Objetivo: creación de valor a medio plazo". Se listan cuatro acciones con marcas de verificación: "Venta de activos no estratégicos", "Enfoque en servicios de outsourcing", "Nueva estructura organizativa" y "Refuerzo de balance". Una cita clave indica: "Creación de valor: la reestructuración es un maratón no un sprint". En la parte inferior, se muestra el sitio web "www.servicepoint.net", el número "9" y el logo de "Service Point".

Digital Transformation  
Operational Management  
Financial Management

### Creación de valor a medio plazo

Objetivo: creación de valor a medio plazo

- ✓ Venta de activos no estratégicos
- ✓ Enfoque en servicios de outsourcing
- ✓ Nueva estructura organizativa
- ✓ Refuerzo de balance

Creación de valor: la reestructuración es un maratón no un sprint

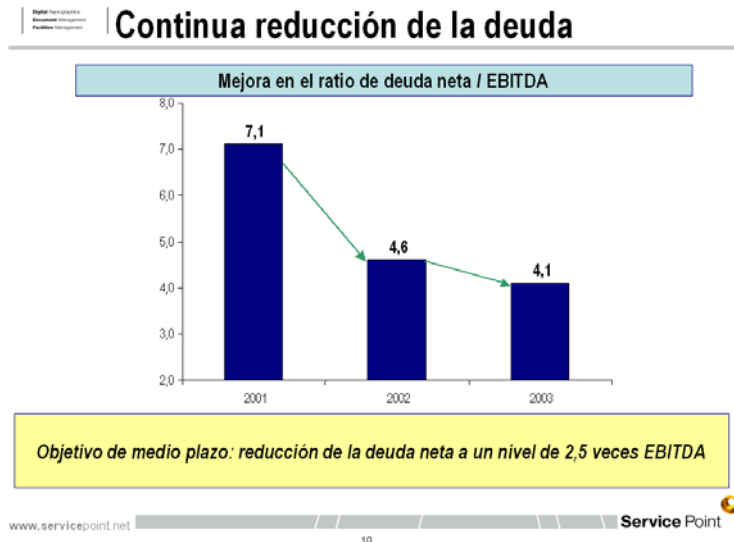
www.servicepoint.net 9 Service Point

Señoras y señores accionistas: la Compañía ha cambiado mucho en los últimos tiempos. Hemos vendido las actividades no rentables, las que pedían más recursos financieros de los que generaban o aquellas que no obtenían recursos acordes con la atención que les prestaba el equipo directivo. Hemos salido de aquellos segmentos

de mercado alejados del outsourcing con valor añadido. Hemos realizado cambios en la organización y en la misión estratégica, que han de traducirse en una mejora paulatina de los resultados.

El nivel actual de los beneficios sigue en línea con lo previsto. Sabemos que no es el óptimo todavía. Pero somos conscientes de que toda reestructuración lleva tiempo; que es un maratón, no un sprint. Cuando se redefine la misión estratégica de una compañía se necesitan unos años de dura labor del equipo, de apoyo por parte de las instituciones financieras y de paciencia de los accionistas para que se materialicen los resultados de manera satisfactoria. Por eso decimos que Service Point es un proyecto a medio plazo. Pero sin parar. En estos momentos estamos trabajando con la CNMV para lanzar un Folleto Continuado y en las próximas semanas haremos públicas nuestras perspectivas y planes para el año en curso. Lo que sí les puedo anticipar es que los resultados mantendrán su tónica ascendente.

## Tercero: Continuaremos reduciendo la deuda



Otro de los objetivos prioritarios de Service Point es reducir su nivel de endeudamiento total. La Compañía tiene una deuda histórica que proviene de sus negocios anteriores no relacionados con su actividad actual.

