

Salvando vidas

Wszystko jest możliwe!

Informe de gestión por el semestre
Finalizado a 30 de junio de 2019

AmRest Holdings, SA
C/ San Vicente, 10, 28001 Madrid


AmRest



Indice

05. Información financiera (datos consolidados)
06. Perspectiva empresarial de la sociedad
17. Actividades de inversión priorizadas
18. Inversiones nacionales y más empresas clave
20. Transacciones y cambios significativos en 2018 (a fecha del informe)
26. Accionistas de Amiflex Holdings, SA
27. Divida externa
28. Cambios en los órganos de gobierno de la Sociedad Anónima
29. Variaciones en el número de accionistas y en las acciones por los miembros del Consejo de Administración
30. Transacciones de acciones propias formalizadas por Amiflex
31. Factores que impactaron a la evaluación del Grupo en 2018
32. Acciones y riesgos futuros a los que el Grupo está expuesto
38. Datos financieros de Amiflex, para el trimestre y semestre finalizados el 30 junio de 2018
60. Firma del Consejo de Administración

A man with a beard, wearing a plaid shirt and blue overalls, is kneeling in a workshop. He is holding a small, white, spherical object in his hands, showing it to a woman whose hands are visible in the foreground. The workshop is filled with various tools and equipment, including a large metal machine in the background and a large wooden workbench in the foreground. The scene is brightly lit, suggesting a well-lit indoor space.

Información

Servicios básicos proporcionados por el Grupo

En la fecha de publicación del Informe, Arifredi Holdings III (Arifredia) gestiona 8 marcas de restaurantes en 18 países de Europa y Asia Central, más de 47.000 empleados de Arifredi proporcionar un sabor delicioso y un servicio excepcional a precios asequibles, de acuerdo a nuestra cultura filantrópica (el *Michelin's*) (todo es posible).

A 31 de septiembre de 2018, Arifredi gestiona 1.799 restaurantes en tres cadenas de restauración: Restaurantes de comida rápida (QSR, por sus siglas en inglés) - KFC, Burger King, Piza Hut Delivery and Express, (Asia), Restaurantes de comida informal (CIR, por sus siglas en inglés), restaurantes con servicios completos de camareros - Piza Hut, La Tagliatella, Blue Frog y K&N y el segmento del Café representado por Starbucks.

Los restaurantes de Arifredi proporcionan servicios de catering en el sitio, servicios de entrega en tienda, servicios de entrega en automóvil en puntos especiales de venta (Drive Thru) y entrega de pedidos realizados por Internet o por teléfono. Los menús de los restaurantes de Arifredi incluyen platos de cocina elaborados con productos frescos, conforme a las recetas originales y a los estándares de las cadenas KFC, Piza Hut, Burger King, Starbucks, La Tagliatella, Blue Frog, K&N y Basco.

Arifredi es un franquiciado de Yum! Brands Inc. para las marcas KFC y Piza Hut. Desde el 1 de octubre de 2014, el Grupo (como franquiciado principal) tiene derecho a conceder licencias a terceros para dirigir restaurantes (subfranquicias) de Piza Hut Express, y Piza Hut Delivery en países de Europa Central y del Este, garantizando una determinada proporción de restaurantes dirigidos directamente por Arifredi. Los restaurantes Piza Hut adquiridos en Francia en mayo de 2017, en Alemania en julio de 2017 y en Rusia en junio de 2018 están dirigidos tanto por Arifredi como por sus subfranquiciados.

Los restaurantes Burger King operan como franquicia operando un contrato normalizado con Burger King Europe GmbH.

Los restaurantes Starbucks en Polonia, República Checa y Hungría están abiertos por empresas Arifredi Coffee (K2 % Arifredi y 18 % Starbucks), que tienen derechos y licencias para desarrollar y gestionar restaurantes Starbucks. Los restaurantes Starbucks en Rumanía y Bulgaria, Alemania y en Eslovaquia están dirigidos por el Grupo como franquicias.

La Tagliatella es una marca propia de Arifredi que entró a formar parte de la cartera en abril de 2011. Los restaurantes La Tagliatella están dirigidos tanto por Arifredi como por entidades que operan restaurantes como franquicias.

Las marcas Blue Frog y K&N se convirtieron en propiedad de Arifredi en diciembre de 2012, como resultado de la compra de una participación mayoritaria en Blue Horizon Hospitality Group LTD.

La marca Blauca presente en el mercado español fue adquirida por Amfied después de la fecha del balance, es decir, el 31 de julio de 2018, a Blauca Blotter, S.L. y G. Johann Espelhorven.

Actividad en el segmento de los agregadores

El 21 de marzo de 2017, Amfied firmó un acuerdo de licencia con Delivery Hero GmbH y Restaurant Partner Polska (RPP). Como resultado del acuerdo en la formalización de la transacción con fecha 21 de agosto de 2017, Amfied adquirió el 51 % de las acciones en RPP, convirtiéndose así en su accionista mayoritaria. RPP opera la plataforma FoodPortal.pl -un agregador que recopila ofertas de más de 2.500 restaurantes diferentes en aproxim. 100 ciudades en Polonia, que permite realizar pedidos de comidas por Internet con entrega.

El 17 de julio de 2018, Amfied firmó acuerdos para convertirse en accionista principal en Glomago28, S.L., con sede en Barcelona, España. El Grupo adquirió el 10 % del número total de acciones de Glomago (con efecto el 23 de julio de 2018).

Glomago es uno de los principales competidores en reparto de comida a domicilio del mercado digital español. Se trata de una aplicación que permite comprar, recoger y enviar cualquier producto dentro de la misma ciudad y simultáneamente. Cuenta con más de 1 millón de usuarios y 9.500 empresas asociadas. En España, el servicio se ofrece dentro del área metropolitana de 21 ciudades. A escala internacional, Glomago opera en las principales capitales europeas y EMEA, y también en 9 países de Latinoamérica (17 países en total).

Restaurantes de comida rápida (QSR)*



Constituida en 1952, la marca KFC es la cadena de restaurantes de comida rápida de pollo más grande, con mayor crecimiento y más popular. Actualmente, hay más de 20 000 restaurantes KFC en 125 países en todo el mundo.

A 30 de junio de 2018, el Grupo dirige 654 restaurantes KFC: 248 en Polonia, 88 en la República Checa, 51 en Hungría, 1 80 en Rusia, 17 en España, 24 en Alemania, 43 en Francia, 7 en Corea, 5 en Bulgaria, 7 en Croacia, 1 en Austria y 1 en Eslovenia.



Los inicios de Burger King se remontan a 1954. Hoy día, Burger King (antes de Bar Whoppers) opera alrededor de 19 000 restaurantes, donde sirven a unos 71 millones de clientes en 130 países cada día. Casi el 100 % de los restaurantes Burger King están dirigidos por franquiciados independientes, y muchos de ellos han estado gestionados durante décadas como negocios familiares. La marca Burger King es propiedad de B2 Capital.

