

Junta General de Accionistas – Barcelona 30 de junio de 2009

Discurso del Presidente

Buenos días señoras y señores accionistas.

Hay muchas maneras de poder empezar este discurso y me gustaría hacerlo de forma clara y directa: en 2008 deberíamos haber obtenido mejores resultados. Por ello, creo que la mejor manera de comenzar hoy no es usando el entorno como pretexto sino diciéndoles que querríamos haberles traído mejores resultados para 2008 y que sepan que estamos haciendo y haremos todo lo que sea necesario para cumplir este objetivo.

El mundo ha cambiado en estos últimos doce meses y donde se veía ralentización y fatiga se ha visto una virulencia muy acentuada y drástica desde la vuelta del verano pasado, con unos acontecimientos únicos que probablemente no habríamos considerado posibles sólo unos meses antes y que han afectado al comportamiento de nuestro negocio de manera importante. Hemos vivido, a lo largo de los años que soy Presidente, clientes que reducen su volumen de trabajo con nosotros, que comparten actividades que podría realizar Service Point con nuestros competidores, pero no habíamos sufrido caídas de facturación porque nuestros clientes a su vez tienen poca carga de trabajo o se ven abocados a cerrar por primera vez en sus historias sus centros de producción para atender desajustes entre su oferta y demanda.

Me refería hace un momento a hacerlo mejor, déjenme que me explique: me gustaría distinguir un 2008 con dos etapas, la del primer semestre y la segunda parte del año. En el arranque del año, tuvimos problemas operativos y de gestión en nuestra filial holandesa donde nos tomamos quizás más tiempo del deseable antes de hacer cambios. En nuestra filial alemana nos enfrentamos a problemas de contratación. En ese primer semestre algunas de nuestras filiales empezaban a notar en sus cuentas el entorno económico o la debilidad de sus monedas. Nuestra filial inglesa en 2008, por poner un ejemplo, se ha visto más afectada por la depreciación de la libra frente al euro que por el impacto que tuvo en el negocio el deterioro de la economía inglesa; en 2009 con una libra más equilibrada frente al euro, su debilitamiento sí tiene que ver con su economía. Algo parecido pero con mayor velocidad de caída tuvo nuestra filial española o la filial americana, quizás por ser esta última una economía más pegada al terreno para lo bueno y lo malo. Muchos de estos factores se atajaron con éxito en la recta final del año y tanto la filial holandesa como la alemana están siendo claras beneficiarias de las medidas de gestión adoptadas.

Para contrarrestar una demanda débil notoria desde el comienzo del segundo semestre, y especialmente a partir del mes de septiembre, pusimos en marcha en el verano de 2008 un plan de reducción de costes, construido en torno a tres ejes: reducción de personal a nivel mundial, congelación de salarios y reducción de gastos operativos y freno a las inversiones en capital que permitiese obtener importantes ahorros y, por tanto, sirviese para pelear objetivos de EBITDA y Resultado Neto. No entraré a describir los planes puestos en marcha y los ahorros conseguidos, pues lo hará el Consejero Delegado a continuación, pero

déjenme que les diga que seguimos buscando maneras de reducir costes y las seguimos encontrando, la reducción de costes permanente en Service Point ha llegado para quedarse.

No podemos descuidarnos, en 2008 hemos roto la trayectoria de crecimiento que veníamos consiguiendo desde que a comienzos de 2005 dimos por cerrada la profunda reestructuración financiera que pusimos en marcha para sobrevivir. En el trienio 2005-2008 pusimos las bases del proyecto que hoy gestionamos: ser la compañía que liderase la concentración en nuestro sector y a partir de la integración de las compañías adquiridas gestionar una compañía de servicios única en el amplio sector de la gestión documental y de información, con actitud de servicio y ambición internacional.

Los tiempos aconsejan aparcar de momento el proceso de adquisiciones que con éxito hemos realizado estos últimos años y que ha sido uno de los grandes generadores de valor y visibilidad de nuestro proyecto. Quiero destacar que con la excepción de la participación mayoritaria adquirida en Francia –Reprotechnique- en el segundo trimestre de 2008, que implicaba poner en marcha un profundo plan de reestructuración que se viene ejecutando con éxito - hemos reducido la plantilla en ese país nada menos que un 30% - y donde me inquieta ver que a pesar de haberse comportado durante 2008 en línea con el plan trazado, el arranque en 2009 ha sufrido un deterioro de sus ingresos superior al de la economía francesa, por lo que tenemos el objetivo claro y prioritario de adoptar las medidas necesarias para reconducir la situación, las adquisiciones realizadas por Service Point en 2008 han sido para el bien del proyecto y sus resultados.

