



# PRESENTACIÓN DE RESULTADOS. PRIMER TRIMESTRE 2020



## El efectivo en los medios

### La cantidad de dinero en circulación continúa creciendo

Bancos Centrales de todo el mundo (BCE, la Reserva Federal de EEUU, el Banco Central Australiano, el Banco Central Argentino, etc.) reportaron **crecimientos de la demanda de efectivo durante los meses de Marzo y Abril**

Fuente: [Banco Centrales](#)

### No presenta un riesgo particular de infección para el público (COVID-19)

“Los estudios científicos señalan que la **probabilidad de transmisión es reducida en comparación con otros objetos que se tocan con frecuencia**, como los terminales de tarjetas de crédito o los dispositivos de entrada de PIN”

Fuente: [Banco Internacional de Pagos](#)

### Es vital para la economía y la inclusión social de los más vulnerables

“... el efectivo sigue siendo el **medio de pago dominante** para los consumidores y **es de fundamental importancia para la inclusión de ciudadanos socialmente vulnerables**, como los ancianos o los grupos de bajos ingresos”

Fuente: [Fabio Panetta \(Miembro del BoD del BCE\)](#)

### Los Bancos Centrales recalcan la importancia del efectivo en esta crisis



# Índice



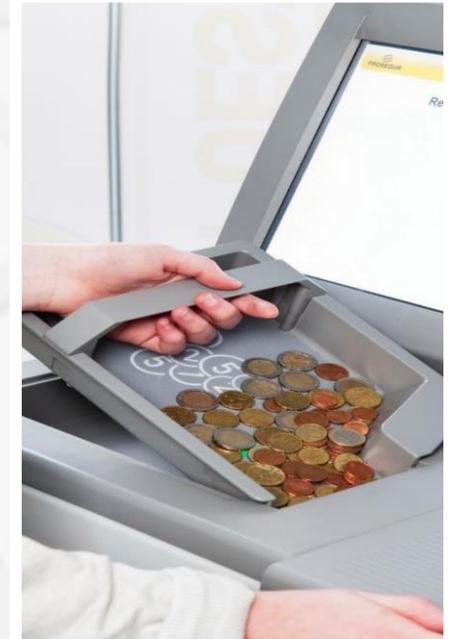
**Hitos del periodo**



**Dinámicas  
regionales**



**Resultados  
financieros**



**Conclusiones**

## Aspectos más relevantes

1.  
Hitos del periodo



### 1 Entorno Macroeconómico

- **Complicado. Impacto COVID-19 desde Marzo 2020 y, adicionalmente, depreciación divisa superior al esperado**

### 2 Agilidad

- **Crecimiento en moneda local del 9,0%<sup>(1)</sup> en 3M 2020**
- **El margen EBITA asciende al 12,7% en 3M 2020**

### 3 Consolidación

- **Cerradas 3 adquisiciones (Ecuador, Brasil, Colombia) por EV ~80M€**
- **Desinversión del negocio tradicional en México**

### 4 Transformación

- **Los Nuevos Productos representan un 18,2% sobre las ventas del 3M 2020, con un crecimiento del 17% respecto del mismo periodo del año anterior**

### 5 Disciplina financiera

- **Incremento Ratio DN/EBITDA por mayor inversión en M&A**
- **Vencimientos de deuda concentrados principalmente en 2025 y 2026**

(1) Incluye crecimiento orgánico e inorgánico

# Implicaciones COVID-19

1.  
Hitos del periodo



## Primer Trimestre 2020

### Impacto en actividad

- Reconocimiento y agradecimiento de la labor de nuestros profesionales
- “Servicio esencial” en todos los países
- Menores ventas en Marzo (-11%) por disminución de actividad (confinamiento)
- Evolución positiva de los nuevos productos (también ATMs y “retail esencial”, inicialmente)

## Segundo Trimestre 2020

- Deterioro adicional de ventas hasta alcanzar un suelo de entre el 20% y el 25% en Abril / Mayo
- Impacto amortiguado por iniciativas de reducción de costes y protección de caja

## Segunda mitad 2020

- Mejora gradual de volúmenes y productividad: menor confinamiento, mayor movilidad y consumo, medidas de eficiencia
- Posibles oportunidades por resiliencia, posición competitiva y nuevas soluciones