A 30 de junio de 2018, Amfend opera un total de 50 restaurantes Burger King —42 en Polonia, 7 en la República Checa y 1 en Bulgaria.

Restaurantes en el segmento de los restaurantes de comida informal (CIR)*



La Tagareta surgió de la experiencia de más de dos décadas de especialización en la cocina tradicional de los regiones del Pomerania, la Liguia y la Baja Silesia. Durante el último ejercicio, la marca ha atraído a más de 5 millones de clientes, que han disfrutado de los sabores más auténticos de la cocina bávara.

A 30 de junio de 2018, Amfend opera 239 restaurantes La Tagareta —127 en España, 5 en Francia, 2 en Alemania y 1 en Portugal.



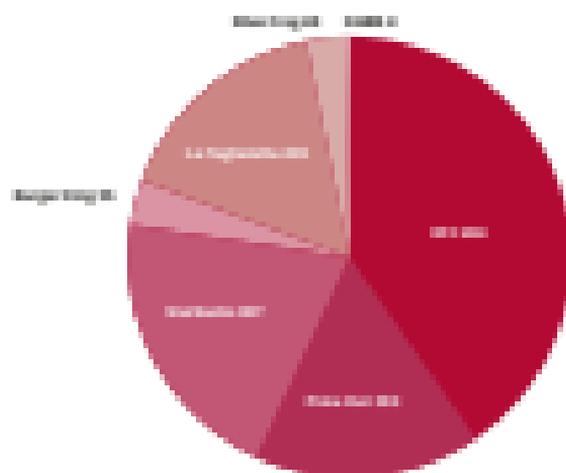
La incorporación de Blue Frog en Hospitality Group a la estructura de Amfend en 2012 mejoró la cartera de marcas del segmento de CIR con diferentes posiciones que operan en el mercado chino.

- Blue Frog Bar & Grill —restaurantes, que sirven platos a la parrilla de la cocina americana en una atmósfera agradable.
- K&B House Bar —restaurantes del segmento premium, que sirven platos de la cocina occidental y una amplia selección de vinos y bebidas.

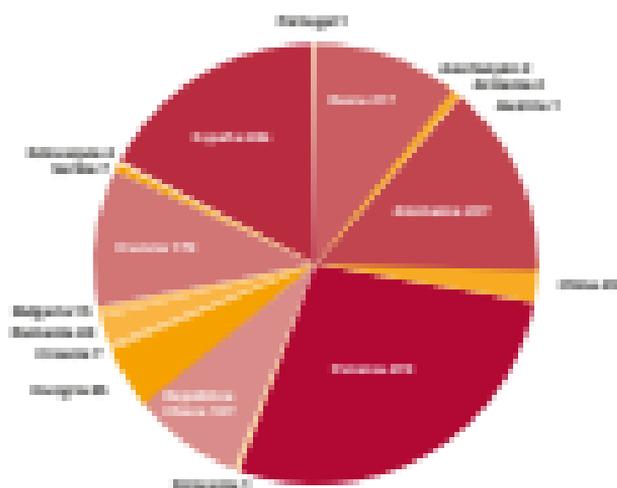
A 30 de junio de 2018, Amfend opera 18 Blue Frog (15 en China, 2 en España y 1 en Polonia) y 4 restaurantes K&B.

* Fuente: Amfend Group

Número de restaurantes del Grupo Asfóres desplegados por marcas a 30 de junio de 2015*

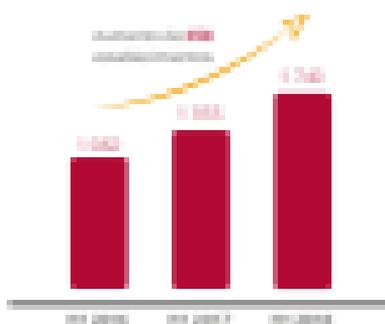


Número de restaurantes del Grupo Asfóres desplegados por países a 30 de junio de 2015*



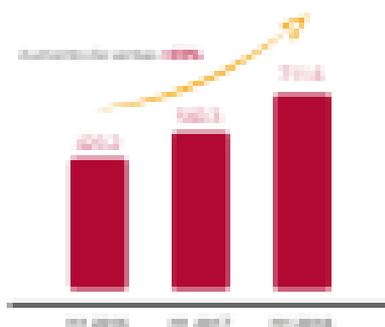
*Elaboración con base en el Sistema de Información de Negocios de Asfóres

Número de restaurantes del Grupo Asfariel a 30 de junio de 2016-2018

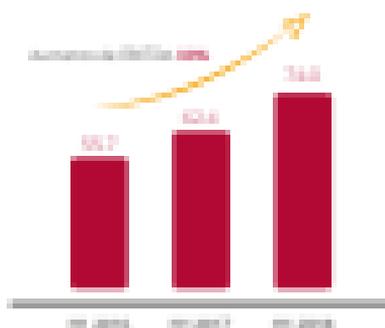


*El número de restaurantes incluye el restaurante Asfariel en Madrid, España

Ingresos del Grupo Asfariel para el semestre finalizado el 30 de junio de 2016-2018



EBITDA del Grupo Asfariel para el semestre finalizado el 30 de junio de 2016-2018



Importe neto de la cifra de negocios

El importe neto de la cifra de negocios consolidada del Grupo Acciflex creció un 27,2 % en el T3 2018 en comparación con el ejercicio anterior (de los 560,3 millones de EUR a los 711,6 millones de EUR). En el T3 2018, el importe neto de la cifra de negocios alcanzó los 564,2 millones de EUR, un 23,6 % más que en el T3 2017. El aumento incrementa de las ventas se vio impulsado principalmente por las sólidas tendencias de las ventas comparables en todos los mercados, el ritmo acelerado de nuevas aperturas (238 nuevos restaurantes creados en los últimos 12 meses), así como por la actividad de fusiones y adquisiciones del Grupo en 2017-2018. El importe neto de la cifra de negocios consolidada del Grupo, ajustado por el impacto de todos las fusiones y adquisiciones desde la adquisición de RKC en Alemania (marzo de 2017), ascendió a 520 millones de EUR en el T3 2018, lo que representa un crecimiento del 17,9 % durante el ejercicio.

El importe neto de la cifra de negocios de la división de Europa Central (EC) creció un 19,2 % en el T3 2018, alcanzando los 339,9 millones de EUR. Las tendencias positivas de ventas comparables continuaron en todos los mercados, lo que respaldó este crecimiento. Además, el Grupo aceleró el desarrollo de nuevos establecimientos en la región (127 restaurantes abiertos en los últimos 12 meses).