Me gustaría resaltar la importancia de la adquisición del grupo de gestión documental y de información para el mundo financiero CFI, que fue nuestra última compra en julio de 2008 y que en un entorno tan débil sigue obteniendo unos resultados satisfactorios.

Reanudaremos el proceso de crecimiento cuando veamos que las economías empiezan a calmarse, que hay visibilidad y a pesar de comprar compañías a precios sensatos no asumimos a futuro más riesgos de los estrictamente necesarios. Continuaremos cuando veamos que por las medidas adoptadas nuestro balance es fuerte y tenemos la capacidad de acometer metas más ambiciosas. Esto se traduce simple y llanamente en trabajar, trabajar y trabajar, cerrar las puertas para dotar de más solidez al proyecto, perseguir y obtener resultados y que de esto salga un proyecto más rentable, mejor gestionado, con mayor foco en el cliente y que haya sabido aprovechar el entorno para ser una mejor compañía.

Les he hablado de costes, les he hablado de lo que pudimos hacer mejor, les he hablado de entorno. Respecto a lo último, no creo que haya mejorado hasta el nivel que nos permita decir que todo lo que viene es bueno, si aplico a mi compañía el tan manido término “brote verde” sólo me sirve para constatar que la velocidad de caída de los ingresos de nuestros clientes se ha estabilizado pero no acaba de aumentar y por supuesto que pienso que los tiempos buenos volverán, pero mientras esto no ocurra tendremos que trabajar las dos variables que nos permiten estar en línea con los resultados que Ustedes nos deben exigir: una primera variable táctica y operativa como es el control de los costes, las inversiones, el foco en la caja que generamos y otra, que se puede acometer en paralelo pero es más lenta por estratégica, que es centrarnos en las variables del negocio que vertebran la generación de valor sostenida y potente: qué clientes, con qué procesos y estructuras, dónde y con qué objetivo de tiempo.

Los doce próximos meses continuarán como poco, siendo el tremendo desafío que han sido los doce anteriores y ello nos debe exigir tomar medidas audaces y que validen nuestro compromiso con el proyecto y con Ustedes.

Personalmente, y de manera voluntaria les comunico trabajaré gratis para la Compañía un mes durante los próximos doce meses, es decir, reduciré mi nómina mensual un 8.33% todos los meses entre julio de 2009 y junio de 2010. Es mi compromiso adicional con los accionistas y nuestro proyecto, traído al terreno más personal, es algo que hago de manera voluntaria y quiero que sepan que no me da lo mismo y donde invito a sumarse a todo mi equipo directivo en el sentido más amplio del término y a sus colaboradores, aún a sabiendas que en 2009 hemos congelado subidas salariales y no ha habido bonuses. No tengo dudas que cuando los buenos tiempos vuelvan - y volverán - nuestro Consejo de Administración a través de la recomendación de su Comité de Remuneración y Nombramientos sabrá recompensarlo.

Y ya que acabo de mencionar al Consejo de Administración, me gustaría referirme al mismo. Saben que una de las ambiciones que tenía hace unos años cuando le estábamos dando forma a Service Point era tener un núcleo de accionistas institucionales y corporativos estables y comprometidos con nuestro largo plazo. Eso que ya empezamos a conseguir hace unos años se ha consolidado y hemos conformado un Consejo de Administración con consejeros independientes y dominicales. Como siempre ocurre cuando trabajas con profesionales de éxito se pueden producir bajas al tiempo que persigues los mejores perfiles para tener un gobierno corporativo con intereses equilibrados entre los diferentes constituyentes.

Hoy quiero agradecer a nuestros consejeros salientes, Juan Antonio Samaranch, Álvaro de Remedios y Aurora Catá, su esfuerzo, compromiso y buenos consejos. Algunos de ellos han formado parte de este Consejo desde los tiempos difíciles, su impronta y lealtad con la Compañía y con todos Ustedes nos dejan todo un manual de buenas prácticas, pero al tiempo que despidió a tres grandes profesionales quiero darle la bienvenida a otros tres grandes profesionales: Pedro Mateache, Carlos Cuervo-Arango y Ana Maria Llopis (el primero como consejero dominical en representación de nuestro primer accionista el fondo de inversión TviKap y los dos últimos como consejeros independientes).

