



Resultados
Primer Trimestre 2016

INDICE

1.	Resumen Ejecutivo.....	3
2.	Evolución Grupo Primer Trimestre 2016.....	5
3.	Conclusiones	6

1. Resumen Ejecutivo

En los primeros meses del ejercicio 2016 se ha implementado el plan estratégico para el impulso del crecimiento y rentabilidad del negocio, como base del plan de viabilidad futura del Grupo. Este plan ha sido posible gracias a las medidas de reestructuración y adecuación de costes ejecutadas en el año 2015, junto con el mantenimiento de una sólida cartera de clientes, para un crecimiento futuro.

Los últimos años han supuesto un cambio significativo en el sector, pasando de la impresión offset a la impresión digital, que permite tiradas más cortas, y de la impresión en papel a la digitalización de documentos.

El plan de negocio para el ejercicio 2016 está diseñado sobre dos áreas principales: la impresión bajo demanda (POD) y la gestión documental, ambas de alto valor añadido, donde además se prevén los principales incrementos de demanda.

El plan estratégico contempla inversiones durante los próximos años, que se centrarán en la renovación de equipos, que nos permitirán aumentar la competitividad en el mercado, mejorar los márgenes, y en consecuencia crecimiento en la cifra de negocio. También beneficiará a la compañía las sinergias derivadas de la colaboración con Grupo Paragon, especialmente en lo referente a las relaciones con proveedores y entidades financieras, así como la introducción de nuevos servicios tecnológicos en el mercado español.

Las ventas acumuladas del primer trimestre de 2016 están ligeramente por debajo de las alcanzadas en el mismo período de 2015. Esto es debido principalmente al menor número de días laborales por incluir este primer trimestre el periodo vacacional de Semana Santa. No obstante el EBITDA, en relación a la cifra de ventas ha aumentado en 3,3 puntos porcentuales, entre otras razones por una reducción de los gastos de personal que han pasado de 1,3 millones de euros en el primer trimestre de 2015 a 1,1 millones de euros en 2016.

El beneficio neto del primer trimestre de 2016 ha sido de 81 miles de euros, muy superior en términos porcentuales a los 7 miles de euros de beneficio neto recurrente del primer trimestre de 2015. Asimismo, el primer trimestre del ejercicio 2015 incluyó un impacto extraordinario positivo de 1,8 millones de euros, relacionado con un crédito a una antigua filial del grupo que estaba totalmente provisionado, y un ingreso financiero por cambios en el valor razonable de deuda concursal.

Durante los primeros meses de 2016 se han producido hechos importantes de entre los que destacamos, que:

En fecha 29 de enero de 2016, Grupo Paragon, como accionistas mayoritario, y con una participación que le obligaba a ello, solicitó formalmente a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) la dispensa para formular una OPA sobre la totalidad de las acciones de Service Point conforme a lo establecido en apartado d) del artículo 8 del Real Decreto de OPAs. El día 8 de febrero de 2016, la CNMV autorizó dicha exención.

El 25 de febrero de 2016, el Consejo de Administración, utilizando la delegación de facultades aprobadas en la Junta de Accionistas el día 30 de septiembre de 2015, procedió a la ejecución de las ampliaciones de capital mediante compensación de los créditos privilegiados adheridos, ordinarios y subordinados del convenio de acreedores.

Asimismo acordó la capitalización de la deuda no adherida al convenio, propiedad de Grupo Paragon, por importe de 13,3 millones de euros, mediante otra ampliación de capital que Grupo Paragon suscribió el día 26 de febrero de 2016, con lo que elevó su participación en el capital de la compañía a un 54,6%.

En la misma reunión del Consejo de Administración, se acordó solicitar a la CNMV el levantamiento de la suspensión de la cotización de las acciones de la compañía. La CNMV ya ha contestado a dicha petición, requiriendo a Service Point la información necesaria para conseguir dicho levantamiento. Este requerimiento forma parte del proceso normal sobre esa tipología de solicitud. La compañía está trabajando actualmente en la preparación de la documentación requerida.