En Rusia, las sólidas tendencias de las ventas comparables y la creciente cartera de restaurantes permitieron un crecimiento del 20,1 % en el importe neto de la cifra de negocios en el T3 2018 (de los 67,3 millones de EUR a los 80,7 millones de EUR). En los últimos 12 meses, el Grupo abrió 30 nuevos establecimientos y adquirió 22 restaurantes RKC adicionales en octubre de 2017. En términos totales, el crecimiento del importe neto de la cifra de negocios fue aún más fuerte (+39,2 % en el T3 2018).

La división de Europa Occidental creció un 44,1 % superior en el T3 2018. El mercado español mantuvo las sólidas tendencias de ventas comparables y la continua actividad de desarrollo, con 38 nuevos restaurantes incorporados en los últimos 12 meses. Como resultado, las ventas del T3 2018 en España aumentaron un 12,1 %. Además, el importe neto de la cifra de negocios en Alemania creció un 31,7 %, respaldado por las tendencias positivas de las ventas comparables, las nuevas aperturas y las adquisiciones de las cadenas Plaza Inn y RKC en 2017. Las ventas del segmento West de Europa Occidental aumentaron de los 9,7 millones de EUR a los 12,7 millones de EUR, principalmente a través de la adquisición del negocio de RKC en Francia en el T3 2017.

En el T3 2018, se observó también un sólido crecimiento superior en China. El importe neto de la cifra de negocios de esta división aumentó un 13,7 %, impulsado por la expansión adicional de la red (8 nuevos establecimientos abiertos en los últimos 12 meses). Cabe mencionar que las tendencias positivas de las ventas comparables en China se reafirmaron, lo que apoyará el futuro crecimiento superior en la región. En junio, las ventas comparables en China aumentaron un 12,9 %.

El segmento no asignado comprendió el importe neto de la cifra de negocios del grupo SCM obtenido de las entidades no vinculadas y los ingresos de pasaportaje. En el T3 2018, las ventas de este segmento alcanzaron los 8,3 millones de EUR, lo que supone un 33,8 % más que hace un año.

Rentabilidad

El beneficio de EBTCA del Grupo aumentó a 74,0 millones de EUR en el 10 2018, un 18,7 % más que en el ejercicio anterior. En el 2T 2018, el EBTCA alcanzó los 60,3 millones de EUR, lo que representa un crecimiento del 14,2 % durante el ejercicio. El margen de EBTCA en el 10 2018 llegó al 10,4 %, lo que supone 0,7 puntos porcentuales por debajo del nivel del ejercicio anterior.

En el 10 2018, la mejora de los principales mercados de la actividad de Amfend contribuyeron una mejora adicional de la rentabilidad y otros ingresos consolidados. Al mismo tiempo, la consolidación de los negocios adquiridos, junto con las acciones y adquisiciones relacionadas y los gastos de integración, tuvieron un efecto temporal de ajuste a la baja en los ingresos consolidados del Grupo. EBTCA central de Amfend, ajustado por las actividades de acciones y adquisiciones, mantenidas anteriormente, creció un 18,6 % en el 10 2018, mientras el margen de EBTCA reportó 0,6 puntos porcentuales hasta el 12,4 %. En el 2T 2018, el EBTCA del negocio central creció un 14,9 % y el respectivo margen de EBTCA se consolidó 0,8 puntos porcentuales.

En la primera mitad de 2018, las tendencias positivas en el coste de ventas continuaron. Gracias a la mayor eficacia en la transformación de alimentos, las innovaciones de productos y la disciplina gestión de los costes, el Grupo alcanzó un coste de alimentos relativamente inferior (-0,4 puntos porcentuales en comparación con el 10 2017). El citado ahorro compensó parcialmente el aumento coste laboral (+0,9 puntos porcentuales en el 10 2018) derivado de la presión de salarios observada en Europa Central y la incorporación de negocios de Europa Occidental, que caracterizan un coste laboral relativamente más elevado.

En el 10 2018, el Grupo se benefició de unos costes financieros relativamente más bajos (-0,2 puntos porcentuales en comparación con el 10 2017), como resultado de los mejores acuerdos de refinanciación firmados en 2017.

El beneficio neto atribuible a los accionistas de Amfend aumentó a 10,8 millones de EUR en el 10 2018 (un incremento de 0,7 millones de EUR con respecto al 10 2017). El margen neto se redujo del 2,3 % al 1,7 %.

El beneficio de EBTCA en Europa Central creció un 17,0 % y alcanzó los 60,6 millones de EUR en el 10 2018, mientras que el margen disminuyó 0,2 puntos porcentuales hasta el 10,9 %. Los resultados de la región se vieron impulsados principalmente por los mejores costes laborales (-1,8 puntos porcentuales en el 2T 2018 y +1,6 puntos porcentuales en el 10 2018). Esta tendencia negativa se compensó parcialmente con las evoluciones favorables en el coste de ventas (-1,4 puntos porcentuales en el 2T 2018 y -1,3 puntos porcentuales en el 10 2018), así como el continuo crecimiento de las ventas comparables en todos los países de Europa Central. Una vez más, los mercados checo y húngaro ofrecieron resultados excelentes, con un crecimiento del EBTCA en el 10 2018 del 38,9 % y 27,1 % respectivamente. Al mismo tiempo, el EBTCA del segmento Resto de Europa Central fue 1,0 millones de EUR inferior al del 10 2017, debido principalmente al coste del desarrollo de nuevos negocios de KFC en Austria y Eslovenia.

En Rusia se observó un sólido rendimiento empresarial con un crecimiento del EBITDA del 10,8 % en el T3 2018. El margen de EBITDA se convirtió 2,5 puntos porcentuales hasta el 12,8 %, principalmente gracias a las tendencias positivas de las ventas comparables, así como el ahorro en el coste laboral y los gastos generales y administrativos. En el T3 2018, el margen de EBITDA de la división rusa alcanzó el 14,2 %.

El EBITDA de la división de Europa Occidental creció un 23,9 % en el T3 2018 (+4,8 millones de EUR) y el margen se mantuvo en el nivel del ejercicio anterior (8,7 %). España continuó con su sólido rendimiento empresarial, mejorando el margen de EBITDA 0,8 puntos porcentuales hasta el 21,8 % en el T3 2018. En Alemania se informó de una reducción de las pérdidas significativas (pérdida de EBITDA de 2,7 millones de EUR en el T3 2018 en comparación con la pérdida de 0,4 millones de EUR hace un año), debida principalmente a la exitosa reestructuración del negocio de Berlín. El segmento Resto de Europa Occidental consiguió un beneficio de EBITDA de 0,8 millones de EUR en el T3 2018 (con respecto a la pérdida de 0,8 millones de EUR en el T3 2017), principalmente gracias a los resultados positivos del negocio de KFC adquirido en Francia.