Ya les anticipo aquí que sus trayectorias profesionales son más que acertadas para los tiempos que corren y para el extenso uso que haremos de ellas, en las semanas en las que he tenido la oportunidad de hablarles de nuestro proyecto, con sus atractivos y aciertos, preocupaciones y puntos débiles me he encontrado con tres personas brillantes que han hecho muchas preguntas, en algunos casos comprometidas y difíciles, no tengo dudas que su involucración en esta fase será para bien de Service Point.

Quiero también destacar que el Consejo de Administración de forma unánime ha decidido nombrar a Pedro Navarro vicepresidente del mismo, y aquí agradezco toda la dedicación que pone al servicio del proyecto. Hay mucha tarea por delante y ahora más que nunca un Consejo de Administración que gobierne con firmeza nuestra dirección es clave. El Consejo de Administración también ha querido ser sensible con los tiempos que vivimos y vive la Compañía y ante sus peores resultados ha decidido voluntariamente reducir su remuneración un 30%.

Hasta ahora, he repasado las decisiones adoptadas, la dureza del entorno, el desafío de los próximos doce meses y las medidas personales que pretendo poner en marcha junto al equipo directivo. Ahora me toca hablar de Ustedes, los propietarios de Service Point, desafortunadamente el Consejo de Administración ha considerado en bien de la Compañía que la mejor decisión que podía tomar pasa esta vez por no pagar dividendo con cargo a los resultados 2008 ante la exigüidad de los mismos y la incertidumbre de estos tiempos, rompiendo la dinámica que establecimos hace unos años al pagarlos por primera vez en su historia.

Nuestro compromiso está en que ésta sea una medida transitoria y para paliarla hemos adoptado dos decisiones de importante calado. Por un lado, hacer una ampliación de capital liberada de 1x5 (es decir, una acción nueva por cada cinco existentes en circulación sin coste para el accionista) que sería equivalente a estar pagando un dividendo de casi €13m y que nosotros de hecho internamente denominamos dividendo a la carta, pues les permite decidir si quieren aumentar de manera gratuita el número de acciones de las que disponen bajando su coste fiscal o por el contrario vender los derechos que les correspondan y obtener unos ingresos libres de impuestos. Tenemos previsto realizar durante los próximos tres años tres ampliaciones de capital liberadas de esta magnitud. Asimismo, y de cara a retribuirles de manera indirecta, si la Junta lo aprueba amortizaremos un 2.7% de nuestro capital por lo que todos ustedes se beneficiarán como accionistas de estas dos medidas que en su conjunto suponen obtener una retribución muy atractiva.

Medidas como las anteriores ayudan al que está siendo un comportamiento bursátil muy atractivo y rentable para los accionistas en 2009, tras el nefasto comportamiento de nuestra acción en la segunda parte de 2008. Confío en que el trabajo duro diario y nuestro empeño posicionen a nuestra acción en el valor que reconozca nuestros esfuerzos, nuestra ambición para retomar la senda del crecimiento y, por tanto, el potencial general de Service Point como opción de valor a largo plazo.

Y para terminar, manifestarles personalmente que ante retos colosales como los que estamos viviendo los propósitos han de ser imponentes, estamos trabajando para hacer de Service Point una Compañía con ambiciones más claras y precisas, donde la virulencia económica siga agudizando el ingenio para poner mayor foco en la generación de resultados y que consecuencia de la reducción de costes sea más rentable aún con menos ingresos, que ponga todo su ímpetu en la generación de tesorería para continuar fortaleciendo su balance y que cuente con un equipo directivo que haya “sabido volver a casa tras ganar la guerra” demostrando dónde puede llevar a nuestra Compañía y servir a nuestros clientes.

Imaginen lo anterior y un entorno económico que recupere su crecimiento, les aseguro señoras y señores Accionistas, que estaremos ante un proyecto empresarial vibrante que generará retornos muy atractivos como los que nos marcamos como objetivo hace unos años y que nos habrá hecho ir por delante de donde estaríamos si no hubiéramos vivido las circunstancias actuales y adoptado las medidas que hemos adoptado.

Muchas gracias señoras y señores accionistas por su apoyo y comprensión, le cedo la palabra a nuestro Consejero Delegado, Rafael Lopez-Aparicio.

