



**Mercado Alternativo Bursátil**

Palacio de la Bolsa  
Plaza de la Lealtad, 1  
28014 Madrid

Madrid, 4 de Junio de 2014

**HECHO RELEVANTE: NPG TECHNOLOGY, S.A.**

**Asunto: Presentación exhibida en el Foro Med Cap Madrid 2014**

Muy señores nuestros:

En cumplimiento de lo dispuesto en la Circular 9/2010 y para su puesta a disposición del público como hecho relevante, adjuntamos la presentación utilizada por la Compañía el pasado 27 y 28 de mayo de 2014 en el Foro Med Cap celebrado en el Palacio de la Bolsa de Madrid.

Asimismo, ponemos en su conocimiento que la presentación utilizada en el mencionado Foro no se encuentra actualizada con la información incluida en el Hecho Relevante publicado por la Compañía el 27 de mayo de 2014.

Quedamos a su disposición para cuantas aclaraciones consideren oportunas.

Enrique Cosío Sánchez  
Presidente del Consejo de Administración



**NPG**®

Tecnología para Todos

v13



Foro MedCap Mayo 2014

# ¿Quiénes Somos?

- **Enrique Cosío** es Ingeniero Técnico de Telecomunicaciones con 35 años de experiencia en el mundo de la electrónica
- **1989:** Distribuye e introduce en España componentes electrónicos de marcas americanas y asiáticas, hoy líderes en el mercado. Esto le valió numerosos contactos y alianzas tecnológicas, que a día de hoy mantiene, y que fueron claves en el desarrollo del sector de las telecomunicaciones en España y Sudamérica.
- **1996:** Crea NPG y se asocia con una multinacional Americano-China, abriendo oficinas en España, Francia, Portugal, Alemania e Italia y siendo el principal accionista para Europa.
- **1997 y 1998:** Lidera el **sector de las Telecomunicaciones** (Modem Fax), siendo **nº 1 en ventas en España, Portugal y número 3 en Francia.**
- **1998:** junto a Telefónica como proveedor de hardware (módem), desempeñó una importante labor en el desarrollo del ADSL y de Terra.
- **2002:** Empieza su singladura en solitario con NPG
- **2009 - 2011: N°1 en ventas de TDT en España.**
- **Proveedor mayoritario de los TDT** vendidos a la **Administración Pública.**
- **2011:** Comenzamos en el mundo de la televisión LCD y LED, con la **apertura de la fábrica** de ensamblaje en Torrejón de Ardoz.
- **2012:** Inauguramos nuestra propia planta de producción e I+D+I en China.
- Actualmente nuestra red comercial opera en **Europa, Latinoamérica y China**, con sedes en **España, Colombia y Cantón.**
- En el conjunto del grupo NPG trabajan 152 personas de forma permanente y hasta 300 de forma eventual.

## ✓ Alianzas Tecnológicas

Mantenemos fuertes alianzas con los principales multinacionales de chipset y software.



## ✓ Licencias



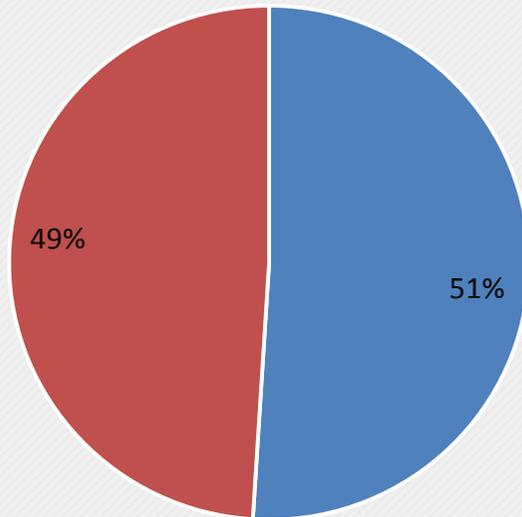
## ✓ Estándares y Respeto al Medio Ambiente

Cumplimos con todos los estandares y certificaciones internacionales.



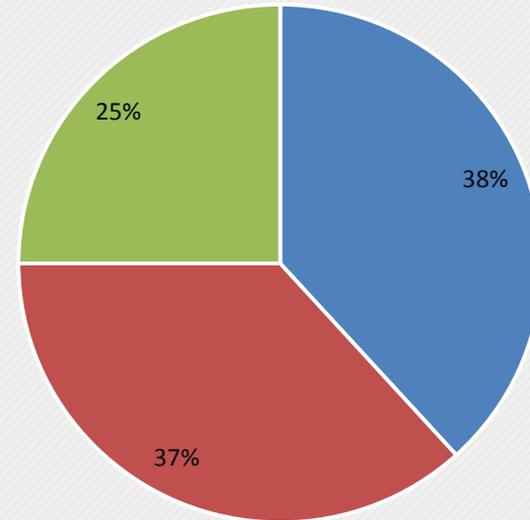
# Estructura Accionariado NPG

Antes de Inversión



■ DFC Group ■ Inversiones Norcen

Después de Inversión  
(\*Valores aproximados)



■ DFC Group ■ Inversiones Norcen ■ MAB

- Tanto Dfc Group BVBA como Inversiones Norcen S.L. son sociedades controladas al 100% por Enrique Cosío

# Ventajas Competitivas

- NPG, líder y primer fabricante de Televisores Smart TV con sistema Android
- La Smart TV de NPG es personalizable y se adapta a cualquier cliente y mercado
- Con Android, miles de aplicaciones gratis para su televisor
- La televisión conectada está siendo la tendencia en los próximos años
- Único fabricante español con I+D+I propio, con 15 ingenieros (más del 10% de la plantilla)
- Único con fábrica propia en China (Zhongshan) y en España (Madrid), siguiendo los estándares japoneses de control y producción
- Soporte y servicio post-venta local

Con la Smart TV de NPG tendrás



Lo Mejor de la Tele

Lo Mejor de Internet

SmartTV

# ¿Dónde Estamos?

**NPG**  
PRÓXIMAMENTE  
SUDAMÉRICA



## DFC Portugal

- ✓ Delegación Comercial



## DFC Francia

- ✓ Delegación Comercial



## NPG China (Asia)

- ✓ Ventas y Marketing
- ✓ Ingeniería (I+D)
- ✓ Superficie Total 1.810m<sup>2</sup>
- ✓ Capacidad de Producción 120.000 uds/mes
- ✓ Empleados 100

### En Proceso

- ✓ Cadena de montaje SMT con 2 líneas de última generación
- ✓ Implementación de la línea para montaje de Paneles TFT LED partiendo de OPEN CELL



## Central NPG España (Europa)

- ✓ Ventas y Marketing
- ✓ Ingeniería (I+D)
- ✓ Servicio Técnico y Call Center
- ✓ Superficie Total 6.690m<sup>2</sup>
- ✓ Capacidad de Producción 90.000 uds/mes
- ✓ Empleados 60 – 110
- ✓ Capacidad de Almacenaje 1.330 pallets

# Nos Centramos en Productos de Gran Consumo



Televisores LED  
Smart TV / Plasma



Smart TV Box



Tablets y  
Smartphones



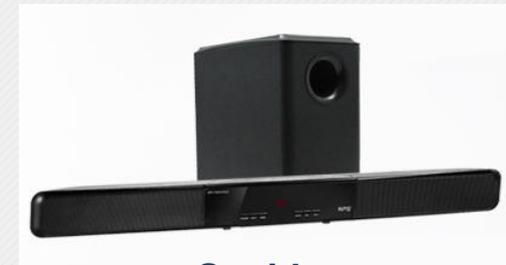
Receptores TDT



DVD y TV Portátil



Multimedia



Sonido y  
Home Cinema

# Diversificada Cartera de Clientes y Baja Concentración



Top 10 Ranking Clientes 2011-13	
Nombre	%
El Corte Inglés, S.A.	18,85
Ticnova Quality Team S.L.	10,95
Alcampo S.A.	9,85
Telecor S.A.	5,56
Alcampo Portugal	3,60
Bricodis S.A. (AKI)	2,55
Informática Megasur, S. L.	1,60
Carrefour S.A	1,52
Bcm-bricolage S.A.	1,31
Leroy Merlin S.L.U.	1,23

Evolución Cartera Clientes 2011-13	
Año	Cartera Clientes
2010	243 Clientes
2011	292 Clientes
2012	271 Clientes
2013	284 Clientes

- **Periodo Medio de Cobro – 45 Días fecha factura**
- **Morosidad 0%** - las ventas a crédito están aseguradas; si el riesgo no está cubierto por la compañía aseguradora, se vende con pago adelantado.