En China, se observó una mejora adicional de la rentabilidad. En el T3 2018, el EBITDA creció un 28,2 % hasta los 1,8 millones de EUR, dando el margen actual el 12,8 % (+1,7 puntos porcentuales). En el T3 2018, se consiguió un sólido margen del 12,4 %, impulsado por el apuntalamiento de cuota del negocio y la disciplina de costes mejorada. Además, las anteriores tendencias negativas de las ventas comparables se revertieron en los últimos meses.

Importe neto de la cifra de negocios y márgenes generados en los mercados particulares durante el trimestre finalizado el 30 de junio de 2018 y 2017

	Trimestre finalizado 30 de junio de 2018			Trimestre finalizado 30 de junio de 2017		
	Importe**	% Comercial	Margen	Importe**	% Comercial	Margen
Importe neto de la cifra de negocios	100,0	100,0%		100,0	100,0%	
Alquiler	10,7	10,7%		10,7	10,7%	
Alquiler y otros	2,7	2,7%		2,7	2,7%	
Seguros	2,1	2,1%		2,1	2,1%	
Redes de transporte aéreo y otros	11,2	11,2%		11,2	11,2%	
Transporte aéreo y otros	110,2	110,2%		110,2	110,2%	
Salas	10,1	10,1%		10,1	10,1%	
Agencia	10,0	10,0%		10,0	10,0%	
Alquiler	10,7	10,7%		10,7	10,7%	
Redes de transporte terrestre	2,0	2,0%		2,0	2,0%	
Seguros terrestres	10,1	10,1%		10,1	10,1%	
Salas	10,1	10,1%		10,1	10,1%	
Transporte	2,0	2,0%		2,0	2,0%	
GRUPO	100,0	100,0%	100,0%	100,0	100,0%	
Alquiler	11,4	11,4%	11,4%	11,4	11,4%	11,4%
Alquiler y otros	2,7	2,7%	2,7%	2,7	2,7%	2,7%
Seguros	2,2	2,2%	2,2%	2,2	2,2%	2,2%
Redes de transporte aéreo y otros	11,2	11,2%	11,2%	11,2	11,2%	11,2%
Transporte aéreo y otros	25,0	25,0%	25,0%	25,0	25,0%	25,0%
Salas	10,1	10,1%	10,1%	10,1	10,1%	10,1%
Agencia	10,0	10,0%	10,0%	10,0	10,0%	10,0%
Alquiler	11,4	11,4%		11,4	11,4%	
Redes de transporte terrestre	2,0	2,0%	2,0%	2,0	2,0%	2,0%
Seguros terrestres	10,0	10,0%	10,0%	10,0	10,0%	10,0%
Salas	10,1	10,1%	10,1%	10,1	10,1%	10,1%
Transporte	2,0	2,0%	2,0%	2,0	2,0%	2,0%
GRUPO, grupo	111,1	111,1%	111,1%	111,1	111,1%	
Alquiler	11,4	11,4%	11,4%	11,4	11,4%	11,4%
Alquiler y otros	2,7	2,7%	2,7%	2,7	2,7%	2,7%
Seguros	2,2	2,2%	2,2%	2,2	2,2%	2,2%
Redes de transporte aéreo y otros	11,2	11,2%	11,2%	11,2	11,2%	11,2%
Transporte aéreo y otros	25,7	25,7%	25,7%	25,7	25,7%	25,7%
Salas	10,1	10,1%	10,1%	10,1	10,1%	10,1%
Agencia	10,0	10,0%	10,0%	10,0	10,0%	10,0%
Alquiler	11,4	11,4%		11,4	11,4%	
Redes de transporte terrestre	2,0	2,0%	2,0%	2,0	2,0%	2,0%
Seguros terrestres	10,0	10,0%	10,0%	10,0	10,0%	10,0%
Salas	10,1	10,1%	10,1%	10,1	10,1%	10,1%
Transporte	2,0	2,0%	2,0%	2,0	2,0%	2,0%
GRUPO	111,1	111,1%	111,1%	111,1	111,1%	
Alquiler	11,4	11,4%	11,4%	11,4	11,4%	11,4%
Alquiler y otros	2,7	2,7%	2,7%	2,7	2,7%	2,7%
Seguros	2,2	2,2%	2,2%	2,2	2,2%	2,2%
Redes de transporte aéreo y otros	11,2	11,2%	11,2%	11,2	11,2%	11,2%
Transporte aéreo y otros	26,0	26,0%	26,0%	26,0	26,0%	26,0%
Salas	10,1	10,1%	10,1%	10,1	10,1%	10,1%
Agencia	10,0	10,0%	10,0%	10,0	10,0%	10,0%
Alquiler	11,4	11,4%		11,4	11,4%	
Redes de transporte terrestre	2,0	2,0%	2,0%	2,0	2,0%	2,0%
Seguros terrestres	10,0	10,0%	10,0%	10,0	10,0%	10,0%
Salas	10,1	10,1%	10,1%	10,1	10,1%	10,1%
Transporte	2,0	2,0%	2,0%	2,0	2,0%	2,0%

**Miles de millones

Conciliación del resultado neto y el EBITDA ajustado para el 18 2018 y el 18 2017

	Resultado ajustado a 18 de junio de 2018		Resultado ajustado a 18 de junio de 2017		Diferencia	
	importe	% de ajuste	importe	% de ajuste	importe	% de ajuste
Resultado financiero	107,7	100,0	7,25,3	100,0	100,4	13,7
Impuestos y otros ajustes	10,2	9,5	10,1	13,9	0,1	1,3
Resultados	117,9		16,4		101,5	
Beneficio (pérdida) ajustado	11,1	10,3	10,1	13,9	(9,0)	(80,7)
+ Gastos financieros	1,2	1,1	2,4	3,2	1,2	1,4
+ Gastos financieros	(0,3)	(0,3)	(0,3)	(0,4)	0,0	0,0
+ Gastos de impuestos sobre resultados	7,1	6,5	6,9	9,3	0,2	1,6
+ Ajustes varios	10,2	9,5	10,7	14,5	0,5	4,8
+ Gastos financieros sobre otros resultados	7,1	6,5	7,1	9,3	0,0	0,0
EBITDA	16,3	15,1	16,4	22,1	(0,1)	(1,1)
+ Gastos financieros del EBITDA	1,1	0,6	1,1	1,5	0,0	0,0
+ Gastos financieros del EBITDA (ajustes varios)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0
+ Efectos de los cambios de valoración de acciones de las plantas de energía sobre el resultado EBITDA (ajustes varios)	1,0	0,1	1,0	1,3	(0,0)	(0,0)
EBITDA ajustado	18,5	16,9	18,6	25,0	(0,1)	(1,1)