Discurso del Consejero Delegado

Buenos días Señoras y señores accionistas.

Les agradezco un año más el interés por su compañía y su presencia en esta Junta General de Accionistas de Service Point.

Quisiera compartir con todos ustedes no solo una valoración de los resultados del ejercicio pasado, sino darles especialmente visibilidad de que iniciativas estamos llevando a cabo, dentro de una economía en clara recesión, con objeto de obtener los mejores resultados posibles y posicionarnos de forma favorable para generar valor cuando el entorno comience a recuperarse.

La evolución de los datos ajustados (es decir aquellos que excluyen el impacto de eventos y costes no recurrentes resultantes del plan de reducción puesto en marcha en el 2008) permite ver que los fundamentos de su compañía se mantuvieron sólidos a pesar de un año complicado, gracias a la adopción urgente de medidas para afrontar la situación macroeconómica.

Hasta bien entrado el 2008, Service Point consiguió de forma continuada crecer y mejorar sus resultados - trimestre a trimestre - doce, para ser precisos. Dentro del marco de su estrategia; el desarrollo orgánico a través de la innovación en la oferta de servicios y crecimiento de cartera de clientes, junto con un importante componente adquisitivo.

Si bien esta estrategia es sólida y continua inalterada, el parón en los mercados y la crisis que envolvió la economía desde la mitad del año pasado afectó de forma importante la demanda por parte de nuestros clientes, ante lo cual dirigimos los esfuerzos para anticiparnos al máximo y adaptarnos a la nueva situación. La compañía reaccionó con rapidez. El énfasis se puso en la gestión más eficaz del negocio existente, la integración de las adquisiciones más recientes y la mejora sustancial del apalancamiento operativo.

Todo el plan de choque se centró en primer lugar en aquellas áreas que nos permitieran: 1) maximizar la generación de caja a 12-18 meses vista, 2) posicionar a la compañía para que la rentabilidad despegue cuando los mercados vuelvan, y 3) minimizar cualquier impacto negativo a corto especialmente en EBITDA. Ello ha supuesto el llevar a cabo una serie de acciones de reducción de costo que han penalizado los resultados del ejercicio, por su coste de implantación, pero permitirán posicionar la compañía en una mejor situación para afrontar los retos futuros.

La compañía cerró así el 2008 con unas ventas de 237,5 millones de euros, una cifra que supone un crecimiento del 13,1% respecto a 2007, y un EBITDA normalizado de 25,9 millones de euros, un 3,3% superior. Estos resultados reflejan la contribución de las compañías adquiridas en el 2008 que junto con el grado de renovación de contratos y la captación de nuevos clientes compensaron la disminución de la demanda.

El beneficio neto se situó en 1,3 millones de euros mientras que el beneficio neto ajustado fue de 5,3 millones, un 19% menos que en 2007. Los resultados anuales se vieron impactados por la depreciación de la libra esterlina, el dólar estadounidense y la corona noruega, así como por los gastos de implantación de la reestructuración puesta en marcha en la última parte del año, y que continúa en el primer semestre de 2009.

La deuda neta de la compañía se situó en los 79,4 millones de euros. La compañía hizo uso de su derecho de extensión en un año más del préstamo sindicado de 100 millones de euros liderado por Lloyds TSB Bank, cuyo vencimiento tiene ahora en un 90% su amortización en julio de 2012, y que está utilizado en un 70%.

Con respecto al ejercicio en curso, el primer trimestre experimento un aumento en la cifra de ventas en 4,8%. El negocio continuado a cambio constante reflejó no obstante una disminución del 4,7% con respecto al mismo periodo del 2008. El EBITDA experimento un ligero ascenso del 1%.

Durante la primera mitad de 2008 Service Point llevó a cabo cuatro adquisiciones; tres de ellas orgánicas, para reforzar su presencia en mercados existentes (dos en Benelux y una en Reino Unido) y una cuarta que nos ha permitido la entrada en Francia. Todas ellas de compañías muy establecidas y líderes en su sector, y que, con una buena base de clientes y partiendo de márgenes de EBITDA más bajos, ofrecen un buen apalancamiento tecnológico y de mejora de resultados.

