



RESULTADOS

Primer trimestre 2009

5 de mayo de 2009

INDICE

1.	Resumen de conclusiones.....	pág. 3
2.	Evolución Grupo 1t2008-1t2009.....	pág.4
2.1	Principales magnitudes.....	pág.4
2.2	Evolución 1t2008-1t2009 normalizada.....	pág.5
2.3	Reestructuración	pág.5
3.	Perspectivas de futuro.....	pág.6
3.1	Evolución 2009	pág.6

1. Resumen de conclusiones

“Arranque sólido del ejercicio 2009 con una mejora de ventas y Ebitda respecto al mismo trimestre del año anterior. Empezamos a ver reflejados en las cuentas el impacto de las medidas de costes e ingresos tomadas durante el segundo semestre de 2008. Al cierre del primer trimestre, creemos haber dejado atrás la parte mas virulenta del deterioro económico en el que hemos desarrollado nuestra actividad desde septiembre de 2008”

- Durante el primer trimestre del año 2009, las ventas de la Compañía han alcanzado los 58,7 millones de euros, un 4,8% más que en el primer trimestre de 2008, y el EBITDA los 5,9 millones de Euros, lo que supone un crecimiento del 1,0% durante el mismo periodo.
- La evolución normalizada de las principales magnitudes muestra los fundamentos sólidos de Service Point en términos de ventas y de Ebitda. Durante el primer trimestre de 2009 se aprecia una mejora en la evolución trimestral de la Compañía, que ha conseguido contener la caída de las ventas, y aumentar su beneficio neto respecto al segundo semestre del 2008.
- El enfoque de la Compañía durante el primer trimestre ha estado centrado en la rentabilidad y en la generación de caja. Service Point ha continuado impulsado las iniciativas que puso en marcha durante el segundo semestre del año 2008 centradas en la reducción de personal y la reducción de costes y gastos operativos. La Compañía espera exceder la previsión inicial de reducción de su base de costes en 13 millones de euros, a la vista del excelente grado de cumplimiento de estas medidas durante el primer trimestre de 2009.
- En paralelo, la Compañía ha lanzado un plan de estimulación de ventas para optimizar su modelo comercial y aumentar la captación de clientes. En este ámbito, se ha decidido aumentar la capacidad comercial, entrar en nuevos segmentos de mercado y estimular la venta cruzada.

2. Evolución Grupo 1t2008-1t2009

2.1 Principales magnitudes;

Como podemos ver a continuación en el cuadro 1.1, las principales magnitudes de Service Point durante el primer trimestre del ejercicio 2009 comparado con las cifras de 2008 han tenido un comportamiento positivo a pesar de la notable depreciación de la libra y la corona noruega frente al euro;

Cuadro 1.1

Euros ´000	1t2008	1t2009	Dif.
Ventas	55,990	58,688	4,82%
Margen Bruto	40,282	40,150	-0,33%
EBITDA	5,808	5,867	1,02%
EBIT	2,197	1,842	-16,16%
Bº Neto	1,005	0,786	-21,79%
Margen Bruto	71,94%	68,41%	
EBITDA	10,37%	10,00%	
EBIT	3,92%	3,14%	

Tipos de cambio	2008	2009	Dif.
USD	1,50	1,30	13,33%
GBP	0,76	0,91	-19,74%
NOK	7,96	8,95	-12,44%

La estrategia adquisitiva llevada a cabo por la Compañía hasta final del primer semestre del año 2008, han impulsado las ventas de Service Point hasta los 58,7 millones de Euros.

Nuestras ventas continuadas comparables, (excluyendo las adquisiciones llevadas a cabo en el ejercicio 2008 y asumiendo el mismo tipo de cambio en las monedas que trabajamos) han retrocedido tan solo un 4,7% en un entorno de claro deterioro en los negocios de nuestros clientes y en general.

De cara al futuro, la Compañía ha lanzado un plan de estímulo de ventas que pretende aprovechar la atractiva propuesta de valor de Service Point, orientada a materializar importantes ahorros de costes en el difícil entorno económico actual, para adquirir nuevos clientes, e introducir un mayor dinamismo en la actividad comercial de la Compañía. En este sentido, se están impulsando medidas para aumentar la fuerza de ventas, entrar en nuevos

segmentos de mercado y estimular la venta cruzada, que se verán reflejadas en la cifra de ventas de los próximos trimestres.