Análisis de liquidos

	18 de junio de 2018	18 de diciembre de 2017	18 de junio de 2017
Activo corriente	277,5	262,3	189,2
Activo fijo	16,0	16,3	16,0
Activo no corriente	251,5	246,0	173,2
Activo	545,0	524,6	378,4
Pasivo corriente	(189,0)	(189,0)	(189,0)
Pasivo fijo	(11,0)	(11,0)	(11,0)
Pasivo no corriente	(10,0)	(10,0)	(10,0)
Pasivo	(310,0)	(310,0)	(310,0)
Resultado ajustado (ver página 10)	11,1	10,1	10,0
Dividendos y otros pagos a socios	(1,0)	(1,0)	(1,0)
Resultado de actividades ordinarias (ver página 10)	10,1	9,1	9,0
Resultados de actividades ordinarias (ver página 10)	14,9	14,2	14,0
Resultados de actividades ordinarias (ver página 10)	10,1	10,1	10,0
Resultados de actividades ordinarias (ver página 10)	10,1	10,1	10,0
Resultados de actividades ordinarias (ver página 10)	10,1	10,1	10,0
Resultados de actividades ordinarias (ver página 10)	10,1	10,1	10,0

Notas:

- Resultado ajustado: resultado financiero ajustado por impuestos
- Gastos financieros: gastos financieros sobre resultados
- Gastos financieros: gastos financieros sobre otros resultados

Actividades de inversión planificadas

La estrategia de Asföndé es aprovechar su cultura off-price (ver Modelo de negocio), su capacidad internacional y su cartera de marcas superiores para desarrollar restaurantes a mayor escala (más de 50 millones de USD de ventas anuales) y de manera altamente rentable (ver TIR 20 N) a nivel internacional.

La intención del Grupo es continuar sus direcciones estratégicas de desarrollo. Actualmente, Asföndé mantiene su visión a medio plazo de doblar el tamaño del negocio en un periodo de tres años (2017-2019), centrándose principalmente en ampliar aún más la red en los mercados de la Europa continental. El potencial existente en los mercados en los que Asföndé está presente permite acelerar el ritmo de la expansión orgánica. El lanzamiento de formatos de restaurantes más sencillos (es decir, NPC Quick, Pizza Hut Express, Pizza Hut Delivery) aumentarán la disponibilidad de nuevas ubicaciones en Europa y ampliarán el espacio vital para nuevas apertura. Los derechos de explotación franquicia obtenidos en la marca Pizza Hut sirven de apoyo adicional para el crecimiento futuro.

Las posibles adquisiciones de cadenas de restaurantes europeos siguen siendo el segundo pilar del crecimiento de Asföndé. Se prevé que la conversión de marcas ya existentes en la cartera del Grupo juegue un papel importante en las posibles actividades de fusiones y adquisiciones. La Dirección de Asföndé cree que, a largo plazo, la ampliación de la cartera con estratégicamente marcas exitosas también contribuirá al valor del Grupo.

De manera similar a ejercicios anteriores, la mejora de la rentabilidad del capital invertido y la creación de la plataforma de crecimiento a largo plazo definirán los principales criterios de diseño de la estructura de los nuevos levantamientos y adquisiciones. El programa de inversión de Asföndé estará financiado tanto a partir de flujos propios como a través de una financiación de terceros.

Inversiones nacionales y extranjeras clave

El gasto de capital incurrido por Asfóndil está relacionado principalmente con el desarrollo de la red de restaurantes. El Grupo aumenta la magnitud del negocio a través de la construcción de nuevos restaurantes, la adquisición de cadenas de restaurantes de terceros, así como la reestructuración y sustitución de activos en los establecimientos existentes. El gasto de capital del Grupo depende principalmente del número y el tipo de restaurantes adquiridos y la magnitud de la actividad de fusiones y adquisiciones.

En el TL 2018, el gasto de capital de Asfóndil se financió a partir de los flujos de efectivo de las actividades de explotación y la financiación de deuda.

La tabla a continuación presenta las compras de activos no corrientes en moneda localizadas a 30 de junio de 2018 y a 30 de junio de 2017.

Compras de activos no corrientes en Asfóndil

	Moneda localizada a:	
	30 de junio de 2018	30 de junio de 2017
Activos intangibles	0,0	0,0
-Arrendamientos y contratos de licencia de marcas	-	0,0
-Compras de derechos de licencias registradas (Pasa Pasa, BFC, Burger King, Starbucks)	0,0	0,0
-Otros activos intangibles	0,0	0,0
Fondo de comercio	0,0	19,0
Intangible material	0,0	0,0
-Edificios y otros activos relacionados de construcción	0,0	0,0
-Muebles y equipos	0,0	0,0
-Vehículos	0,0	0,0
-Otros activos tangibles (incluido a través de arrendamientos)	0,0	0,0
Total	0,0	19,0

Nuestros restaurantes de AmRest

	Restaurantes propios AmRest	Restaurantes franquiciados AmRest	Total
31 de agosto	1.204	165	1.369
Restaurante propios	104	12	116
franquiciados	49	16	65
China	11	1	12
31 de julio	1.211	166	1.377

A 31 de septiembre de 2018, AmRest operaba 1.799 restaurantes, incluidos 165 restaurantes La Tagliatella, 218 Pizza Hut, 4 Bacia y 1 Blue Frog, que están gestionados por franquiciados. En comparación con el 31 de diciembre de 2017, el Grupo abrió 162 restaurantes más. Se abrieron 120 nuevos restaurantes: 53 restaurantes en Europa Central y del Este, 22 en Rusia, 18 en Europa Occidental y 7 en China. A principios de junio de 2018, AmRest adquirió de Pizza Hut Europe S.A.S. 78 restaurantes propios y 28 restaurantes franquiciados Pizza Hut principalmente en el mercado ruso. La marca Bacia, incluidos 2 restaurantes propios y 4 franquiciados, fue adquirida a Blizzit Motion, S.L. y D. Johann Spethmacher a finales de julio de 2018. En septiembre de 2018 AmRest adquirió de KFC France SAS 8 restaurantes KFC en Francia.

En base al MFA, Aerflot debía obtener los derechos de franquicia principal para la marca Plaza Hui en Rusia, Azerbaiyán y Armenia (el «Territorio»). Tras la formalización del MFA, Aerflot tendrá el derecho exclusivo de otorgar la licencia a terceros para gestionar restaurantes Plaza Hui (subfranquicia) en el Territorio, y se convertirá en el franquiciador de casi 80 restaurantes gestionados actualmente por múltiples subfranquiciantes en los citados países.