# NPG en los Medios



## Promoción en Prensa

Media De Lectores Diarios: más de **250.000 personas** ven nuestros anuncios

Somos líderes en las promociones que la prensa española realiza para sus lectores.

### Razones:

- ✓ Precio competitivo.
- ✓ Calidad. Es crítico para el medio de comunicación ya que para ellos, es una fórmula de fidelización y no una vía de ingresos (los equipos y el servicio de baja calidad les generan reclamaciones).
- ✓ Los grupos editoriales españoles son potenciales prescriptores de NPG en Latinoamérica.



## Otros Medios

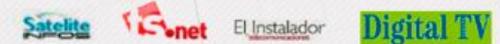
### Revistas Informática



### Revistas Profesionales De Informática



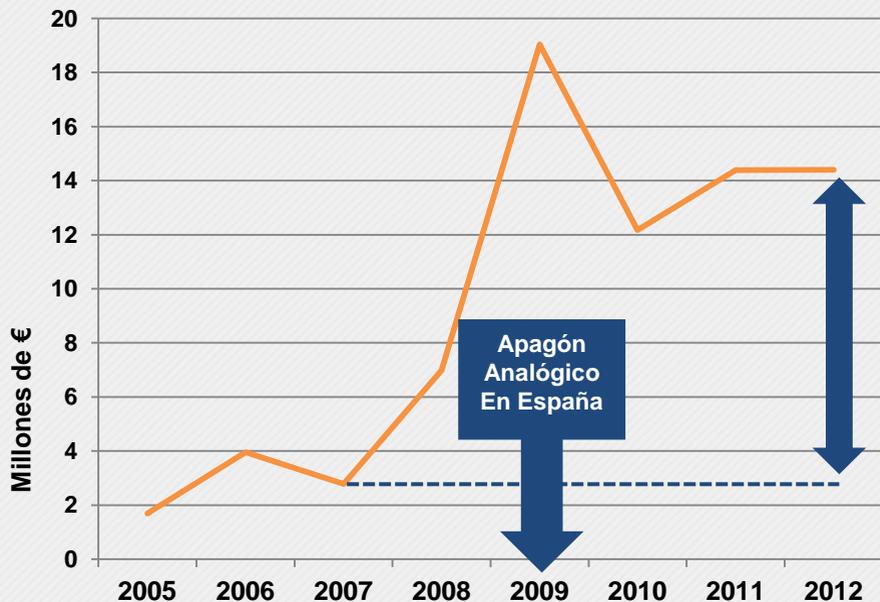
### Revistas Sector Telecomunicaciones



### Revistas Profesionales Electrónica De Consumo



# Líderes en el Apagón Analógico Español - Evolución de Ventas

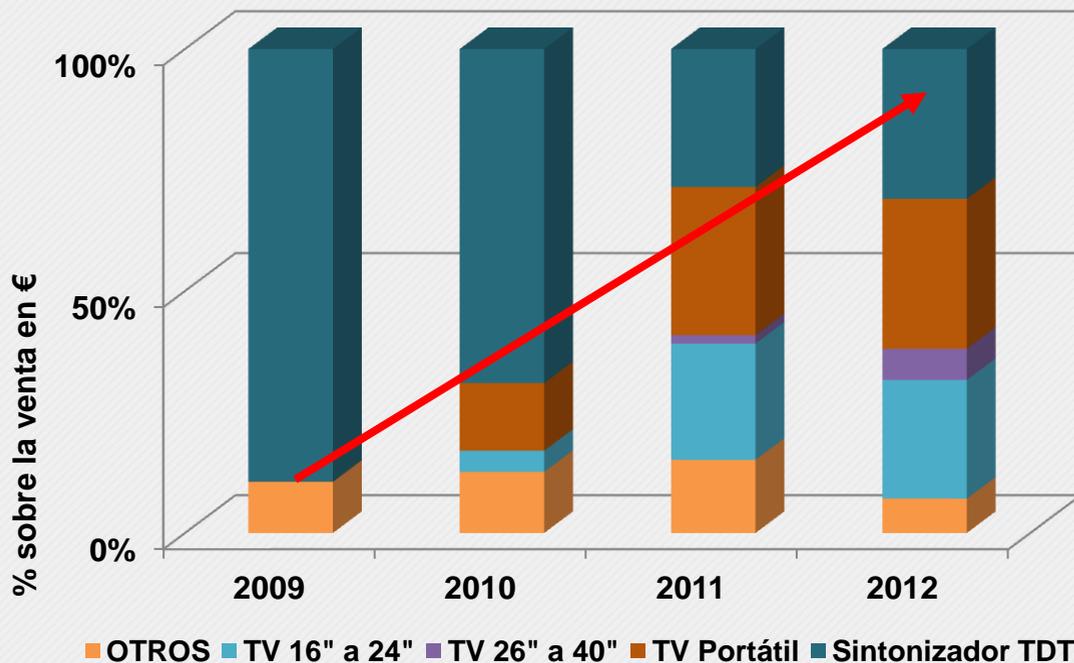


**Nº 1 EN VENTAS DE TDT**



Evolution of Sales of TDT of the Main Manufacturers (M€)	2008 (Total/TDT)		2009 (Total/TDT)	
<b>Personal Grand Technology (NPG)</b>	<b>6,98</b>	<b>5,6</b>	<b>19</b>	<b>17,5</b>
Engel Axill	37,44	9,3	56	16,7
Philips Ibérica (Consumo y Estilo de vida)	445	15,3	254	15,2
Gigaset Communications Iberia (Siemens-Gigaset)	34	15,4	42	12,8
Worldwide Sales Corporation (Best Buy)	16,32	6,14	27	12,11
Afax Suns (Sunstech)	28,15	5,6	26	8,1
Blusens Global Corporation	70	10,5	100	5,9
Lineas Omenex Metronic (Metronic)	7,07	5,2	9	4,2
Nevir	19,8	1,56	20	3,76
Fagor Electrónica	56	2,8	50	2,5
Infinity Sistem (Airis)	250	1,46	250	1,67
Televés (División Consumo)	105,63	1,68	95,7	1,5
Sanyo	45	2,9	11,3	0,7
Hauppauge	4,2	0,5	4	0,5
Grupo ETCO (Fersey)	7,5	0,3	7,8	0,3
Dexxon Spain	4	0,2	3,5	0,17

# Evolución del Mix de Ventas



✓ El salto en la compañía se produjo aprovechando el apagón analógico en España.

✓ Inmediatamente nos introducimos en el segmento de TV.