### Medidas adoptadas

- Rapidez respuesta: **equipo específico** para gestión COVID-19; adopción **medidas preventivas, planes de contingencia**
- **Empleados:** planes sanitarios, fuerte inversión en medidas protección, teletrabajo
- **Clientes:** continuidad servicio, adaptación a sus planes de actuación
- **Operaciones:** reestructuración, protección posición financiera

- **Ajuste costes laborales directos e indirectos (~50% ventas FY 2019):** no renovación contratos temporales, reducción horas extra, salarios y plantilla (con carácter temporal y estructural)
- **Optimización del resto de costes (~27% ventas FY 2019, sin incluir D&A):** reducción gastos discrecionales (viajes, suministros, asesores, etc.) y renegociación (flota, alquileres, etc.)
- **Protección caja y balance:** optimización del NOF, priorización y postergación del capex, refinanciación sindicado de Australia y disposición líneas de liquidez
- **Adopción modelo “Scenario Planning”** ante la incertidumbre generada por la pandemia → flexibilidad para adoptar nuevas medidas, si fuese necesario

# ¿Cómo vemos el mundo después del COVID-19?

1.  
Hitos del periodo



| Drivers negocio  | Percepción a medio plazo   |  |
|--|--|--|
| <b>1</b><br>Crecimiento económico                            | <ul style="list-style-type: none"><li>Se espera una <b>recuperación económica</b></li><li>Se espera una salida de la crisis más rápida que otros sectores a medida que se produzca una <b>reactivación del consumo</b></li></ul> |  |
| <b>2</b><br>Bajo nivel de bancarización en nuestro footprint | <ul style="list-style-type: none"><li>Efectivo como <b>reserva de valor</b></li><li>Efectivo continúa siendo <b>esencial en países en desarrollo</b> (~50% población poco bancarizada)</li></ul>                                 |  |
| <b>3</b><br>Incremento del outsourcing                       | <ul style="list-style-type: none"><li><b>Foco en la gestión y reducción de la base de costes</b></li><li><b>Nuevas oportunidades de crecimiento</b> orgánico e inorgánico en el sector bancario y retail</li></ul>               |  |
| <b>4</b><br>Aumento de inseguridad y delincuencia            | <ul style="list-style-type: none"><li>En crisis pasadas, <b>incremento del dinero en circulación</b></li><li>Históricamente, ante el aumento del nivel de delincuencia, <b>mayor demanda de nuestros servicios</b></li></ul>     |  |

# Índice



**Hitos del periodo**



**Dinámicas  
regionales**



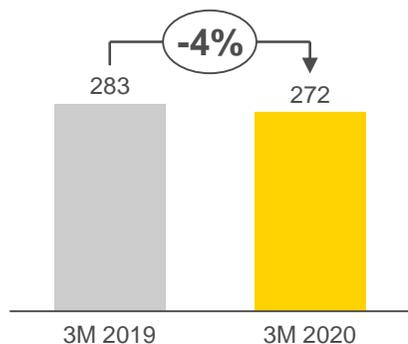
**Resultados  
financieros**



**Conclusiones**

## LatAm [65% de las ventas totales en 3M 2020] <sup>(1)</sup>

### Ventas Totales (M€)



Org: +10,3%  
Inorg: +5,2%  
FX<sup>(2)</sup>: (19,6)%

### Ventas (M€) y Peso (%) Nuevos Productos



- Crecimiento orgánico en línea con 3M 2019:
  - Menor volumen y monto transportado desde Marzo
- Cerradas adquisiciones en Brasil, Colombia y Ecuador
- Impacto adverso de la divisa
- Los Nuevos Productos se incrementan un 20% y representan el 18,2% de las ventas

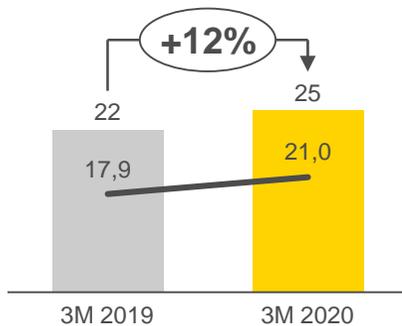
## Europa [28% de las ventas totales en 3M 2020]