Con el fin de facilitar el crecimiento de escala del negocio de Plaza Hui, PH Europe investigó un mecanismo de incentivos que reduce determinadas comisiones asociadas por Aerflot conforme al MFA («Comisiones Reducidas»), siempre que el Grupo cumpla ciertas obligaciones de desarrollo especificadas en el MFA. Tras la entrada en vigor del MFA, Aerflot deberá abrir y gestionar restaurantes Plaza Hui Drive In, Express y Delivery de conformidad con el calendario de desarrollo que establece el número de aperturas mínimas en los años posteriores de la vigencia del MFA. Si Aerflot no cumple las obligaciones de desarrollo, PH Europe tendrá derecho a aumentar las Comisiones Reducidas y a modificar las condiciones del MFA su resultado. La intención del Grupo es abrir más de 200 restaurantes Plaza Hui en el mercado ruso en un plazo de 5 años.

El MFA se otorgó por un período inicial de 10 años, con una opción de prórroga adicional si se cumplen determinadas términos y condiciones.

Al mismo tiempo, Aerflot informó sobre la firma el 30 de abril de 2018 del Contrato de Compra de Activos (el «CCA», por sus siglas en inglés) entre OOO Plaza Company, como filial de Aerflot, y Yum! Restaurants International Russiay CIS LLC («PH Russia»).

Como resultado del MFA, Plaza Company debía adquirir los activos de 16 restaurantes Plaza Hui Delivery y Express gestionados por PH Russia en Moscú. El precio de compra se calculó en 142,8 millones de RUB (1,9 millones de EUR).

El 1 de junio de 2018, Aerflot informó de (i) la formalización ese mismo día del Contrato de Máster Franquicia (el «MFA») firmado el 30 de abril de 2018 (preludio el 20 de mayo de 2018 a OOO Aerflot como filial de Aerflot) y (ii) la formalización de un Contrato de Compra de Activos (el «CCA»).

Como resultado de la formalización del MFA, OOO Aerflot obtuvo los derechos de franquicia principal para la marca Plaza Hui en Rusia, Azerbaiyán y Armenia. Además, OOO Aerflot se convirtió en el franquiciador de casi 28 restaurantes operados por múltiples subfranquiciantes independientes en los países mencionados anteriormente.

De manera simultánea, Aerflot informó que, como resultado de la formalización del CCA, Plaza Company adquirió los activos de 16 restaurantes Plaza Hui Delivery y Express gestionados previamente por PH Russia en Moscú.

Con relación a la formalización de los Contratos y los acuerdos adjuntos, los filiales de Aerflot pagaron a PH Russia 142,8 millones de rublos (2 millones de EUR).

En opinión del Equipo Ejecutivo de Aerflot, hay grandes posibilidades de aumentar la presencia de la marca Plaza Hui en Rusia. Los derechos de máster franquicia contribuyen a consolidar la asociación con las marcas Yum! y la situación de liderazgo de Aerflot como operador de restaurantes en Rusia.

Contrato Marco con KFC France

El 24 de mayo de 2018, Amfesi informó de la firma el 23 de mayo de 2018 de los Términos de Acuerdo Vinculantes (TAAs), por sus siglas en inglés) que determinaban los términos y condiciones clave por los que KFC France SAS (KFC France) estaba dispuesta, y sujeta, a continuar con una posible operación con Amfesi Opco SAS, por la cual (i) KFC France vendería Amfesi Opco compañía TI/restaurantes propios dirigidos por KFC France (Núcleo de KFC) en el mercado francés, y (ii) las partes formarían un Contrato de Franquicia Internacional de KFC Holding para cada restaurante (en conjunto, denominada la «Operación Francia»).

El precio de compra del Nucleo de KFC estaba sujeto al resultado del proceso de due diligence que Amfesi lleva a cabo.

La intención de Amfesi y KFC France era que los acuerdos finales (el Contrato Marco) se firmasen, como máximo, el 31 de julio de 2018, y que la formalización de dicha Operación Francia (incluida la transmisión de la propiedad del Nucleo de KFC y el pago del precio de compra) tuviera lugar, como máximo, el 30 de septiembre de 2018. Si las partes no firmaban los acuerdos finales antes del 31 de diciembre de 2018, los TAAs finalizarían inmediatamente, salvo que ambas partes lo acordaran por escrito de otro modo.

El 27 de julio de 2018, Amfesi informó de la firma el 26 de julio de 2018 del Contrato Marco entre Amfesi Opco, Amfesi Leasing SAS, Amfesi Estate SAS (en conjunto, «Comprador») y KFC France y KFC BI («Vendedor»). Conforme a las condiciones del Contrato Marco, (i) el Comprador adquirirá 73 restaurantes propios dirigidos por KFC France en el mercado francés, y (ii) Amfesi Opco y KFC France formarán el Contrato de Franquicia Internacional de KFC Holding para cada restaurante.

Se prevé que el precio de compra ascienda a 21,3 millones de EUR. El precio de compra final se determinará el día de la formalización de la operación.

El reporte está estimado de la cifra de negocios de los restaurantes en 2017 alcanzó los 22 millones de EUR.

La intención de las partes es que la formalización de la operación, incluida la transmisión de la propiedad del Nucleo de KFC y el pago del precio de compra, tenga lugar hasta finales del ejercicio 2018 (la «Finalización»). La Finalización está sujeta a algunas condiciones adicionales, como la formalización de acuerdos complementarios que garanticen el correcto funcionamiento de los restaurantes después de la Finalización; la consulta con el comité de empresa y el comité de seguridad y salud de KFC France, y la ausencia de cambios sustanciales adversos (MAC), por sus siglas en inglés).

Al mismo tiempo, el Grupo informó sobre la firma el 26 de julio de 2018 del Acuerdo de Desarrollo entre Amfesi Opco y KFC France, que establece los planes de desarrollo de la marca KFC en Francia. Conforme al acuerdo, Amfesi pretende abrir en el mercado francés unos 750 restaurantes KFC para finales de 2021.

En opinión del Grupo, existe un gran potencial de crecimiento para la marca KFC en Europa Occidental. La adquisición de varios restaurantes KFC franceses contribuirá a fortalecer la asociación con las marcas Food y la posición de liderazgo de Amfesi como operador de restauración en Europa, así como a impulsar la creación de valor para los accionistas de Amfesi.

Contrato de Compra-venta de Acciones para adquirir la marca BACCA.

El 14 de julio de 2018, Amfitec informó sobre la firma ese mismo día de la Oferta Vinculante (la «Oferta») que determinaba los términos y condiciones clave por los que Amfitec Tag, S.L.U. («Amfitec Tag», que es una filial 100 % controlada de Amfitec) estaba dispuesta, y sugirió, a formalizar un Contrato de Compra-venta de Acciones («CPA», por sus siglas en inglés) con Baccas Matias, S.L. y D. Johann Spethmann (en conjunto, el «Vendedor»), mediante el cual Amfitec Tag adquiriría al Vendedor el 100 % del capital social de las empresas Baccas Holding, S.L. y Black Rice, S.L. (en conjunto, las «Compañías Objeto»).