El resultado ha sido:

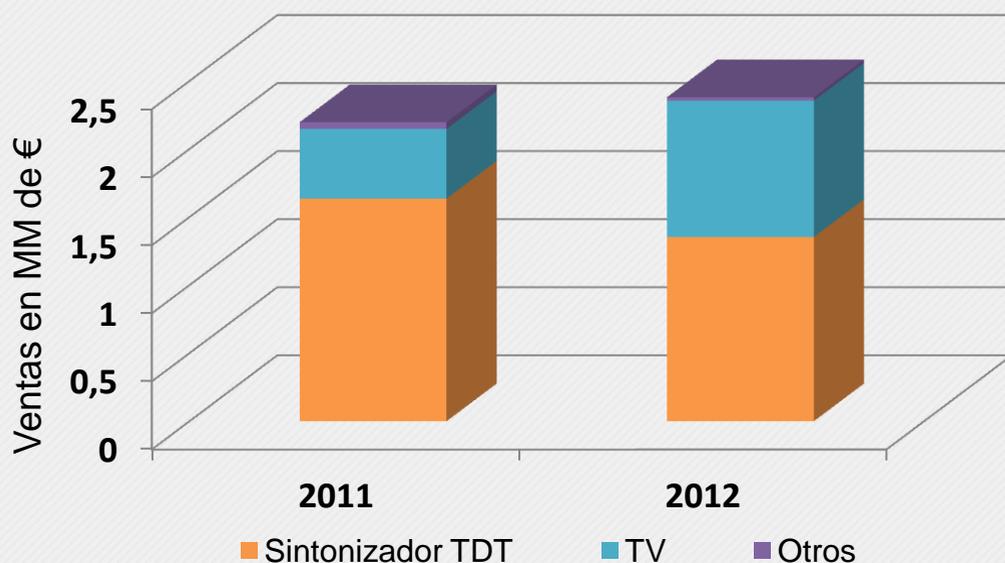
✓ Duplicar facturación respecto a 2008.

✓ Introducirnos en un segmento de negocio mayor y más estable a medio y largo plazo.

✓ Hemos repetido con éxito nuestro planteamiento comercial durante el apagón analógico en Portugal.

# Nuestro planteamiento comercial, lo hemos repetido con éxito en Portugal

- ✓ El apagón analógico se ha realizado entre abril de 2009 y abril de 2012.
- ✓ Entramos a ese mercado con sintonizadores de TDT y TV'S, simultáneamente.

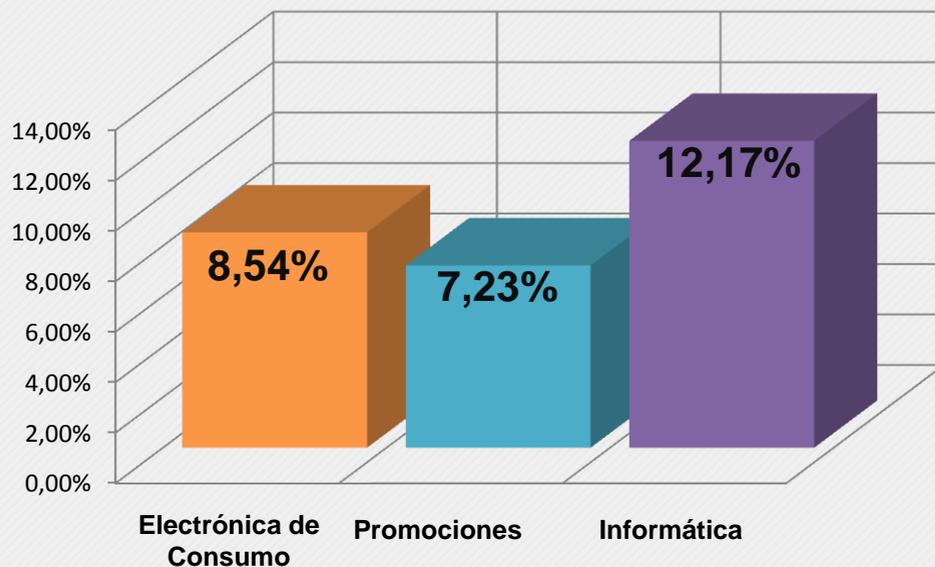


- ▶ En 2012 cambiamos el mix de ventas y **crecimos un 8%**.

\* Hay una diferencia importante entre Portugal y España: allí la TV de pago supone un 30% del mercado y mantiene un crecimiento sostenido. En ese aspecto, se parece más a América Latina que a España.

# Rentabilidad Sectores – Productos

**EBITDA Sectores 2011-2013**



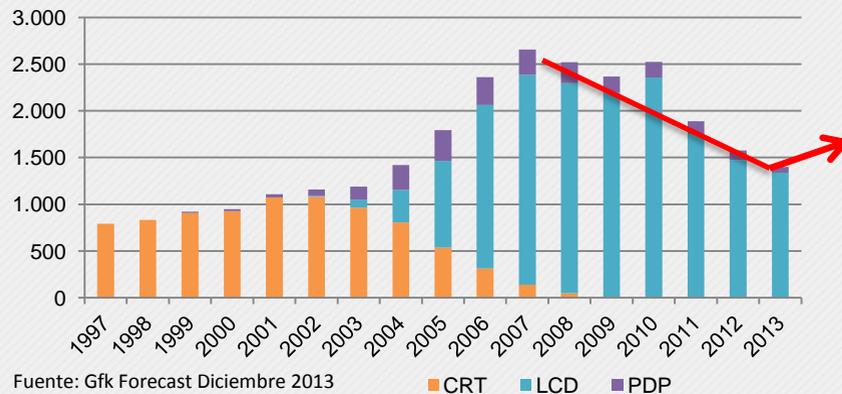
**Margen por Gama de Producto**

NOMBRE	MG BRUTO
Smart-multimedia	18,09%
TABLET PC	21,54%
SOUND BAR	13,29%
TV de 16" a 24"	13,75%
TV de 29" a 40"	12,89%
TV SMART	17,97%
TV PORTATIL	20,55%
TDT - SD	18,10%
TDT - HD	9,79%
MULTIMEDIA	20,02%

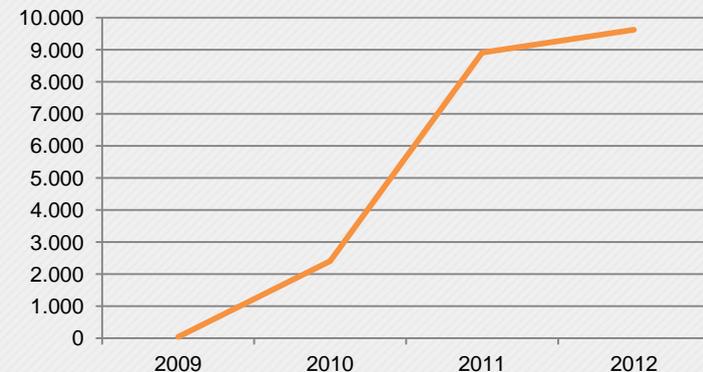
# Nuestra Competencia

- ✓ No son las grandes marcas.
- ✓ En España, el mercado de televisores es en un 73,3% de LG, Samsung, Sony y Panasonic.
- ✓ Tras ellos, hay multitud de competidores (Nevir, Thompson, Grundig, Blaupunkt, Haier, I-Joy, Hisense, Toshiba...) que, como máximo, tenemos un 2% del mercado. NPG compite con ellos con éxito: **crecemos en un mercado en contracción.**
- ✓ Validación del mercado en España, que ya ha tocado fondo y se sitúa en **1.300 millones de euros y 3,3 millones de aparatos.**

Evolución del mercado de TV en España (millones de €)



Evolución ventas TV de NPG (miles de €)