UCAD N.V., Con sede en Alken, Bélgica tiene más de 30 años de experiencia en la prestación de servicios de procesamiento, gestión e impresión de datos e información para compañías de todos los sectores. Su situación geográfica hace que tenga una posición óptima de cara a los mercados del Benelux y Europa Occidental.

Reprotechnique S.A.S., adquisición del 51% de una de las compañías líder de reprografía digital de B2B en Francia, con una posición dominante en el area de Paris y centros en Marsella, Lyon y Lille. Service Point tiene la opción del 49% restante de acciones que puede ser ejecutado en el 2012.

KSB Groep B.V., adquisición del 100% de las acciones, es una de las principales empresas de reprografía digital en Holanda con servicios, de pequeño y gran formato, diseño gráfico, material de presentación y publicidad entre otros.

Chris Fowler Internacional Limited, adquisición del 100% de las acciones de la compañía británica, incluyendo sus filiales en Asia y Nueva York. La compañía es uno de los principales proveedores mundiales de servicios de impresión especializada al mercado de análisis financiero y un claro líder del mercado en Europa. La compañía opera en tres centros: Londres, Hong Kong y Nueva York. Además, CFI tiene acuerdos de colaboración cubriendo otros importantes centros financieros, como Moscu, Sidney, Johannesburgo o Escandinavia. Esta adquisición que se integra dentro de la estructura de Service Point Reino Unido, nos permite entrar en un mercado de enorme potencial como es el financiero.

Como les decía al principio, creo es importante el compartir con ustedes, cuales son los retos que su compañía está afrontando, como nos afectan, que estamos haciendo, y que podemos esperar del futuro más próximo.

Para ello me gustaría dejar claros tres conceptos básicos:

- i) La recurrencia de nuestro negocio
- ii) El efecto del apalancamiento operativo
- iii) Los vectores de crecimiento

El negocio de Service Point es recurrente en cuanto a que al ser un modelo de servicio directo a empresas de un producto como es la impresión o gestión documental, que forma parte de su día a día, las variaciones en ingresos están directamente relacionadas al volumen de actividad de cada cliente.

Todo proceso empieza con una idea o transacción que genera un ciclo documental. Desde su diseño y concepción hasta su gestión distribución y archivo. Service Point participa en ese ciclo ofreciendo servicios a sus clientes de Gestión documental, de impresión y distribución y de gestión de información. Aquí por ejemplo vemos algunos casos de clientes relevantes amparados bajo contrato plurianual.

Tanto la línea de cruceros CUNARD , como la Escuela de Negocios de Londres, CitiBank en el sector financiero o SHELL en el sector energético, han elegido a Service Point como proveedor de servicios que cubren sus necesidades del día a día. Desde imprimir itinerarios personalizados para cruceros de lujo (como el que aquí les enseñé), pasando por informes de analistas financieros, materiales educativos, de marketing o corporativos.

Las necesidades del cliente son muy recurrentes, pero el volumen fluctúa en tanto lo haga su propia actividad. Si la recesión afecta al sector energía, o disminuye la demanda de viajes de ocio, así lo reflejará el volumen de servicios y por consiguiente la cifra de ventas de Service Point.

Lo verdaderamente importante es que Service Point retenga a esos clientes satisfechos. Cuando la actividad se recupere, en tanto no se pierdan clientes, así lo hará la cifra de ventas. Ahí es donde está el valor del negocio.

El volumen de demanda de la base de clientes existentes hace un año refleja una bajada en su conjunto de aproximadamente un 20%. La tendencia parece haberse estabilizado. Lo que hace que nuestra cifra de negocios no obstante no refleje una bajada del 20% es por un lado la “GANANCIA DE NUEVOS CLIENTES” y con respecto a la primera mitad del año pasado, el efecto PERIMETRO de consolidación de adquisiciones.

Service Point continúa teniendo un excelente ratio de renovación de contratos de más del 90%. Hoy la tasa de ingresos bajo contrato supera el 45%. Este es otro importante factor de valor.

Hemos puesto en marcha al inicio de este año un agresivo plan de aceleración de ventas y captación de nuevo negocio. Este plan ha hecho aumentar los recursos dedicados a la actividad comercial directa en un 50%, incluyendo fuerza de ventas, asistencia de clientes y TeleMarketing.

Durante el año hemos venido anunciando nuevos contratos de clientes, como el de

NORDSTREAM en Alemania quien gestiona el proyecto del nuevo Gaseoducto del Mar del Norte.