Las Compañías Objeto dirigen una cadena de restaurantes compuesta por sets franquiciados bajo la marca BACCA en España (en Barcelona y en Madrid), operadas tanto a través de un modelo restaurantes propios como de franquicia.

La intención de las partes de la Oferta era firmar el CPA y cerrar la operación en las siguientes semanas.

El 21 de julio de 2018, Amfitec informó de la firma ese mismo día del Contrato de Compra-venta de Acciones definitivo entre Amfitec Tag y el Vendedor.

Como resultado del CPA, Amfitec Tag adquirió el 100 % del capital social de Baccas Holding, S.L. y Black Rice, S.L. y, al mismo tiempo, una cadena de restaurantes, con sets franquiciados bajo la marca BACCA en España. El precio de compra basado en el Valor de la Empresa (en efectivo o deuda) acordado a priori, 3,7 millones de EUR. En el ejercicio fiscal 2017, la red de Baccas generó unas ventas de sistema de aprox. 10 millones de EUR.

Contrato de Compra-venta de Acciones para adquirir Sushi Shop Group SAJ

El 25 de julio de 2018, Amfitec anunció la firma el 26 de julio de 2018 de un Contrato entre Amfitec y D. Gregory Marcano, Nacpac Partners SA y el resto de vendedores (en conjunto, los «Vendedores»), que establecía el compromiso irrevocable de Amfitec para comprar el 100 % de las acciones en Sushi Shop Group SAJ («Sushi Shop», «Grupo») (el «Contrato»).

El precio de compra basado en el Valor de la Empresa (en efectivo o deuda) acordado a priori, 100 millones de EUR, de los cuales un equivalente a 11,0 millones de EUR deben abonarse a D. Gregory Marcano y D. Adrien de Salthempy en las acciones de Amfitec. Además, se pagará a los Vendedores un importe de hasta 70 millones de EUR (garantías adicionales) después de que Sushi Shop alcance unos determinados KPI (Indicadores clave de rendimiento) financieros para 2018.

Sushi Shop es el operador de la cadena europea líder de restaurantes de cocina japonesa, con 163 establecimientos, de los cuales alrededor de un tercio son restaurantes dirigidos por franquiciados. Los restaurantes de lujo Sushi Shop están presentes en Francia (70 % de todo el negocio) y en otros 11 países (Indicados España, Bélgica, Gran Bretaña, Alemania, Italia e Italia). El modelo de negocio del Grupo se basa principalmente en las ventas de entregas (30 % de las ventas) y venta de comida en tiendas (32 % de las ventas).

En el ejercicio fiscal 2017, la red generó unas ventas de sistema de aprox. 200 millones de EUR. El importe neto de la cifra de negocios consolidada de Sushi Shop ascendió a aprox. 130 millones de EUR.

La intención de las partes del Contrato es firmar el Contrato de Compra-venta de Acciones en las semanas siguientes y cerrar la operación en los días, meses posteriores, lo cual estará sujeto a la consulta con el comité de empresa de Sushi Shop y a la obtención de la autorización de las autoridades antimonopolio pertinentes.

La adquisición reforzará la cadena de Amfied con una marca exclusiva controlada en el segmento del sushi, una categoría muy atractiva para el modelo de negocio de Amfied. La oferta de Sushi Shop influyó considerablemente en las plataformas de entrega de comida del Grupo.

El 27 de julio de 2018, Amfied anunció que, tras la consulta positiva con el comité de empresa de Sushi Shop, la Sociedad firmó el 27 de julio de 2018 el Contrato de Compra-venta de Acciones con los Vendedores, para que Amfied adquiriera el 100 % de las acciones en Sushi Shop.

Las partes del IPR tienen la intención de cerrar la operación en los próximos dos meses (Finalización) lo cual estará sujeto a la obtención de la autorización de las autoridades antimonopolio pertinentes y a la ausencia de cambios sustanciales adversos (MNC).

Como resultado de la Finalización, Amfied se convertirá en el propietario de la cadena europea líder de restaurantes de cocina japonesa, con 181 establecimientos, de los cuales alrededor de un tercio son restaurantes dirigidos por franquiciados.

Contrato de Compra-venta de Acciones - TELEPEDIA, S.A.S.

El 26 de julio de 2018, Amfied anunció la firma de un Contrato de Compra-venta de Acciones (IPAC) con fecha 26 de julio de 2018, entre Amfied Sp. z o.o. (Amfied Polanda) y TELEPEDIA, S.A.S. (Vendedor). Con arreglo al IPR, Amfied Polanda adquirirá el 100 % de las acciones de TELEPEDIA POLAND Sp. z o.o. (Telepedia Polanda) a un precio estimado de aproximadamente 5 millones de EUR. El precio de compra final se determinará el día de la formalización de la operación.

Telepedia Poland es el franquiciado principal de los restaurantes Telepizza en Polonia y es propiedad absoluta del Vendedor. Actualmente, Telepizza Poland opera 107 restaurantes, con un modelo de negocio tanto de restaurantes propios (76 unidades) como de franquicia (31 unidades).

En el último ejercicio fiscal, la red generó unas ventas de sistema de aprovisionamiento de 71,3 millones de PLN. El importe neto de la cifra de negocios consolidada de Telepizza Poland ascendió a unos 71,3 millones de PLN.

Amfied partes tienen la intención de cerrar la operación en los próximos dos meses (Finalización) la finalización está sujeta a varias condiciones, como la obtención de las autorizaciones antimonopolio (CCPC) y consentimiento de cada banco que proporcione la financiación de la actividad comercial en curso de ambas partes del IPR, la formalización de un contrato de licencia con el Vendedor, que autorice a Telepizza Poland para continuar desarrollando su actividad y la ausencia de cambios sustanciales adversos (MNC).

La adquisición de Telepizza Poland se ajusta perfectamente a la estrategia de Amfied y la creación del negocio de pizzas 'líder' en Europa tanto en los canales de comida en el local como de entrega.

Inversión en las acciones de Gloragga23, S.L.

El 18 de julio de 2018, Aelfred anunció la firma ese mismo día de un Acuerdo de Accionistas, un Contrato de Suscripción y un Contrato de Compromiso de Acciones (en conjunto, «Contratos») con Gloragga23, S.L., con sede en Barcelona, España («Glor») y sus subsidiarias existentes y futuras. En base a los Contratos, Aelfred adquirió un número de las acciones de nueva emisión en Gloro, además de una parte de las acciones existentes de determinados accionistas de Gloro («Inversión»). Como resultado de la inversión en el importe total de 20 millones de EUR, Aelfred se convirtió en accionista principal con un 10 % del número total de acciones de Gloro. La Inversión garantiza a Aelfred un puesto en el Consejo de Gloro.