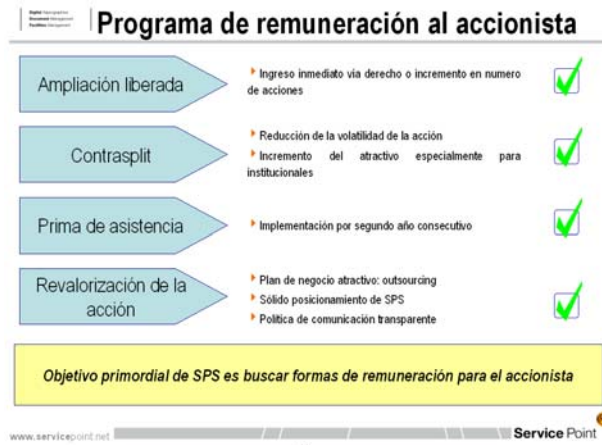
En la actualidad, los costes financieros representan un 86% de los beneficios operativos, lo que impide la apreciación de la bondad del negocio operativo. Queremos incrementar la visibilidad de estos beneficios netos y para hacerlo vamos a acelerar la reducción de la deuda. En 2001 el ratio de deuda sobre EBITDA era de 7,1 veces. En 2002 ha disminuido a 4,6 veces. Y en 2003 a 4,1 veces. Esta evolución es a todas luces muy positiva. A medio plazo queremos posicionar este ratio a no más de 2,5 veces, lo que permitirá

aumentar los beneficios por acción de manera muy significativa y poder acometer planes de crecimiento más ambiciosos.

Paralelamente, su equipo directivo ha reducido de forma me atreveré a decir que drástica los costes fijos, lo que se ha traducido en una mejora en los flujos de caja y en el recorte de la deuda que les comentaba antes- les aseguro que liderado por Rafael López-Aparicio como Consejero Delegado, Jim Kachenmeister, Mark Di Pasquale y Javier Rigal como primeros espadas en Inglaterra, Estados Unidos y España, Service Point tiene un equipo directivo experimentado y muy competente. El hecho de que la mayor parte de nuestras inversiones estén vinculadas a nuevos contratos con ventas recurrentes nos permite también periodificar esta reducción de la deuda. Además, su Compañía dispone de otras medidas que siguen esta misma dirección, como el “equity line” que favorece la entrada de recursos propios a precios de mercado con el propósito de seguir fortaleciendo nuestro balance de situación.



## Cuarto: Remunerar al accionista



Todo lo comentado hasta aquí tiene como objetivo primordial poder remunerar al accionista. En este sentido, presentaremos a continuación para su aprobación medidas tales como una ampliación de capital liberada que les permitirá optar entre aumentar el número de acciones en nuestra sociedad o vender los derechos y obtener un ingreso inmediato, que proporciona una remuneración inmediata a los accionistas y que esperamos poder seguir realizando. Asimismo vamos a proponer un contrasplit, con el objetivo de reducir la volatilidad de la acción e incrementar su atractivo bursátil sin que por ello creemos se resienta la atractiva liquidez de nuestro título en Bolsa.

Nuestra intención de remunerar al accionista también se traduce en la prima de asistencia a la Junta, que volvemos a implantar por segundo año consecutivo.

No obstante, su Consejo de Administración piensa que la mejor manera de compensarles es obviamente materializando y haciendo realidad el plan de negocio de Service Point . Conseguir nuestros objetivos nos ha de llevar a revalorizar la acción en beneficio de todos ustedes, de quienes en definitiva depositan su confianza y sus ahorros en este Consejo de Administración y en este equipo directivo. De la misma manera esperamos que el mercado bursátil entienda totalmente nuestro proyecto, la solidez de nuestro negocio y el atractivo de nuestra industria. Pueden estar seguros que el Consejo de Administración de esta Compañía no cesa en buscar y explorar alternativas corporativas con el objetivo de maximizar nuestro valor bursátil.

Cedo ahora la palabra a Rafael López Aparicio, Consejero Delegado, al que quiero agradecer su dedicación impulsando y mejorando la gestión diaria de nuestra Compañía. El Sr. López Aparicio les explicará con detenimiento la evolución de la Compañía en 2003 y las perspectivas industriales que albergamos para el próximo futuro.

Rafael...