2.2 Evolución primer trimestre 2008-2009 normalizada;

Hay que tener en cuenta varios factores que no permiten un análisis uniforme de la Compañía;

- El efecto del tipo de cambio.
- El aumento de perímetro por las adquisiciones realizadas.

Service Point continua demostrando fundamentos sólidos (ventas y Ebitda) como lo demuestran la evolución normalizada de las principales magnitudes.

Como podemos ver el cuadro 1.2 el impacto negativo de la divisa ha mermado los ingresos en más de 3 millones de euros, excluyendo el efecto del cambio divisa, el incremento de las ventas hubiera sido de más de 2 dígitos. Lo mismo ocurriría a nivel de EBITDA que se hubieran incrementado un 7,2%.

Cuadro 1.2 Tipo de cambio constante

Euros ´000	1t2008	1t2009	Dif.
Ventas	55,990	61,900	10,56%
Margen Bruto	40,282	42,452	5,39%
EBITDA	5,808	6,226	7,20%
EBIT	2,197	2,087	-5,01%
Bº Neto	1,005	0,995	-1,00%
Margen Bruto	71,94%	68,58%	
EBITDA	10,37%	10,06%	
EBIT	3,92%	3,37%	

Tipos de cambio	2008	2009	Dif.
USD	1,50	1,50	
GBP	0,76	0,76	
NOK	7,96	7,96	

2.3 Reestructuración;

Como se anunció en la evolución de los negocios correspondiente al ejercicio 2008, Service Point está llevando a cabo un plan de choque, que comenzó en el último trimestre del año, como consecuencia del deterioro radical y profundo del entorno económico. Las medidas más importantes tomadas por la Compañía han sido la de aplazar el plan de adquisiciones y centrar todos sus esfuerzos en la mejora de la gestión interna de los negocios en los ocho países en los que está actualmente presente, así como en la generación de caja y en la materialización de sinergias de las adquisiciones ya realizadas.

En esta línea, Service Point continúa aplicando el plan de reducción de costes y de inversiones que supondrá un ahorro de más de 13 millones de euros en 2009, lo que permite afrontar el ejercicio con un mayor grado de certeza sobre los resultados que la Compañía espera obtener.

Las medidas ejecutadas han tenido un impacto sobre los resultados del primer trimestre y tendrán un efecto positivo neto que se irá reflejando en la evolución trimestral de resultados, con un mayor efecto a partir del segundo trimestre. Las medidas tomadas han consistido en una reducción de plantilla a nivel mundial de un 13%, y la consolidación de centros de producción, que constituirán un ahorro de costes y una mejora en la productividad.

Durante el primer trimestre se ha consolidado dos centros de alta capacidad en París y en Londres consiguiendo una mejora en la capacidad, nivel y servicio al mismo tiempo que un incremento de la rentabilidad, consecuencia de los mejores recursos empleados tanto humanos (eliminación de 30% de la plantilla de estos centros) como técnicos.

Adicionalmente la compañía ha reubicado su oficina central en Berlín y consolidado sus medios de producción en un nuevo centro de dicha ciudad. La compañía tiene previsto llevar a cabo el mismo el plan, para sus centros en el área de Boston en el segundo semestre del año.

3. Perspectivas de futuro

3.1 Evolución 2009;

Los resultados del primer trimestre 2009 comparan favorablemente en sus principales magnitudes con los del mismo periodo de 2008. A pesar del negativo entorno económico, las medidas anunciadas en los resultados del ejercicio 2008 están mostrando su efectividad y empezando a surtir efecto.

El esperado aumento de ingresos y la captación de nuevos clientes, fruto del plan de estimulación de ventas, ayudarán a compensar la reducción temporal de demanda de clientes existentes y junto con la reducción de costes y la gestión estricta del capex, resultarán en un aumento significativo del Ebitda de la Compañía, que será apreciable a partir del segundo trimestre del año.

El entorno va seguir siendo complicado pero las medidas que Service Point ha tomado mejorarán el posicionamiento de la Compañía y le dotarán de una estructura mucho más eficiente y consolidada.