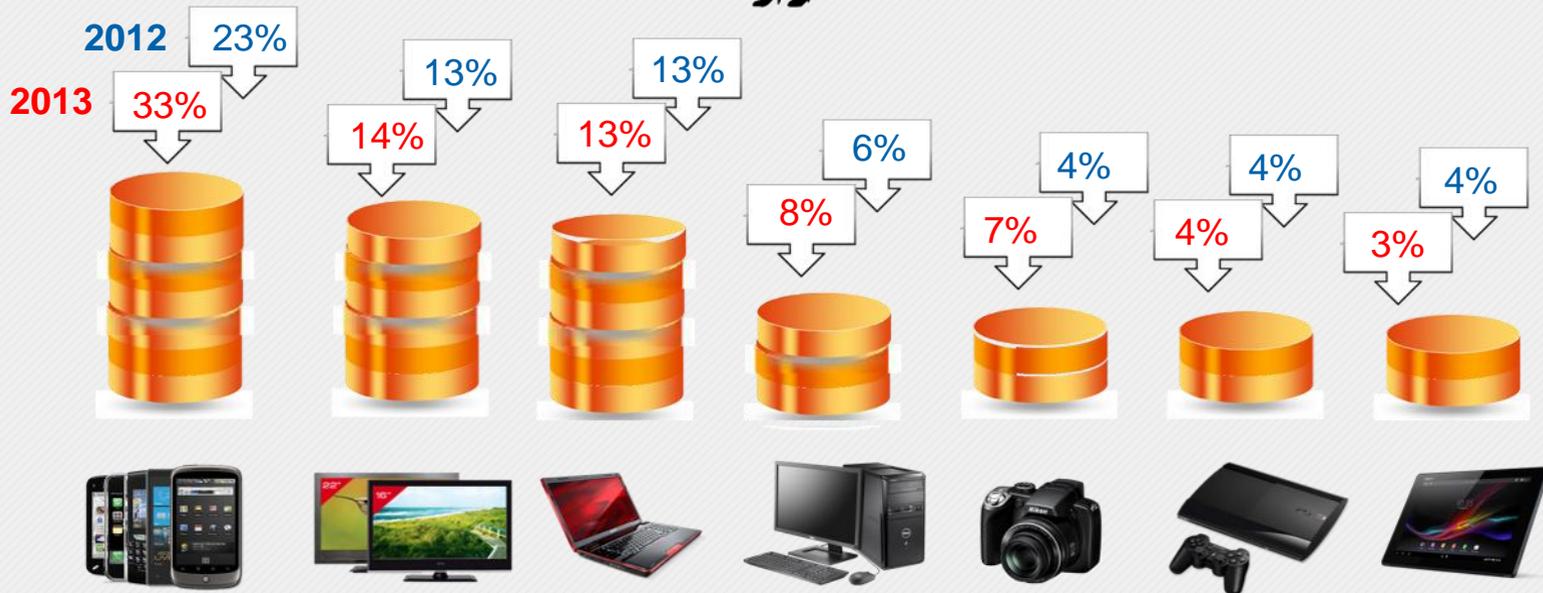
# Datos Globales de Mercado

Encuentro de Electrónica de Consumo / Ignacio López Olaondo



## 100% Gasto Tecnológico España 2013:

- 82% Hardware (TV, Telefonía, Ordenadores...)
- 18% Software



Fuente: GfK Forecast Diciembre 2013

PTV/FLAT

LCD

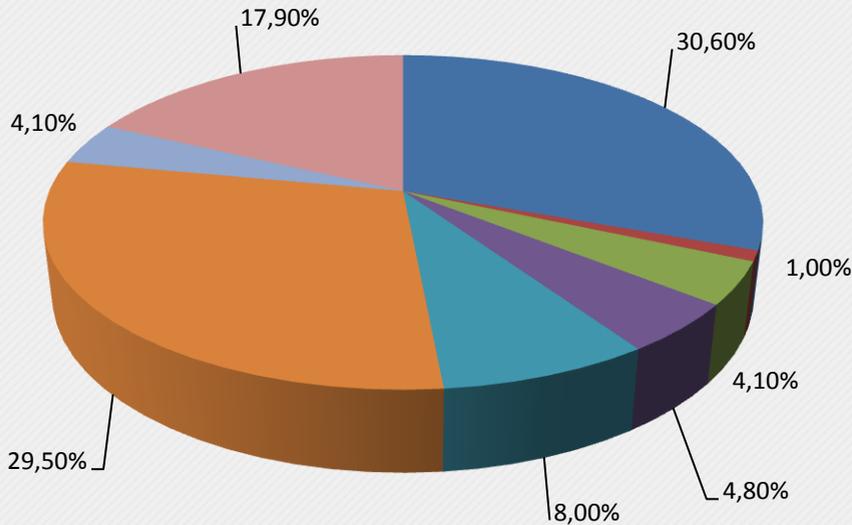
Unidades  
Segmentación MarcasPTV/FLAT  
18-23,9"

LCD

Sales Units %

## VENTAS TV 2013

■ LG ■ NPG ■ OKI ■ PANASONIC  
■ PHILIPS ■ SAMSUNG ■ SONY ■ OTHERS

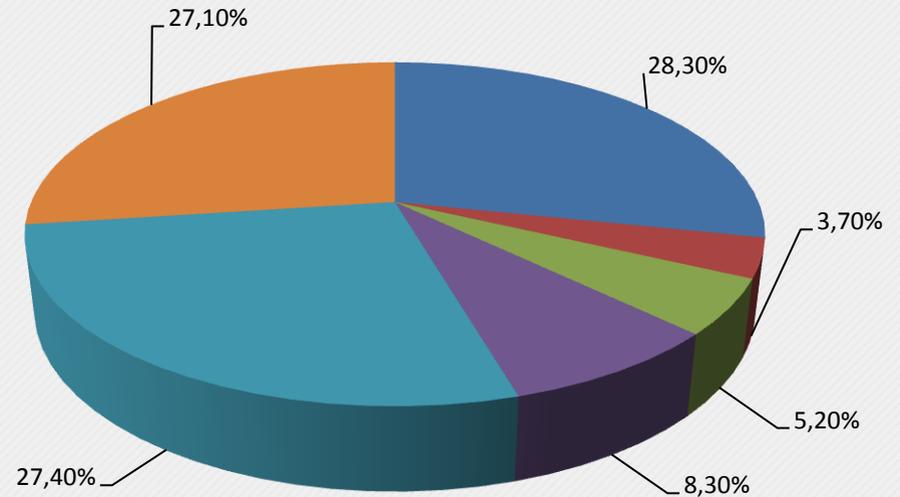


Desaparecen actores: **mercado mayor para NPG, que tiene el 1%. Posibilidad real de alcanzar el 5% dependiendo de la liquidez**, dado que tenemos:

- Demanda de mercado real
- Producto innovador en crecimiento
- Aportación de nuevos clientes (Worten, Grupo Darty, Mediamarkt...)

## VENTAS 2013 TV 18" - 24"

■ LG ■ NPG ■ OKI ■ PHILIPS ■ SAMSUNG ■ OTHERS



Más del 25% del mercado de **pequeña pulgada (18-24")** es para marcas pequeñas locales y **NPG tiene una penetración del 3,7%**.