Intervención de Don Rafael López-Aparicio,

Consejero Delegado de Service Point Solutions

Junta General de Accionistas

30 de Junio de 2004

ESTE DOCUMENTO HA SIDO REGISTRADO EN LA CNMV

...Gracias Juanjo,

Junta General de Accionistas

Junta General de Accionistas

30 de Junio de 2004

## **Don Rafael López-Aparicio**

### **Consejero Delegado**

www.servicepoint.net

12

Service Point 

### **Apreciados Accionistas,**

Tengo el placer de dirigirme por primera vez a todos Ustedes como Consejero Delegado de Service Point, compañía de la cual he formado parte durante los últimos tres años como miembro del Consejo de Administración y Director General. Durante este periodo mi papel ha sido principalmente el de dirigir las operaciones de la compañía dentro del `proceso de reestructuración llevado a cabo tal y como describió nuestro Presidente en su intervención anterior.

Con la experiencia adquirida durante este tiempo quiero decirles que comparto totalmente la convicción de nuestro Presidente sobre el atractivo del posicionamiento de Service Point. Hemos trabajado

diligentemente posicionando la compañía para poder capitalizar las oportunidades que nos brindan las nuevas tecnologías y la tendencia creciente del outsourcing, dentro de la transformación que está viviendo el sector.

La compañía ha pasado por un periodo en el que lo que ha primado no ha sido el crecimiento a corto plazo, sino la consolidación del modelo de negocio y preparación de los recursos humanos para afrontar con éxito una nueva fase de crecimiento futuro.

Mi intervención está centrada sobre dos aspectos principales: 1) los resultados obtenidos durante el último ejercicio fiscal y 2) el desarrollo futuro y los planes de la compañía en el entorno de su mercado.

Resultados 2003

Objetivos estratégicos cumplidos en 2003

- ✓ Reforzar el balance y reducir la deuda neta
- ✓ Optimizar la estructura organizativa
- ✓ Mejorar el perfil de las ventas
- ✓ Preparar la compañía a medio plazo

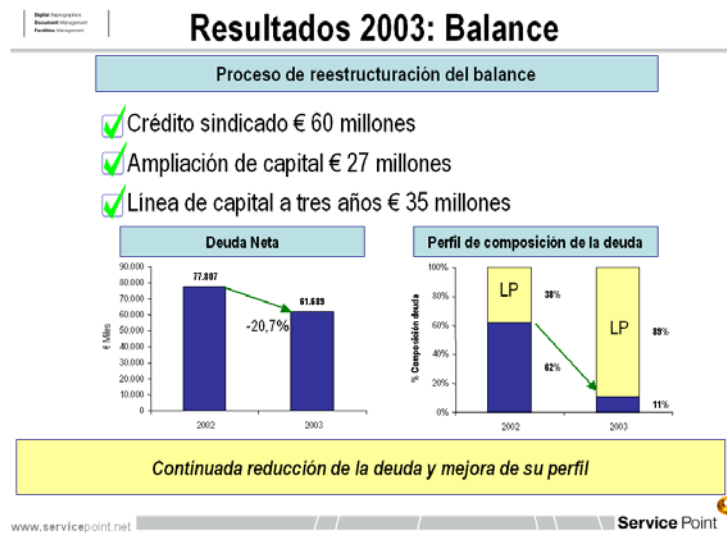
Un posicionamiento sólido hacia el futuro

www.servicepoint.net 13 Service Point

Los resultados obtenidos durante el 2003, un año de actividad intensa para su compañía, han sido en gran parte satisfactorios. La

compañía se ha centrado en las siguientes áreas: 1) reforzar el balance y reducir la deuda neta; 2) optimizar la estructura organizativa; 3) mejorar el perfil de las ventas aumentando los contratos recurrentes; 4) preparar la compañía a medio plazo vía crecimiento orgánico y adquisiciones en el sector.

## 1: Balance y Reducción de deuda



- SPS ha llevado a cabo el proceso de reestructuración de su balance con actuaciones que han mejorado significativamente el perfil de su estructura patrimonial / financiera: se ha alcanzado la firma de un crédito sindicado de 60m de euros, se ha completado con éxito una ampliación de capital de 27m de euros y se ha firmado un acuerdo con un banco de primer nivel para una línea de capital de 35m de euros a tres años.