### Ventas Totales (M€)



Org: +2,2%  
Inorg: (6,7)%  
FX: 0,0%

### Ventas (M€) y Peso (%) Nuevos Productos



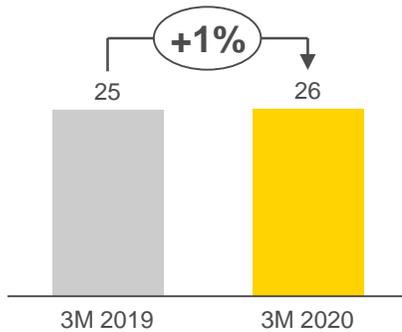
### Crecimiento afectado por:

- Orgánico:
  - Menor volumen y monto transportado desde Marzo
  - Desinversión de Francia
- Inorgánico:
  - Desinversión de Francia

Los Nuevos Productos se incrementan un 12% y representan el 21,0% de las ventas

## AOA [6% de las ventas totales en 3M 2020]

### Ventas Totales (M€)



Org: (1,1)%  
Inorg: +2,7%  
FX: (1,1)%

### Ventas (M€) y Peso (%) Nuevos Productos



### Crecimiento orgánico mejora respecto a 3M 2019 por la incorporación de Filipinas:

- Menor volumen y monto transportado desde Marzo
- Retraso nuevos tenders en Australia por COVID-19

### Impacto adverso de la divisa

- Los Nuevos Productos se incrementan un 6% y representan el 5,5% de las ventas

# Índice



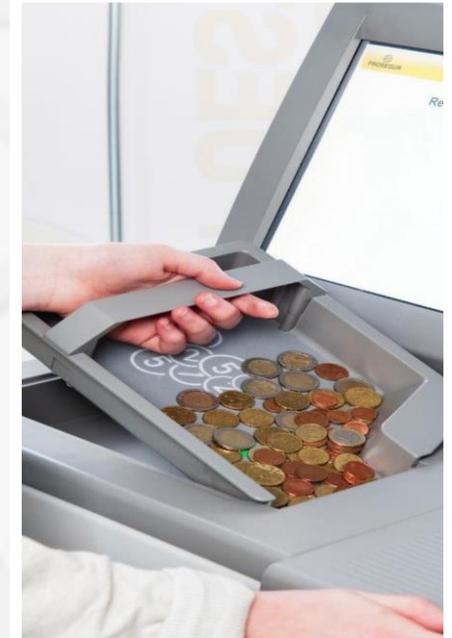
**Hitos del periodo**



**Dinámicas  
regionales**



**Resultados  
financieros**



**Conclusiones**

## Cuenta de Pérdidas y Ganancias<sup>(1)</sup>

3.  
Resultados financieros



| Millones Euros                           |                    | 3M 2019    | 3M 2020    | % VAR          |
|--|--------------------|------------|------------|----------------|
| <b>Ventas</b>                            |                    | <b>432</b> | <b>415</b> | <b>(3,9)%</b>  |
| <b>EBITDA</b>                            |                    | <b>86</b>  | <b>76</b>  | <b>(11,8)%</b> |
|  | <i>Margen</i>      | 19,9%      | 18,2%      |                |
| Amortización                             |                    | (20)       | (23)       |                |
| <b>EBITA</b>                             |                    | <b>66</b>  | <b>53</b>  | <b>(20,0)%</b> |
|  | <i>Margen</i>      | 15,2%      | 12,7%      |                |
| Intangibles                              |                    | (4)        | (5)        |                |
| <b>EBIT</b>                              |                    | <b>61</b>  | <b>48</b>  | <b>(22,4)%</b> |
|  | <i>Margen</i>      | 14,2%      | 11,5%      |                |
| Resultado financiero                     |                    | (10)       | (2)        |                |
| <b>EBT</b>                               |                    | <b>51</b>  | <b>46</b>  | <b>(9,7)%</b>  |
|  | <i>Margen</i>      | 11,8%      | 11,1%      |                |
| Impuestos                                |                    | (20)       | (18)       |                |
|  | <i>Tasa fiscal</i> | 38,7%      | 39,8%      |                |
| <b>Rto. Neto actividades continuadas</b> |                    | <b>31</b>  | <b>28</b>  | <b>(11,3)%</b> |
|  | <i>Margen</i>      | 7,2%       | 6,7%       |                |
| <b>Rto. Neto Consolidado</b>             |                    | <b>31</b>  | <b>28</b>  | <b>(10,7)%</b> |
|  | <i>Margen</i>      | 7,2%       | 6,7%       |                |