En fecha 29 de febrero de 2016, se ha publicado el anuncio de las ampliaciones de capital para cumplir el convenio concursal, abriendo el periodo de suscripción de tres meses el día 1 de marzo. En paralelo, se ha abierto el plazo para que los acreedores de las filiales de Service Point Solutions, S.A. remitan la documentación necesaria para la entrega de acciones de la matriz en pago de sus créditos, tal y como establecen sus respectivos convenios de acreedores. El plazo finaliza el día 27 de mayo de 2016.

La ejecución de todas estas operaciones corporativas forma parte del plan de viabilidad corporativo para dar cumplimiento al convenio de acreedores y finalizar la fase de reestructuración financiera del Grupo.

2. Evolución Grupo primer trimestre 2016

A continuación, mostramos en el cuadro 2.1 las principales magnitudes de Service Point durante el primer trimestre de 2016 y 2015:

Cuadro 2.1 Cuentas de resultados (miles de euros)

<i>Miles de Euros</i>	1T 2015	1T 2016
Ventas	2.400	2.321
Margen Bruto	1.683	1.625
EBITDA	57	133
EBIT	16	96
<i>Resultado Neto</i>	<i>1.821</i>	<i>81</i>
Resultado Neto recurrente	7	81
<i>% Margen Bruto</i>	<i>70,1%</i>	<i>70,0%</i>
<i>% EBITDA</i>	<i>2,4%</i>	<i>5,7%</i>
<i>% EBIT</i>	<i>0,7%</i>	<i>4,1%</i>

Como se ha comentado anteriormente, las ventas del primer trimestre 2016 están ligeramente por debajo de las obtenidas en 2015, principalmente por el impacto de un menor número de días laborables en marzo debido al periodo vacacional de Semana Santa.

Los resultados del primer trimestres de 2016 recogen las mejoras de rentabilidad que el Grupo ha conseguido como consecuencia de las iniciativas de reestructuración de plantilla, y reducción de costes llevadas a cabo durante los últimos meses de 2014 y principios de 2015. El EBITDA como porcentaje de ventas ha aumentado en 3,3 puntos porcentuales, con una reducción en gastos de personal de 1,3 a 1,1 millones de euros en el trimestre comparado con el mismo periodo del año anterior.

El beneficio neto del primer trimestre de 2016 ha sido de 81 miles de euros, muy superior en términos porcentuales a los 7 miles de euros de beneficio neto recurrente del primer trimestre de 2015. Asimismo, el primer trimestre del ejercicio 2015 incluyó un impacto extraordinario positivo de 1,8 millones de euros, relacionado con un crédito a una antigua filial del grupo que estaba totalmente provisionado, y un ingreso financiero por cambios en el valor razonable de deuda concursal.

3. Conclusiones

Service Point está implementando su plan de viabilidad de forma paulatina y en los plazos previstos. Está mejorando la rentabilidad del negocio e impulsando el crecimiento de sus principales líneas de negocio estratégicas.

A nivel corporativo, tras la autorización concedida al Grupo Paragon por la CNMV de la dispensa a la obligación de formular una OPA sobre las acciones de la compañía, el Consejo de Administración ha ejecutado las ampliaciones de capital necesarias para la capitalización de la deuda concursal, y dar cumplimiento al convenio de acreedores, cuyo plazo de adhesión para los acreedores, que es de tres meses, termina a finales de mayo de 2016. La entrega de acciones a los acreedores de los convenios de las filiales del Grupo se está realizando en paralelo.

El consejo de administración ha solicitado de la CNMV el levantamiento de la suspensión, y con ello la vuelta a cotización de Service Point, asunto que centrará los esfuerzos del consejo durante los próximos meses.

Hoy, Service Point es una compañía renovada y respaldada por Grupo Paragon, su socio industrial y de referencia. La entrada directa de Paragon en el consejo de Service Point, refuerza de manera significativa el plan de negocio de la compañía de cara al futuro. Tras la capitalización de la deuda no adherida al convenio que mantenía Paragon por importe de 13,3 millones de euros, Paragon cuenta con un 54,6% del capital de Service Point.

Service Point espera ir mejorando paulatinamente los resultados, gracias a la consolidación de la cartera de clientes y al desarrollo de su negocio tras la implementación del plan estratégico del Grupo.

La compañía tiene tres claros objetivos a corto plazo: mantener un resultado neto positivo, la incorporación de una nueva oferta de valor al mercado y la vuelta a cotización de su acción en el mercado bursátil.