- La deuda neta ha sido reducida en un 20,7% en línea con los objetivos de la compañía y su composición ha mejorado notablemente al ser el 89% a largo plazo frente al 38% el año anterior.

## 2: Estructura Organizativa

Informe de Gestión | **Resultados 2003: Estructura organizativa**

Proceso de reestructuración organizativa

- ✓ Reestructuración equipo directivo
- ✓ Reducción del Consejo de Administración
- ✓ Aplicación medidas buen gobierno

*La reestructuración permite agilizar las operaciones reduciendo la base de costes para el futuro*

www.servicepoint.net 15 **Service Point**

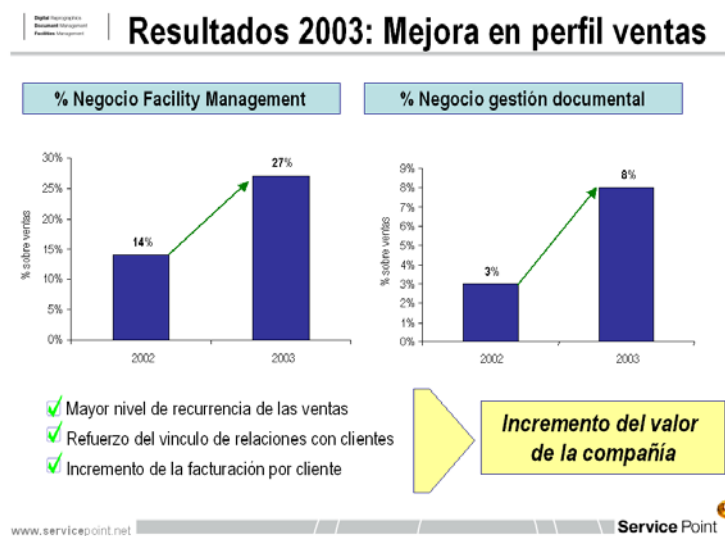
- De acuerdo con el plan previsto, durante el mes de Diciembre se culminó la reestructuración de la compañía y de su equipo directivo. Dicha reestructuración ha supuesto unos gastos extraordinarios y no recurrentes de 9,8 millones de euros que, debido a su naturaleza, han sido contabilizados contra reservas tal y como fue comunicado en la presentación de resultados y tal como se refleja en las cuentas de la compañía que se incluyen en la memoria. Esta importante

reestructuración permite agilizar las operaciones reduciendo la base de costes para el futuro.

El Consejo de Administración ha sido asimismo reducido a un total de siete consejeros, en línea con las últimas tendencias de gobierno corporativo.

Durante los primeros meses del año en curso la compañía, siguiendo su política de transparencia, ha implementado todas las medidas requeridas en términos de buen gobierno.

### 3: Mejora del perfil de ventas



- En el ámbito comercial, se ha continuado mejorando el mix de ventas hacia las áreas de mayor crecimiento futuro y de más valor añadido. Los Contratos Multi Anuales y de Facility Management representaron ya un 27% del total de las ventas comparado con un 14% en 2002, los servicios de gestión



documental duplicaron su peso alcanzando un 8% de las ventas en el 2003 comparado con un 3% en el 2002. Tal y como se muestra en esta diapositiva una mejora en el mix de ventas supone una mejora en el valor de su compañía. Los contratos Multi Anuales y de Facility Management y los servicios de gestión documental permiten un mayor nivel de recurrencia de las ventas, refuerzan el vínculo de relaciones estables con los clientes y potencian las ventas de servicios complementarios aumentando la facturación global a dichos clientes. Por estas razones es importante el analizar el volumen de ventas de nuestra compañía trimestre a trimestre no sólo en términos de valor absoluto sino especialmente en la evolución del perfil.