Gráficos Adaptados según fuentes Gfk Forecast Diciembre 2013

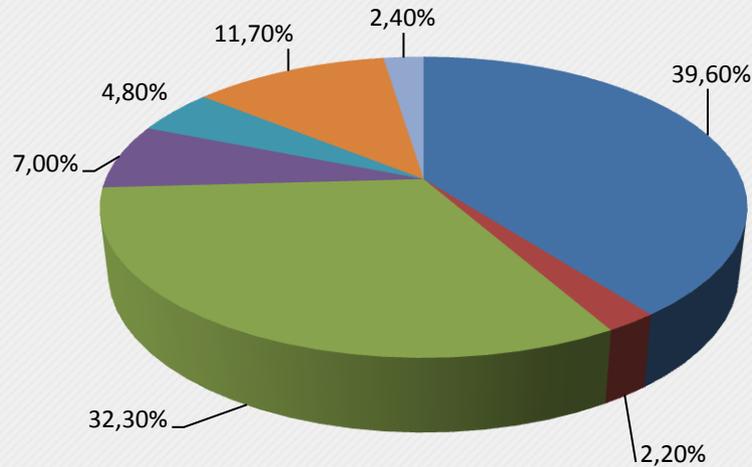
PTV/FLAT  
Smart TV

Spain

December 2013  
Sales Units %

## VENTAS 2013 SMART TV

■ LG ■ NPG ■ SAMSUNG ■ SONY ■ PHILIPS ■ PANASONIC ■ OTHERS



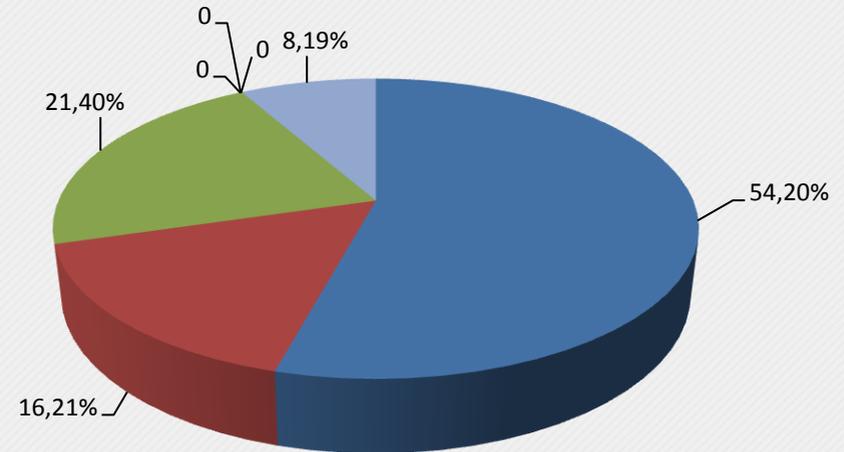
PTV/FLAT  
Smart TV

Spain

December 2013  
Sales Units %

## VENTAS SMART TV 2013 CANAL INFORMATICA

■ LG ■ NPG ■ SAMSUNG ■ OTHERS

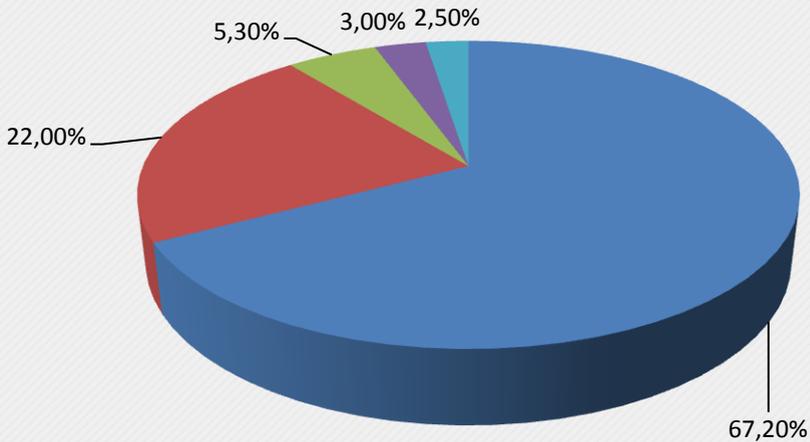


En la Smart TV, **NPG** empieza a aparecer junto a las cinco primeras marcas, con un 2,2% y una penetración muy fuerte (16%) en el canal informático.

Gráficos Adaptados según fuentes Gfk Forecast Diciembre 2013

## VENTAS 2013 SMART TV 18" - 24"

■ SAMSUNG ■ NPG ■ OKI ■ PHILIPS ■ OTHERS



La tecnología Smart va ganando terreno (33,2%). **La Smart TV de pequeña pulgada supone un 4%**, que se reparte entre Samsung y NPG, donde **NPG tiene un 22%**.

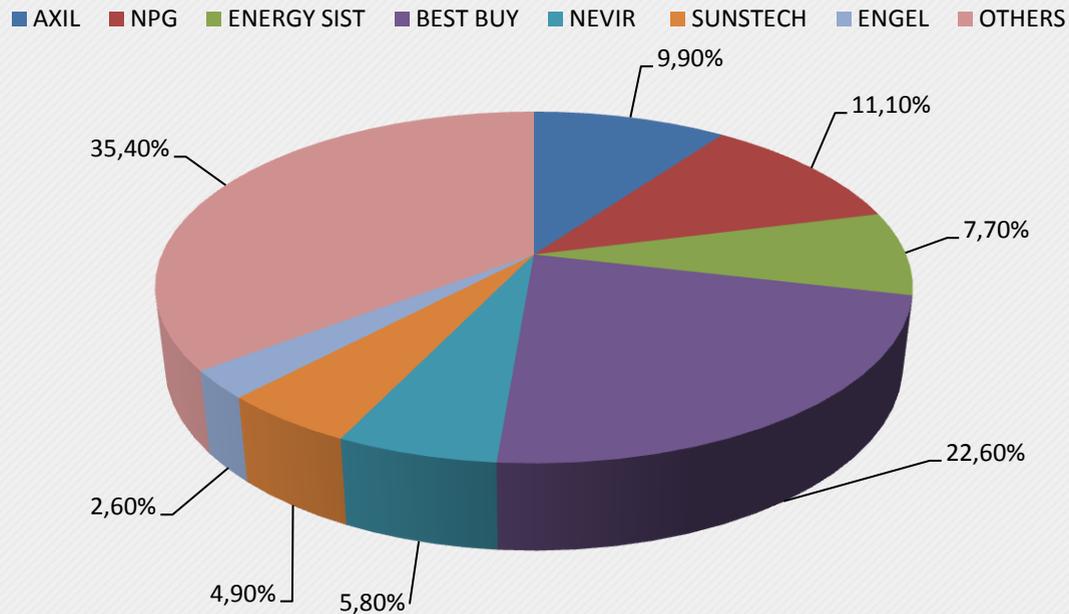
## EVOLUCION VTAS 2013 SMART TV 18" - 24"

■ SAMSUNG ■ NPG ■ OTHERS



NPG aparece en el mercado de la Smart TV en septiembre del 2013. El cuarto trimestre del año, NPG pierde temporalmente el mercado por el stand-by generado ante la salida al MAB, prevista para diciembre, y que lo vuelve a recuperar en el primer trimestre del 2014.

## VENTAS SET TOP BOXES 2013



En un entorno de **mercado de reposición estable de 1 millón de aparatos**, NPG tiene una **cuota del 11%**.



**NPG**

## Proyecto de Expansión



# Información General de Interés

- ✓ Toda Latinoamérica está implicada en un proceso de **cambio a la tecnología digital para TV** en los próximos años **por imperativo Gubernamental** lo que origina una **demanda forzada**.
- ✓ Según el cuadro adjunto, en 2017 unos **95 millones de hogares** tendrán acceso a la TDT y habrán sufrido el apagón analógico.
- ✓ La venta de electrónica de consumo en los países emergentes (China, India y Latinoamérica) **pasó del 37% del total mundial al 46%** en 2012 (Gfk para CES 2012).
- ✓ **El mercado de sintonizadores será muy importante por el significativo número de familias que no adquirirán un nuevo TV adaptado:** el público objetivo de la TDT en Latinoamérica se encuentra, en mayor medida, por fuera del sistema de crédito para el consumo y sus ingresos apenas cubren sus gastos básicos (Fuente: Horacio Gennari; CEO Business Bureau; 2012).
- ✓ Según datos de GFK, las **TV's HD son el 2º artículo de electrónica de mayor consumo**.

## EL APAGON ANALÓGICO EN AMERICA LATINA

2015	México, Uruguay
2016	Brasil
2017	Chile
2018	El Salvador
2019	Colombia, Venezuela
2020	Argentina, Perú, Bolivia, Ecuador
2021	Panamá, Honduras

	América Latina	España	Portugal <sup>1</sup>
Población	577	45	11
Nº de hogares	156	16	4
Ventas NPG apagón analógico	?	38	7
Ventas / Nº de hogares	?	2,375	1,75