- Las ventas disminuyen un 3,9%:
  - Crecimiento orgánico (c.7%), inorgánico (c.2%), divisa<sup>(2)</sup> (c.-13%)
  
- El margen EBITA alcanza el 12,7%:
  - Menor volumen y monto transportado
  - Efecto dilutivo nuevo M&A (potenciales sinergias todavía no capturadas)
  - Impacto divisa
  
- Mejora del resultado financiero (sin impacto en caja)

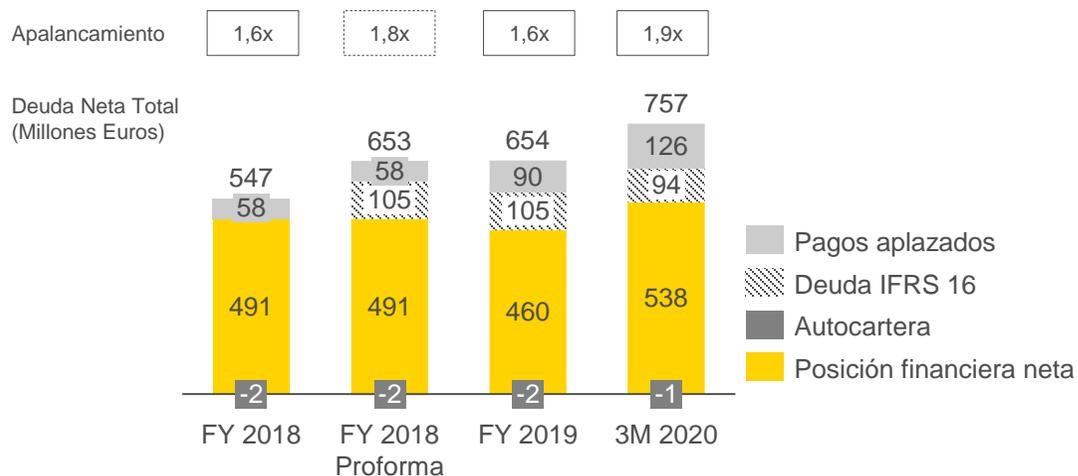
## Cash Flow (1)

| Millones Euros                                | 3M 2019      | 3M 2020      |
|---|--------------|--------------|
| EBITDA  | 86           | 76           |
| Provisiones y otros                           | 30           | 7            |
| Impuesto Beneficio Ordinario                  | (27)         | (12)         |
| Adquisición Inmov. Material                   | (18)         | (16)         |
| Variación Capital Circulante                  | (24)         | (31)         |
| <b>Free Cash Flow</b>                         | <b>47</b>    | <b>23</b>    |
| % Conversión <sup>(2)</sup>                   | 79%          | 79%          |
| Pagos Intereses                               | (8)          | (9)          |
| Pagos Adquisiciones filiales                  | (19)         | (30)         |
| Dividendos                                    | (29)         | (22)         |
| Otros   | (18)         | (32)         |
| <b>Flujo neto total de caja</b>               | <b>(29)</b>  | <b>(71)</b>  |
| <b>Posición financiera neta (inicio per.)</b> | <b>(491)</b> | <b>(460)</b> |
| Aumento/(disminución) tesorería               | (29)         | (71)         |
| Tipo de cambio                                | (4)          | (7)          |
| <b>Posición financiera neta (final per.)</b>  | <b>(524)</b> | <b>(538)</b> |

- **El ratio de conversión (79%) permanece estable**
- **Mayor salida de caja** por pagos aplazados y, fundamentalmente, **por nuevo M&A en 2020**
- **Implementando medidas de protección de caja para minimizar el impacto COVID-19:**
  - Optimización NOF
  - Priorización y postergación del Capex