#### 4: Estrategia de Crecimiento

Digital Transitions  
Business Integration  
Facilities Management | **Resultados 2003: Estrategia de crecimiento**

Implementación estrategia de crecimiento

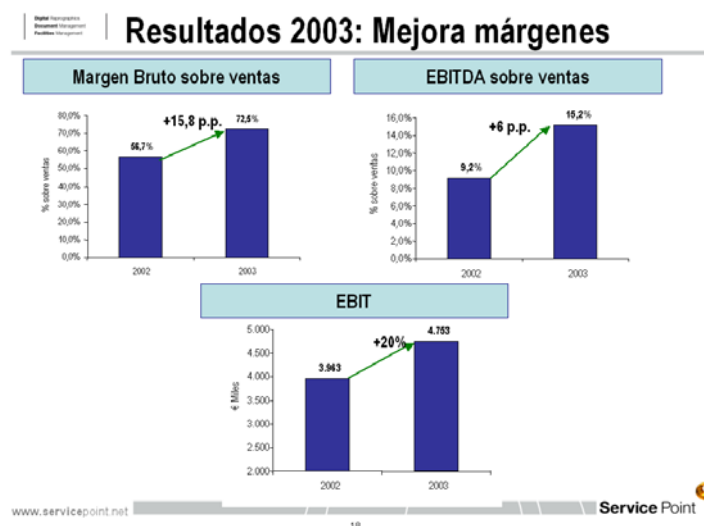
- ✓ Reducción de base de costes; incremento productividad del 14%
- ✓ Inversiones enfocadas a promover líneas de negocios de mayor crecimiento
- ✓ Política de adquisiciones selectivas

Acciones de incremento de la rentabilidad de la compañía

www.servicepoint.net | 17 | **Service Point** 

- En cuanto a la estrategia de crecimiento y de aumento de la rentabilidad a medio plazo, la compañía ha mejorado en primer lugar su eficiencia operativa a través de una reducción de la base de costes consiguiendo un aumento de productividad del 14% en las ventas por empleado, y en segundo lugar se han dirigido las inversiones a promover la líneas de negocios de mayor crecimiento futuro.

Por último, en el ámbito de crecimiento vía adquisiciones se continuó y se continúa trabajando en identificar y ejecutar adquisiciones estratégicas que aporten valor inmediato; evaluando las compañías objetivo bajo un criterio más estricto de valoración para asegurar que no sean dilutivas a nuestros accionistas.



Resultado inmediato de todo lo anterior ha sido un incremento en la rentabilidad de la compañía. El Margen Bruto sobre ventas ha sido del 72,5% comparado con el 56,7% en 2002; el EBITDA sobre

ventas ha crecido desde el 9,2% hasta el 15,2%; el EBIT ha mejorado en un 20% en valor absoluto aún habiendo reducido la facturación en un 46% como consecuencia de la desinversión del negocio de material de oficina.

Dentro de las iniciativas de crecimiento, el 2003 y los primeros meses de 2004 han visto materializarse, entre otros, los siguientes hitos corporativos:



- Se ha abierto un nuevo centro de digitalización y gestión documental en Leeds (Reino Unido) y en el curso del presente año se ha inaugurado un nuevo centro de digitalización en el área de Boston (EE.UU.) así como un nuevo centro de servicios en el corazón de Manhattan en Nueva York, que nos

ayudará a captar cuota de mercado y potenciar la venta de soluciones

- Con el objetivo de consolidar la presencia en España y aumentar el peso de negocio en euros, reduciendo así nuestra exposición a los riesgos de cambio dado que el 90% de nuestro negocio se genera en divisa extranjera, Service Point ha adquirido Tecnografía Zorita: una compañía de reprografía digital con base en Madrid, que se espera aporte unas ventas adicionales de más de 2 millones de euros en 2004. Esta adquisición ha sido realizada a un precio que permite un incremento en el beneficio por acción desde el momento de su incorporación en nuestra compañía.
- Con objeto de alinear aún más los intereses del equipo de Service Point con los de sus accionistas, se ha implementado un plan de opciones para directivos y empleados de la compañía.
- Se ha llevado a cabo con éxito la primera emisión de acciones a través de una línea de capital, Equity Line, confirmando la voluntad de la compañía de seguir fortaleciendo su balance y reducir su deuda.

- Hemos fomentado y llevado a cabo programas de entrenamiento y desarrollo personal para nuestro equipo. En particular en los últimos 18 meses nos hemos enfocado en desarrollar su conocimiento y capacidad en el área de servicios de gestión documental de mayor valor añadido, en línea con nuestro objetivo de mejorar el perfil de ventas.