Cifras en millones

<sup>1</sup> La venta de Portugal incluye previsión de 2013

Año del apagón + anterior y posterior

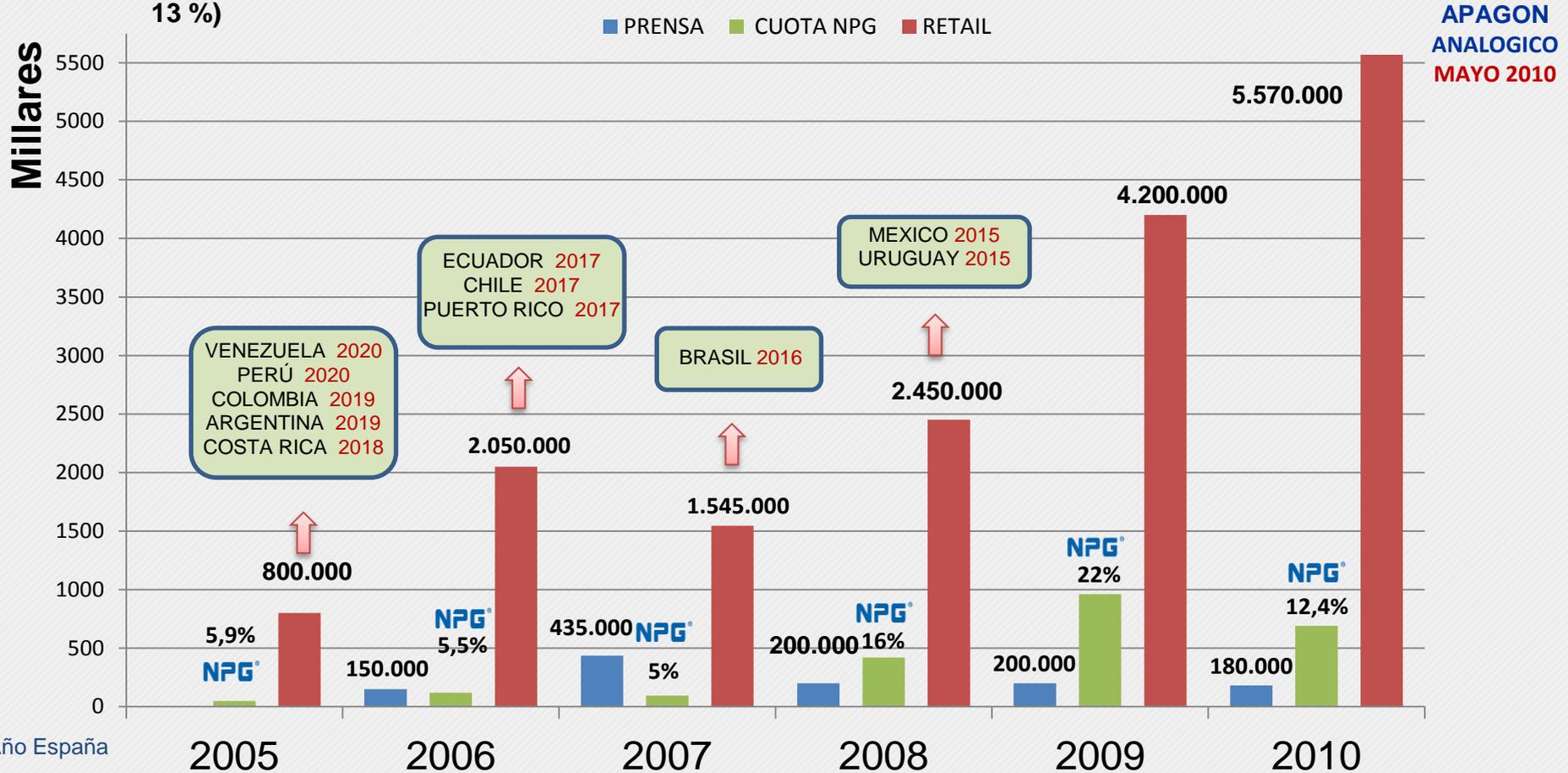
# Apagón Analógico, Una Oportunidad de Negocio

Correspondencia entre periodos de implantación España - LATAM

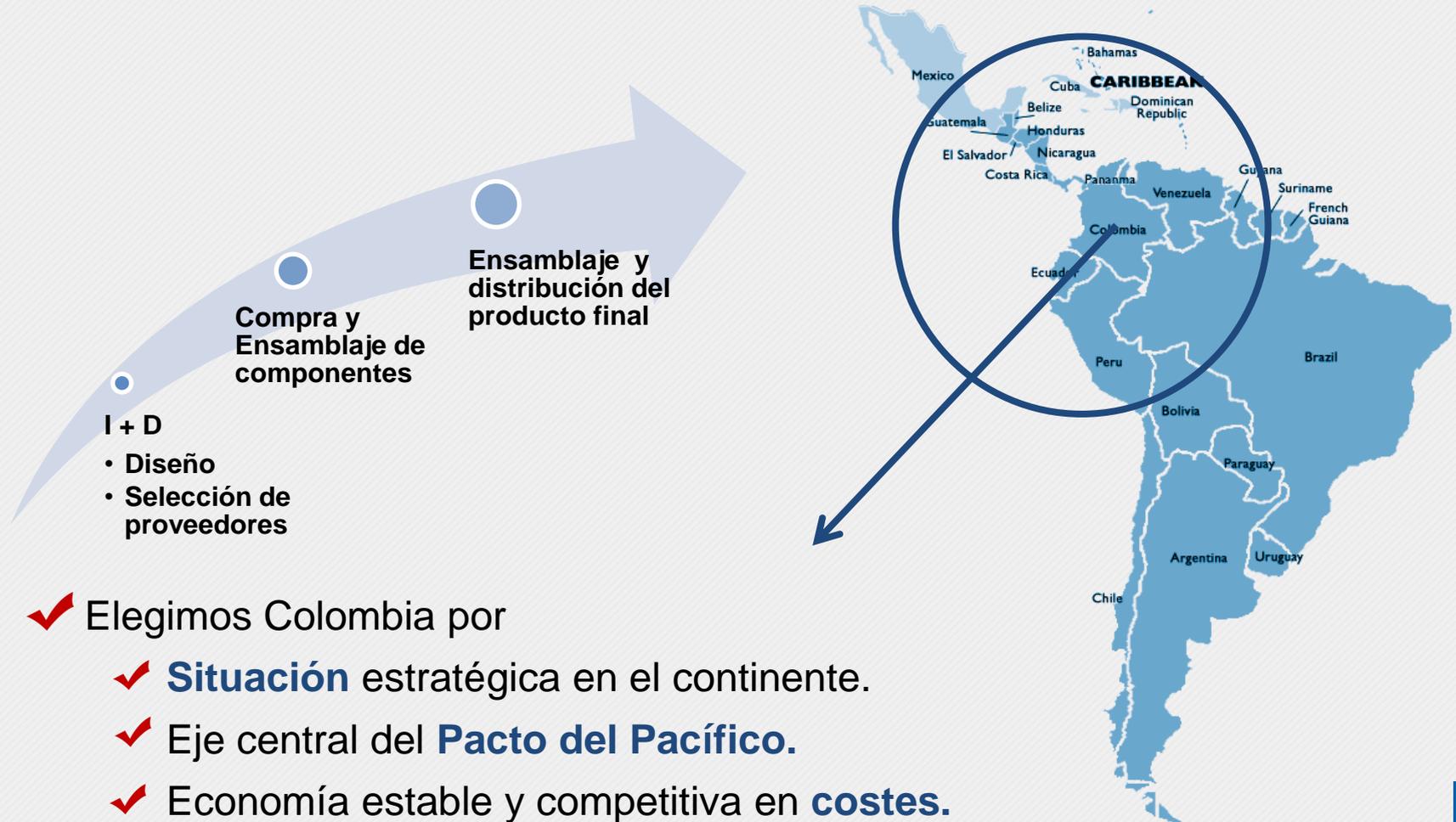
Ventas TDT en Prensa = **1.155.000 uds** (cuota NPG = 70 %)

\* Población España **46 M/Hab.**

Ventas TDT en Todos los Canales = **17.780.000 uds** (cuota NPG = 13 %)



# LATAM: Estructura de Operaciones y Sede en Colombia



# LATAM: Plan de Implantación Colombia

---

- ✓ **Salida al MAB y ampliación de Capital**, disposición de fondos.
- ✓ Automáticamente se confirman los pedidos de la maquinaria de la fábrica al proveedor de éstas en China y se pone en marcha la implantación de **la fábrica de Colombia** en la localidad de Calí.
- ✓ **Se firman los precontratos acordados con GDA.**
- ✓ Se **arrancan las producciones** correspondientes a las promociones iniciales de **GDA.**
- ✓ **A los 3 meses**, una vez estén las instalaciones terminadas, se **incorpora el personal** de la cadena de montaje para su formación.
- ✓ En **menos de 4 meses** la fábrica y el **negocio de LATAM** está **totalmente establecido** y en plenitud de funcionamiento.



