



**Resultados**  
**Primer Trimestre 2019**

## INDICE

---

1.	El plan estratégico.....	3
2.	Evolución Grupo Primer Trimestre 2019 .....	4
3.	Conclusiones .....	6

## 1. El Plan Estratégico

---

Durante los últimos dos años el Grupo ha saneado el balance de situación – acción que ha culminado en el repago total de la deuda asociada al convenio de acreedores - y ha posibilitado la vuelta a cotización de las acciones de Service Point Solutions, S.A., con un accionista mayoritario Paragon Group que mantiene más de un 80% de las acciones.

El factor clave para Service Point es invertir para poder impulsar el crecimiento del Grupo.

### Crecimiento orgánico

El crecimiento orgánico se enfoca en desarrollar y crecer el negocio en las líneas de negocio en las cuales contamos con experiencia y clientes y donde se prevé mayor crecimiento dentro del sector de impresión digital:

Línea de negocio	Por qué esta línea?	Nuestro punto fuerte
<b>Impresión comercial en color</b>	Crecimiento previsto en el sector es de más del 40%	Éxito demostrado en soluciones innovativas para impresión comercial
<b>Impresión bajo demanda (BOD)</b>	Crecimiento anual previsto de un 15%	Ya trabajamos con un 22% de los editoriales y un 8% del sector de educación. Representa un 30% de nuestro negocio actual
<b>Gestión documental y BPO</b>	Ofrece márgenes altos y estabilidad. Tendencia creciente de externalización de servicios	Ofrecemos soluciones flexibles

El nuevo plan de negocio de la filial española ha comenzado a implementarse con la aprobación reciente de unas inversiones clave en equipos de impresión digital por importe total superior a un millón de euros, para mejorar la competitividad y eficiencia de la compañía. Dichas inversiones cuentan con el apoyo financiero continuado del accionista mayoritario, Paragon.

Asimismo, tras la liquidación de los últimos pagos de la deuda con administraciones públicas a finales de 2018, quedando en consecuencia totalmente liquidada la deuda concursal, el día 11 de marzo de 2019 la filial española ha recibido el auto de cumplimiento de convenio.

### Crecimiento vía adquisiciones

Durante los últimos dos años, el equipo directivo ha estado llevando a cabo diversos procesos de estudio de proyectos de adquisición en las áreas de comunicaciones con clientes (que incluye soluciones de gestión documental físicas y digitales), soluciones gráficas, y en otras áreas de interés estratégico con el fin de penetrar en nuevos segmentos como en nuevos mercados.

El objetivo es comenzar con adquisiciones más cercanas al “core business” del negocio actual y culminar en un cambio transformacional que consolide la posición de liderazgo de Service Point en el sector.

El enfoque del proceso adquisitivo es:

- 1) Generar valor a corto plazo: Realizar inversiones que comiencen a generar valor en el corto plazo, que sean coherentes con la estrategia de Service Point y que presenten unos niveles mínimos de rentabilidad y solvencia.
- 2) Adquirir a un precio adecuado: Analizar operaciones en las que exista una oportunidad clara de generar valor inmediato como consecuencia de precios de adquisición que permitan rentabilidad directa. La experiencia adquirida por equipo de Paragon durante los últimos años permite generar valor en el sector.

## 2. Evolución Grupo Primer Trimestre de 2019

A continuación, mostramos en el cuadro 2.1 las principales magnitudes del Grupo Service Point durante el primer trimestre de 2018 y 2019:

**Cuadro 2.1 Cuentas de resultados consolidada**

<i>Miles de Euros</i>	1T 2018	1T 2019	Variación 1T 2019 vs 2018
<b>Ventas</b>	<b>2.323</b>	<b>1.964</b>	<b>-15,4%</b>
<b>Margen Bruto</b>	<b>1.565</b>	<b>1.216</b>	<b>-22,3%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>(92)</b>	<b>(71)</b>	<b>22,9%</b>
<b>EBIT</b>	<b>(123)</b>	<b>(100)</b>	<b>19,0%</b>
<b>Resultado Neto</b>	<b>(152)</b>	<b>(124)</b>	<b>18,7%</b>
<b>% Margen Bruto</b>	<b>67,4%</b>	<b>61,9%</b>	<b>-5,4 pp</b>
<b>% EBITDA</b>	<b>-4,0%</b>	<b>-3,6%</b>	<b>0,3 pp</b>
<b>% EBIT</b>	<b>-5,3%</b>	<b>-5,1%</b>	<b>0,2 pp</b>

Las ventas consolidadas del primer trimestre están por debajo de las del 2018, principalmente por la realización de un proyecto puntual en la filial belga 2018 que generó una facturación de 350 miles de euros.

El margen bruto porcentual se ha situado por debajo del año anterior principalmente por la conclusión del proyecto en Bélgica que tenía un elevado margen bruto. Por

otro lado, se ha conseguido una optimización de los gastos operativos, sobre todo en el coste de personal, y en consecuencia una mejora en el EBITDA absoluto.

En los primeros tres meses del ejercicio 2019, el negocio de *Print Management* ha incurrido un EBITDA negativo de 33 miles de euros comparado con 45 miles de euros en negativo en el mismo periodo del año anterior.

### 3. Conclusiones

---

Durante los últimos dos años el Grupo ha saneado el balance de situación – acción que ha culminado en el repago total de la deuda asociada al convenio de acreedores - y ha posibilitado la vuelta a cotización de las acciones de Service Point Solutions, S.A., con un accionista mayoritario Paragon Group que mantiene más de un 80% de las acciones.

Se espera ir mejorando paulatinamente los resultados, vía crecimiento orgánico continuo, consolidando la cartera de clientes, el desarrollo del negocio tras la implementación del plan estratégico e implementando las sinergias derivadas de la colaboración con Grupo Paragon.

El nuevo plan de negocio de la filial española ha comenzado a implementarse con la aprobación reciente de unas inversiones clave en equipos de impresión digital por importe total superior a un millón de euros, para mejorar la competitividad y eficiencia de la compañía. Dichas inversiones cuentan con el apoyo financiero continuado del accionista mayoritario, Paragon.

En paralelo, el equipo directivo ha estado llevando a cabo diversos procesos de estudio de proyectos de adquisición en las áreas de comunicaciones con clientes (que incluye soluciones de gestión documental físicas y digitales), soluciones gráficas, y en otras áreas de interés estratégico, con el fin de penetrar en nuevos segmentos como en nuevos mercados.