- Durante los primeros seis meses de 2004 hemos venido anunciando nuevos contratos y acuerdos con clientes de primer nivel tal como los que se presentan en esta diapositiva, y cuyo resumen se recoge en nuestra memoria anual.

Espero que el hablar del ejercicio pasado, de sus resultados y de los hitos alcanzados, les permita evaluar mejor no sólo los hechos sino el rumbo marcado y compartir nuestra convicción sobre el

positivo posicionamiento de su compañía. En estos primeros meses del año los resultados están yendo en línea con las proyecciones previstas por el equipo directivo.

Quiero por lo tanto ahora finalizar mi intervención mirando hacia al futuro y hablando de nuestros planes. Creo que es muy importante que todos nosotros, accionistas de la compañía, equipo directivo y Consejo compartamos esa convicción sobre el futuro, un futuro en el que Service Point aprovechará plenamente el posicionamiento alcanzado. Para ello hay que ver cuáles son las tendencias del mercado y sobre todo cuáles son las áreas de actuación de su compañía en este entorno.

## Primero: La externalización (outsourcing) de servicios

Digital Transformation  
Business Transformation  
People Transformation


### Plan de crecimiento futuro

---

Externalización de servicios: ventajas modelo de outsourcing

- ✓ Inversiones vinculadas a nuevos contratos
- ✓ Negocio recurrente y previsible
- ✓ Relaciones de largo plazo con clientes
- ✓ Posibilidad incrementar facturación por cliente

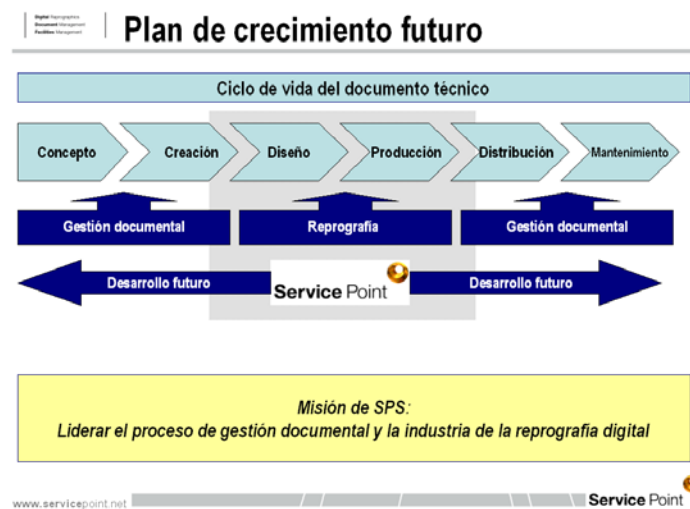
*Service Point facilita soluciones de externalización a sus clientes a través de sus centros de servicios y de sus programas de facility management y gestión documental*

www.servicepoint.net  Service Point

21

Cada vez más compañías están externalizando los servicios que no consideran estratégicos, lo que antes se hacía internamente y con recursos propios ahora se confía en manos expertas que mejoren los procesos y la productividad. Service Point continuará haciendo uso y fortaleciendo su extensa red de puntos de servicio y centros de Facilities Management para captar una mayor cuota de mercado y vincular sus inversiones a contratos recurrentes. Haremos más fácil el acceso a nuestros servicios con nuevas herramientas informáticas y aumentaremos la proximidad a nuestros clientes.