# Implantación Fábrica Colombia

## Diagrama de Gantt – Fábrica NPG Colombia



# Notas Plan de Negocio

- ✓ Se ha hecho una estimación del mercado potencial en función de lo que puede asumir la estructura de NPG.
- ✓ Se contempla penetración leve en los países donde no existe fábrica.
- ✓ Tenemos en cuenta tres tipos de países por su interés/dificultad/riesgos /presencia.
- ✓ China se contempla casi residual, pensando en crecimientos de fases futuras.
- ✓ El negocio de LATAM se articula a efectos informativos en tres familias de productos, dirigido a estratos 2, 3 y 4 (clase media).
- ✓ Existen dos canales principales de venta:
  1. GDA (grupos de prensa). Ya existen preventas en tramitación.
  2. Grandes superficies y cadenas retail.

## GRUPO NPG CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (en miles de €)

Cifra de negocio	2014	2015	2016
NPG Europa	19.150	22.901	25.653
NPG Colombia / Latam	22.581	39.696	56.473
NPG China	4.000	4.200	4.410
<b>CIFRA DE NEGOCIO GRUPO</b>	<b>45.731</b>	<b>66.797</b>	<b>86.536</b>
<b>EBITDA</b>	<b>4.465</b>	<b>7.580</b>	<b>10.298</b>
Gastos Financieros	-1.174	-1.654	-2.097
Amortizaciones	-508 €	-574	-619
<b>BAI</b>	<b>2.783</b>	<b>5.352</b>	<b>7.582</b>
Impuestos	-1.047	-2.144	-3.100
<b>Resultado Neto</b>	<b>1.737</b>	<b>3.208</b>	<b>4.482</b>

## El plan financiero contempla:

- a) La ampliación de capital vía MAB se dedica a aportar al negocio de Colombia circulante y OPEX.
- b) Se estructura el circulante en días de venta y compra respectivamente. Se financia con bancos solo 30 días de compra y 30 días de ventas.
- c) Se contempla una caja operativa del entorno de 10-13 días de pagos, lo que es prudente.
- d) Se calculan necesidades de CAPEX y OPEX, que quedan cubiertas adecuadamente.

# Proyección Ventas LATAM

---

- ✓ Para la consecución del objetivo de ventas indicado, **NPG** cuenta actualmente con preacuerdos con el **Grupo Editorial GDA** para realizar, al menos, 4 de las 8 acciones promocionales de tecnología que tienen previsto hacer en los principales periódicos de Colombia, Ecuador, Perú y Chile, por un importe global de **entre 17 y 22 millones de USD**.
- ✓ Ya se dispone de **delegación comercial en Colombia para LATAM**, que actualmente mantiene reuniones con los principales grupos locales de Grandes Superficies (Grupo Éxito, Alkosto, Fallabella...), así como con diversas plataformas de distribución, tanto en Colombia como en el resto de países latinoamericanos.
- ✓ Realizado **Estudio de Mercado** (Royal Media Group) en un evento universitario en Bogotá – 163 encuestas - y en Cajicá (a 20 km de Bogotá) – 995 encuestas - sobre televisor Smart marca NPG, en estratos 2, 3 y 4. Resultado:
  - 54% de las familias compraría nuestro televisor y está de acuerdo con el precio exhibido.
  - 87% de los estudiantes compraría nuestro televisor, aunque, como es lógico en gente más joven, pagarían algo menos.
  - A la hora de comprar un TV, la **marca solo** incide en la **decisión** final en el **35%** de los casos.
- ✓ A continuación se detalla el origen de los fondos aplicados y el ciclo de circulante previsto.

# Proyección Ventas Consolidado

LATAM						EUROPA - CHINA					CONSOLIDADO						
1. ORIGEN DE FONDOS			2. CICLO CIRULANTE			1. ORIGEN DE FONDOS			2. CICLO CIRULANTE		1. ORIGEN DE FONDOS			2. CICLO CIRULANTE			
Amp. Capital	5,5 MM €		Cifras en Miles de €			Exsitencias	5,5 MM €		Cifras en Miles de €		Exsitencias	5,5 MM €		Cifras en Miles de €			
Financ. Exter.	0,75 MM €		Margen Bruto 15%			Financ. Exter.	1,00 MM €		Margen Bruto 15%		Financ. Exter.	1,75 MM €		Margen Bruto 15%			
Total Fondos	6,25 MM €		Margen Neto 3,8%			Total Fondos	6,50 MM €		Margen Neto 3,8%		Total Fondos	12,75 MM €		Margen Neto 3,8%			
stock	New PO 30%	Out China 70%	Llegada Fabrica	Venta cliente	stock	New PO 30%	Out China 70%	Llegada Fabrica	Venta cliente	stock	New PO 30%	Out China 70%	Llegada Fabrica	Venta cliente			
Ene. Q1	6.250	1.875			6.500	1.950				12.750	3.825						
Ene. Q2																	
Feb. Q1			4.375				4.550					8.925					
Feb. Q2																	
Mar. Q1																	
Mar. Q2																	
Abr. Q1	6.488	1.946		7.188	6.747	2.024		7.475		13.235	3.970			14.663			
Abr. Q2																	
May. Q1			4.541				4.723					9.264					
May. Q2																	
Jun. Q1																	
Jun. Q2																	
Jul. Q1	6.734	2.020		7.461	7.003	2.101		7.759		13.737	4.121			15.220			
Jul. Q2																	
Ago. Q1			4.714				4.902					9.616					
Ago. Q2																	
Sep. Q1																	
Sep. Q2																	
Oct. Q1	6.990	2.097		7.744	7.270	2.181		8.054		14.259	4.278			15.798			
Oct. Q2																	
Nov. Q1			4.893				5.089					9.982					
Nov. Q2																	
Dic. Q1																	
Dic. Q2																	
TOTAL VENTAS LATAM					22.392	TOTAL VENTAS EUROPA-CHINA					23.288	TOTAL VENTAS CONSOLIDADO					45.680

TOTAL VENTAS 45,68 Millones de €

# Planta en China

## PRIMERA FASE:

### Ventajas Competitivas:

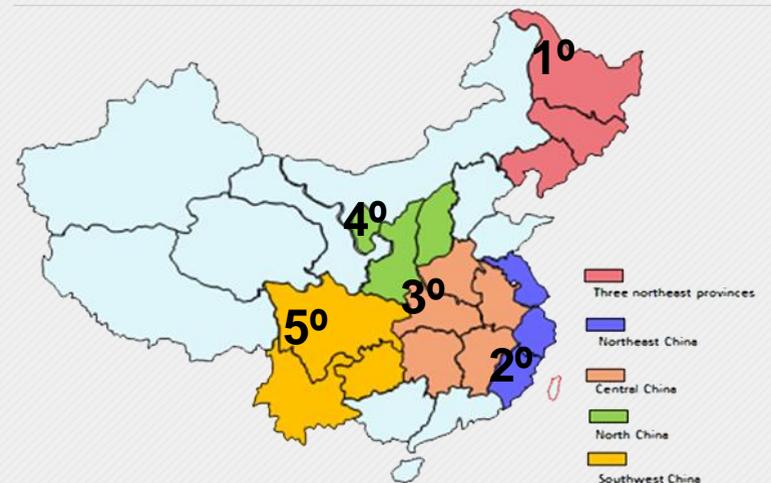
Al asumir la fabricación de las placas y los paneles Open-Cell, se produce un ahorro del 8%:

- ✓ 3% Para amortizar inversión
- ✓ 5% Ahorro neto imputable a la cuenta de resultados del Grupo.

## SEGUNDA FASE:

### Expansión comercial.

- ✓ Se realizará por fases (2015).
- ✓ Nos posicionaremos como marca europea.