## Deuda Neta Total

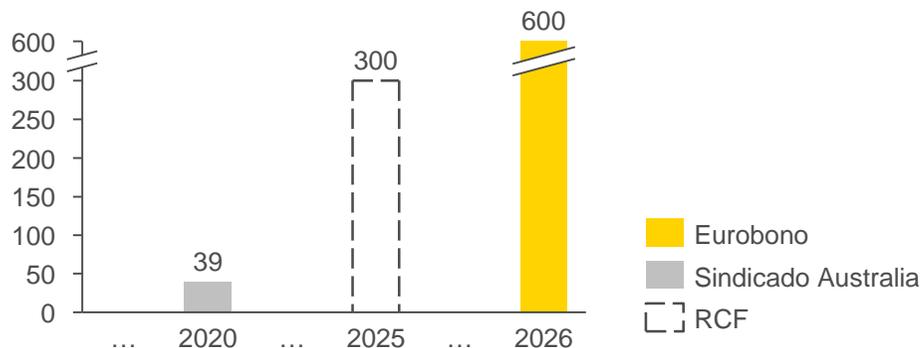
### Evolución Apalancamiento y Deuda Neta Total



### Ratio Deuda Neta Total EBITDA LTM de 1,9x

- Impacto COVID-19 en resultados
- Adquisiciones realizadas durante 3M 2020

### Principales Vencimientos de Deuda 3M 2020



### Vencimientos de deuda mayoritariamente concentrados en los años 2025 – 2026

- Préstamo sindicado de Australia extendido hasta 2023

# Índice



**Hitos del periodo**



**Dinámicas  
regionales**



**Resultados  
financieros**



**Conclusiones**

## COVID-19, situación de excepcionalidad

4.  
Conclusiones



### Orgullosos de nuestros empleados

que continúan prestando un **servicio esencial** para nuestros clientes durante la pandemia del COVID-19



### Nuestro compromiso:

- Preservar la salud y seguridad de todos nuestros **empleados**
- Garantizar la continuidad del servicio para nuestros **clientes**
- Apoyar, en las **comunidades donde operamos**, en la mitigación de los efectos de la pandemia
- Desarrollar nuestra estrategia de negocio manteniendo nuestra **disciplina financiera**



# PRESENTACIÓN DE RESULTADOS. Q&A



Este documento se ha preparado exclusivamente por Prosegur Cash para su uso durante esta presentación

La información contenida en este documento tiene únicamente fines informativos, se facilita por Prosegur Cash únicamente para ayudar a posibles interesados a hacer un análisis preliminar de Prosegur Cash y es de naturaleza limitada, sujeta a completarse y cambiarse sin aviso previo

Este documento puede contener proyecciones o estimaciones relativas al desarrollo y los resultados futuros de los negocios de Prosegur Cash. Estas estimaciones corresponden a las opiniones y expectativas futuras de Prosegur Cash y, por tanto, están sujetas y afectadas por riesgos, incertidumbres, cambios en circunstancias y otros factores que pueden provocar que los resultados actuales difieran materialmente de los pronósticos o estimaciones. Prosegur Cash no asume ninguna responsabilidad al respecto, ni obligación de actualizar o revisar sus estimaciones, previsiones, opiniones o expectativas

La distribución de este documento en otras jurisdicciones puede estar prohibida, por ello los destinatarios de este documento o aquellos que accedan a una copia deben estar advertidos de estas restricciones y cumplir con ellas

Este documento ha sido facilitado con fines informativos únicamente y no constituye, ni debe ser interpretado, como un ofrecimiento para vender, intercambiar o adquirir o una solicitud de oferta para comprar ninguna acción de Prosegur Cash. Cualquier decisión de compra o inversión en acciones debe ser realizada sobre la base de la información contenida en los folletos completados, en cada momento, por Prosegur Cash



INFORMACIÓN DE CONTACTO:

**Pablo de la Morena**

Director Relación con Inversores

**Tel: +34 91 589 59 13**

[pablo.delamorena@prosegur.com](mailto:pablo.delamorena@prosegur.com)