## Segundo: El ciclo de vida del documento



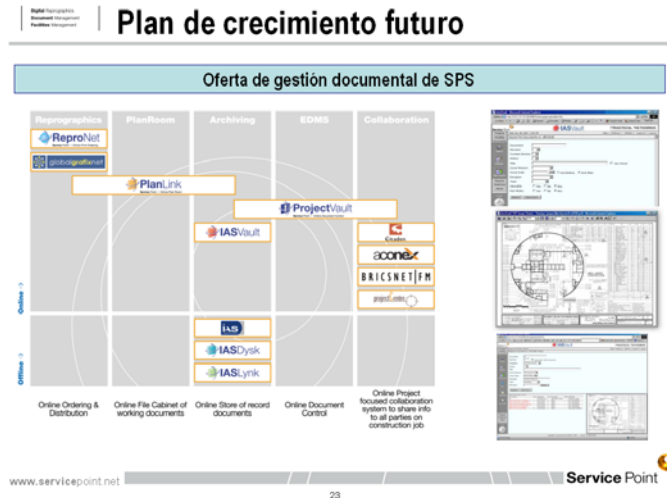
En la intervención anterior, han tenido ocasión de escuchar de nuestro Presidente el enfoque de la compañía hacia su mercado por segmento de cliente y desde el eje central de Externalización o Outsourcing. Yo ahora, quiero darles una visión complementaria de

aproximación de mercado desde el punto de vista del ciclo por el que pasa un documento y su contenido, que hace aún más patente la oportunidad para Service Point.

Un documento pasa por distintas fases, desde su concepción, creación y diseño hasta su producción, distribución y actualización. Service Point ha aumentado su participación a lo largo del ciclo de vida del documento. Hoy y cada vez más en el futuro existirán tecnologías que permiten unificar y coordinar estas fases y Service Point está preparada para liderar el proceso de gestión documental que aglutina sus distintas fases independientemente de dónde y por quién se produzcan. En este sentido, la compañía desarrolla y ofrece soluciones propias y colabora con otras compañías líderes en software de gestión documental. El objetivo de Service Point es aumentar la generación de ventas por proyecto, reducir la dependencia al ciclo económico de un sector e incrementar la penetración en nuevos segmentos de mercado que tengan necesidades afines. Esto lo estamos llevando a cabo redireccionando nuestra fuerza y canales de venta



## Tercero: La demanda de control documental



En nuestro sector, tal y como en la mayoría de los ámbitos empresariales, la eficiencia, la reducción de costes, el buen control y la gestión del riesgo cobran cada vez una mayor relevancia. El cambio en los procesos y la innovación de soluciones que los soporten, son la llave para alcanzar estos objetivos. El desarrollo de nuevas tecnologías y productos de gestión documental que aporten estas soluciones continuará siendo un área importante de inversión para Service Point. Esta diapositiva les muestra la amplia gama de productos que ofrecemos “ya hoy” a nuestros clientes. El compromiso con nuestro mercado es aportar innovación y soluciones efectivas que satisfagan sus necesidades.

## Cuarto: El Mercado español

Plan de crecimiento futuro



**Plan de crecimiento en España**

- ✓ Desarrollo orgánico
- ✓ Captación sectores de valor añadido
- ✓ Adquisiciones selectivas
- ✓ Modelos de financiación pública e privada de las infraestructuras
- ✓ Rentabilización de la infraestructura

**Mayo 2004:**  
*Primer mes en la historia de la filial española con beneficio operativo positivo*

www.servicepoint.net **Service Point**

El cuarto y último elemento clave de nuestro plan que quería compartir con ustedes hoy se refiere al mercado español. Es nuestra clara intención incrementar el peso de nuestro negocio en España a través del desarrollo orgánico y vía adquisiciones selectivas. En este mercado queremos abarcar más sectores de valor añadido y capitalizar en nuestra experiencia de participación en proyectos que en un futuro dependerán en mayor grado en modelos de financiación alternativa pública y privada.

Pero queremos hacerlo de manera rentable. Es por ello que me complace, hoy, aquí, comunicarles el hecho de que nuestra filial española ha traspasado ya el umbral del beneficio operativo en este pasado mes de Mayo por primera vez.

Service Point: Creando valor para el accionista

## Muchas Gracias

Espero haber compartido con todos ustedes mi entusiasmo y convicción sobre el posicionamiento de su compañía. Nuestros planes de crecimiento junto con la demostrada capacidad de ejecución de nuestro equipo, pensamos dan respuestas a la pregunta de por qué creemos que es atractivo invertir en Service Point.

El reto es a medio plazo, pero nuestros objetivos, nuestros planes y nuestro compromiso son claros y esperamos que contando con el apoyo de nuestros accionistas podamos compartir este futuro.

Muchas Gracias