También hemos anunciado alianzas importantes, como la de Hewlett Packard en España para proporcionar implantaciones dentro de casa del cliente, o la de AUTODESK en Estados Unidos, líder mundial de software para el diseño, bajo la que Service Point es un canal preferente para la distribución y soporte de su producto.

Quisiera también reseñar dos importantes activos de Service Point:

1. La diversificación de su cartera de clientes
2. Y la diversificación geográfica

Service Point ha trabajado de forma incansable en estos últimos años persiguiendo estos dos objetivos. Todo ello contribuye a una mayor estabilidad.

El nivel de Capex o inversiones en equipamiento en los últimos doce meses (es decir de Junio 2008 a Mayo 2009), se ha reducido en más de un 35%. De hecho a final del 2009 nuestro objetivo es haber reducido esta cifra en más de un 50%! Las fuertes inversiones realizadas en el año precedente nos permiten dirigir las nuevas inversiones casi en su totalidad a nuevos contratos de clientes o a nuevas instalaciones que mejoren nuestra eficiencia y productividad.

El Plan de reducción de costos iniciado en 2008 tenía previsto una reducción de plantilla a nivel de grupo del 13%, de hecho hoy, ya hemos revisado ese objetivo al alza para alcanzar el 15% en el 2009.

Nuestro coste operativo total para el 2009 tenía un objetivo (antes del impacto de costos de ejecución) de reducir la base a final de Diciembre en 13 millones de euros. Este objetivo hoy se ha ampliado con nuevas acciones que seguimos ejecutando, permitiéndonos extraer más de 17 millones de esa misma base en su comparativa de Enero a Diciembre.

Menos CAPEX y Menos COSTES significa más generación de CAJA. No obstante los costes totales de ejecución en el 2009 de todas estas acciones tenemos previsto consuman unos CINCO millones de euros.

Es importante también apreciar que estos ahorros y reducciones no lo son a costa de capacidad o nivel de servicio, sino al contrario de inversión y cambios en nuestro modelo y plataforma productiva.

Permítanme ilustrarlo con un ejemplo de nuestro nuevo Centro inaugurado este jueves pasado en Londres.

Ofreciendo la más amplia gama de servicios integrados capaz de cubrir todas las necesidades de los sectores más diversos con la última tecnología 24 horas al día ininterrumpidamente.

El nuevo centro de “Tower Bridge” consolida en un espacio de 3.300 metros lo que antes se producía en 4 centros distintos de Londres consiguiendo un ahorro anualizado de más de

500. Mil euros. Esta misma reestructuración se está llevando a cabo en todos los principales centros de Service Point.

Con un margen bruto estable a pesar de la presión en precios, de entorno al 68%, cualquier venta adicional que se pueda realizar usando la estructura y recursos existentes beneficia notablemente la rentabilidad. Este apalancamiento operativo, tras el ajuste de la base de costes realizada, nos permite ser más agresivos en captar nuevo negocio.

Cualquier empresa hoy está buscando como reducir costes y como flexibilizar el coste de su estructura. Todo ello redundando en un mayor interés en externalizar y en nuevas propuestas de valor.

Service Point está posicionada de forma única para capitalizar de esta tendencia.

En síntesis, con un negocio intrínsecamente recurrente, una diversificación de riesgo de ingresos favorable, una base de costos y apalancamiento operativo muy mejorado y un esfuerzo importante en la captación de nuevos clientes y ventas. Pensamos que su compañía está; i) en el camino correcto para afrontar los retos actuales con éxito y ii) posicionada para una mejora significativa de resultados cuando el entorno se recupere.

No quisiera terminar sin decir unas palabras acerca de nuestro equipo mundial.

Estos tiempos difíciles requieren un renovado compromiso por parte de todos y cada uno de sus integrantes. La dedicación debe ser total para con energía imprimir a nuestras acciones la intensidad máxima. Service Point cuenta en la actualidad con un equipo plenamente comprometido y dedicado que se ha visto sensiblemente reforzado en 2008.

Desde aquí quiero dar las gracias a todos y pedirles ese renovado sacrificio.

Es el compromiso de todos lo que permitirá redoblar el esfuerzo de este equipo que tenga el honor de liderar, y que conducirá a su Compañía en la senda de la rentabilidad y el crecimiento.

Señoras y señores accionistas, les agradezco en nombre de todos de nuevo su apoyo y confianza.

Muchas gracias