# Cuentas Anuales España 2009 - 2013

## Balance de Situación General 2009 - 2013

DEFINICION	EJERCICIO				
	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013
<b>ACTIVO</b>	<b>2.009</b>	<b>2.010</b>	<b>2.011</b>	<b>2.012</b>	<b>2.013</b>
<b>A) ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>712</b>	<b>1.846</b>	<b>2.423</b>	<b>4.050</b>	<b>5.510</b>
Inmov. material.	674	1.816	2.363	2.753	2.587
Inmov. Intang y otros activos*	38	30	59	1.296	2.923
<b>B) ACTIVO CORRIENTE.</b>	<b>4.478</b>	<b>5.143</b>	<b>7.212</b>	<b>7.167</b>	<b>7.428</b>
Existencias.	1.462	2.943	4.061	2.944	4.742
Deudores com. y otras cuentas a cobrar	2.592	1.886	2.736	3.917	2.864
Efectivo y otros activos líquidos	424	314	414	306	-178
<b>TOTALACTIVO (A+B)</b>	<b>5.190</b>	<b>6.989</b>	<b>9.634</b>	<b>11.217</b>	<b>12.938</b>
<b>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>2.009</b>	<b>2.010</b>	<b>2.011</b>	<b>2.012</b>	<b>2.013</b>
<b>A) Patrimonio Neto (Fondos Propios)</b>	<b>1.534</b>	<b>1.411</b>	<b>1.797</b>	<b>3.213</b>	<b>3.646</b>
Capital	210	210	210	429	429
Prima de emisión y reservas	327	874	1.201	2.405	2.654
Resultado del ejercicio	998	327	386	379	563
<b>B) PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>343</b>	<b>1.189</b>	<b>1.320</b>	<b>1.772</b>	<b>1.880</b>
Deudas a largo plazo.	324	1.172	1.166	1.607	1.715
Pasivos por impuesto diferido.	18	17	154	165	165
<b>C) PASIVO CORRIENTE</b>	<b>3.318</b>	<b>4.389</b>	<b>6.517</b>	<b>6.232</b>	<b>7.412</b>
Deudas a c/plazo.	1.365	2.726	2.844	3.247	5.684
Acreed. com. y otras cuentas a pagar	1.953	1.663	3.673	2.985	1.728
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO(A+B+C)</b>	<b>5.195</b>	<b>6.989</b>	<b>9.634</b>	<b>11.217</b>	<b>12.938</b>

\*Aumento en 2012 debido a la fusión con DFC Group BVBA

## Pérdidas y Ganancias General 2009 - 2013

DEFINICION	EJERCICIO				
	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Perdidas y Ganancias</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Cifra de negocios	19.039	12.169	14.363	14.415	8.684
Aprovisionamientos	15.182	8.717	9.505	9.431	4.438
Gastos de personal	518	559	640	776	851
Gtos explot (Publicidad y SSEE)	1.903	2.230	3.025	2.950	1.963
Amort. del inmovilizado	54	70	157	222	206
<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>1.382</b>	<b>593</b>	<b>1.036</b>	<b>1.035</b>	<b>1.368</b>
Gastos financieros	165	155	397	442	549
Diferencias de cambio	-200	-29	88	90	14
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>35</b>	<b>-126</b>	<b>-485</b>	<b>-533</b>	<b>-564</b>
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>1.417</b>	<b>467</b>	<b>551</b>	<b>502</b>	<b>804</b>
Impuestos sobre beneficios	419	141	165	124	241
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>998</b>	<b>327</b>	<b>386</b>	<b>379</b>	<b>563</b>

Importe en miles de Euros

# Cuentas Agregadas Grupo 2013

## Balance de Situación General 2013

DEFINICION	EJERCICIO				
	ESPAÑA	PORTUGAL	FRANCIA	HONG KONG	AGREGADO **
<b>ACTIVO</b>					
<b>A) ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>5.510</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>1.580</b>	<b>5.360</b>
Inmov. material.	2.587	0	0	1.535	4.123
Inmov. Intang y otros activos	2.923	0	3	45	1.237
<b>B) ACTIVO CORRIENTE.</b>	<b>7.428</b>	<b>165</b>	<b>495</b>	<b>1.282</b>	<b>8.185</b>
Existencias.	4.742	0	261	1.271	5.288
Deudores com. y otras cuentas a cobrar	2.864	161	234	0	3.260
Efectivo y otros activos líquidos	-178	4	0	11	-163
<b>TOTALACTIVO (A+B)</b>	<b>12.938</b>	<b>165</b>	<b>498</b>	<b>2.862</b>	<b>13.545</b>
<b>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>ESPAÑA</b>	<b>PORTUGAL</b>	<b>FRANCIA</b>	<b>HONG KONG</b>	<b>AGREGADO **</b>
<b>A) Patrimonio Neto (Fondos Propios)</b>	<b>3.646</b>	<b>55</b>	<b>26</b>	<b>147</b>	<b>3.675</b>
Capital	429	5	5	188	429
Prima de emisión y reservas	2.654	-23	5	0	2.644
Resultado del ejercicio	563	73	16	-41	602
<b>B) PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>1.880</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1.535</b>	<b>1.880</b>
Deudas a largo plazo.	1.715	0	0	1.535	1.715
Pasivos por impuesto diferido.	165	0	0	0	165
<b>C) PASIVO CORRIENTE</b>	<b>7.412</b>	<b>110</b>	<b>472</b>	<b>1180</b>	<b>7.990</b>
Deudas a c/plazo.	5.684	66	281	192	5.684
Acreed. com. y otras cuentas a pagar	1.728	44	191	988	2.306
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO(A+B+C)</b>	<b>12.938</b>	<b>165</b>	<b>498</b>	<b>2.862</b>	<b>13.545</b>

\*Cuentas anuales de Portugal, Francia y Hong Kong sin auditar

\*\* Agregado después de ajustes intragrupo

## Pérdidas y Ganancias General 2013

DEFINICION	EJERCICIO				
	ESPAÑA	PORTUGAL	FRANCIA	HONG KONG	AGREGADO**
<b>Perdidas y Ganancias</b>					
Cifra de negocios	<b>8.684</b>	<b>2.672</b>	<b>1.377</b>	<b>3.286</b>	<b>13.575</b>
Aprovisionamientos	4.438	2.540	1.051	3.018	8.462
Gastos de personal	851	25	23	63	961
Gtos explot (Publicidad y SSEE)	1.963	17	284	259	2.524
Amort. del inmovilizado	206	0	0	0	206
<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>1.368</b>	<b>90</b>	<b>19</b>	<b>-54</b>	<b>1.422</b>
Gastos financieros	549	0	0	-13	536
Diferencias de cambio	14	0	0	0	14
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>-564</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>13</b>	<b>550</b>
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>804</b>	<b>90</b>	<b>19</b>	<b>-41</b>	<b>872</b>
Impuestos sobre beneficios	241	17	3	0	261
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>563</b>	<b>73</b>	<b>16</b>	<b>-41</b>	<b>611</b>

Importe en miles de Euros

# Proyecto Solidario / Patrocinio Deportivo



## Fundación INLADE

Es un centro especial de empleo sin ánimo de lucro, cuyo objetivo es mejorar la calidad de vida de las **personas con discapacidad intelectual (DI)** de Torrejón de Ardoz y su comarca, mediante su integración laboral.

Proyectos en los que participa **NPG**: Programa de **inserción laboral** de personas con discapacidad intelectual

## Fundación PRODIS

Es una institución sin ánimo de lucro, cuyo fin es mejorar la integración familiar, escolar, social y laboral de los niños y jóvenes con discapacidad intelectual.

### Proyecto Promotor

Inclusión Laboral de personas con discapacidad intelectual

## Patrocinios Deportivos

- ✓ Equipo **NPG** de doma clásica
- ✓ Patrocinio de concursos hípicos nacionales e internacionales



**NPG<sup>®</sup>**

**Tecnología para Todos**

[www.npgtech.com](http://www.npgtech.com)