Gloro es uno de los principales competidores en reparto de comida a domicilio del mercado digital español. Se trata de una aplicación que permite comprar, recoger y enviar cualquier producto dentro de la misma ciudad y simultáneamente. Cuenta con más de 1 millón de usuarios y 8.000 empresas asociadas. En España, el servicio se ofrece dentro del área metropolitana de 21 ciudades. A escala internacional, Gloro opera en las principales capitales de Europa y EMEA, y también en 8 países de Latinoamérica. Actualmente, Gloro está presente en 27 ciudades de 17 países en todo el mundo.

Tomando en cuenta la creciente importancia e impacto de las tecnologías digitales en el sector de los servicios de alimentación al consumidor y la mayor cuota de mercado del canal de pedidos de comida por Internet, el Consejo de Administración de Aelfred cree que la asociación con Gloro consolidará la posición del Grupo en el segmento de las entregas y los agregadores. Dicha inversión en las propiedades digitales fue la decisión natural de incorporar la estrategia de Aelfred de lograr la posición de liderazgo en todos los mercados de actividad de Aelfred tanto en el segmento de comida en el local como de entrega.

Una generalista salta a bolsa

El 6 de junio de 2018 en la Junta General de Accionistas fue acordada la realización de la adición a registro oficial en las Bolsas de Valores de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia por Aelfred Holding III, S.L la fecha de publicación de estos Estados Financieros Consolidados Condensados siguientes mencionada no se ha terminado.

Accionistas de AmRest Holdings SE

Según la información de la que AmRest dispone a fecha de 30 de junio de 2018, AmRest Holdings presenta la siguiente estructura accionarial:

Accionista	Número de acciones y votos en la junta de accionistas	% de acciones y votos en la junta de accionistas
Wojtek Janik & Co	11 000 000 ¹	50,00%
Coastal Holding Ltd	4 000 000	18,18%
Investment Partners Ltd	1 000 000	4,55%
AmRest International Ltd	1 000 000	4,55%
AmRest	200 000	0,91%
Otros accionistas	4 000 000	18,18%

¹ El accionista a su vez es un fondo de inversión con sede en el Reino Unido, controlado por el accionista de 100% de AmRest Holdings, el cual es controlado por el Sr. Janik, quien es el fundador de AmRest. El Sr. Janik es el propietario de AmRest Holdings. El Sr. Janik es el único accionista de AmRest Holdings. El Sr. Janik es el único accionista de AmRest Holdings. El Sr. Janik es el único accionista de AmRest Holdings.

Según la información de la que AmRest dispone a fecha de la publicación de este informe la estructura accionarial de AmRest Holdings no ha variado.

Deuda externa

Con referencia a la normativa regulatoria RB 109/2017 de 6 de octubre de 2017 sobre el acuerdo de crédito firmado el 5 de octubre de 2017 entre Amfiteq Holdings SE, Amfiteq Sp. z o.o. y Amfiteq s.r.o. conjuntamente, dos Prestatarios y Bank Polska Casa Opieki S.A., Poznańska Casa Opieki oraz Bank Polski S.A., BOC Bank (Sądu) S.A. y Credit Capitalna, s.p. conjuntamente dos Prestatarios, el 18 de junio de 2018 Amfiteq Holdings SE informó sobre la recepción el 14 de junio de 2018 de Bank Polska Casa Opieki S.A., como agente crediticio del crédito mencionado anteriormente, de la Declaración de Confirmación que comprende el Tramo II de la línea de crédito por el importe de 280 millones de PLN.

La Declaración de Confirmación se emitió a petición de los Prestatarios. El Tramo II se dedicará al reembolso de los bonos pólizas.

El 2 de julio de 2018, con relación al anuncio reglamentario RB 26/2018 con fecha 19 de junio de 2018, Amfiteq Holdings SE informó que el 2 de julio de 2018 la Sociedad realizó una amortización de 14 000 bonos al portador dematerializados serie AMB021000018, con un valor nominal de 10 000 PLN por bono y un valor nominal total de 140 000 000 PLN. Amfiteq emitió los Bonos el 18 de junio de 2018 con fecha de vencimiento el 30 de junio de 2019.

La amortización de los bonos dio lugar al pago de todos los derechos y obligaciones derivados de ellos (de acuerdo al art. 73 de la Ley sobre bonos (Act on Bonds) de 15 de enero de 2019).

El 30 de agosto de 2018, en relación con el anuncio reglamentario RB 75/2018 con fecha 11 de septiembre de 2018, y de conformidad con el apartado 4.2 de los Términos y Condiciones de la Emisión de los Bonos (serie AMB02100019), Amfiteq Holdings SE informó que la Sociedad planea realizar el 28 de septiembre de 2018 una amortización anticipada de 14 000 bonos al portador dematerializados, serie AMB02100019 (los Bonos), con un valor nominal de 10 000 PLN por bono y un valor nominal total de 140 000 000 PLN.

Amfiteq emitió los Bonos el 10 de septiembre de 2018 con fecha de vencimiento el 10 de septiembre de 2019.

La amortización anticipada de los Bonos a petición del Emisor se efectuará mediante un pago en efectivo por importe del valor nominal de los Bonos incrementado con el interés divergente y la prima de amortización anticipada calculado de conformidad con el punto 5 y 6 de los Términos y Condiciones de la Emisión de los Bonos. La adquisición de los Bonos se reflejará en los próximos balances.

Cambios en los órganos de gobierno de la Sociedad Matriz

El 14 de marzo de 2018 Amsted recibió la confirmación del registro del 13 de marzo de 2018 de su domicilio social en Pisuerga de Madrid, Madrid, España. Debido a dicho cambio la estructura societaria de la Sociedad ha cambiado hacia un sistema de consejo unitario. Actualmente el único órgano que rige la Sociedad es el Consejo de Administración. De conformidad con la resolución adoptada por la Junta General Extraordinaria de Accionistas de Amsted Holding B.V. celebrada el 9 de octubre de 2017, la composición del Consejo de Administración es la siguiente:

- Sr. José María Gutiérrez - Presidente
- Sr. Carlos Fernández González - Consejero
- Sr. Luis Miguel Álvarez Pérez - Consejero
- Sr. Henry McGovern - Consejero
- Sr. Steven Kent Winegar Clark - Consejero
- Sr. Pablo Castilla Reparaz - Consejero
- Sr. Mustafa Ogretici - Consejero

A fecha de la publicación de este informe, la composición del Consejo de Administración no ha variado.

Variaciones en el número de acciones ostentadas por los miembros del consejo de administración

Durante el período a partir del 1 de enero de 2018 en adelante, se han producido variaciones con respecto a las acciones y opciones sobre acciones ostentadas por el Consejo de Administración de Amfaro.

Según la información que dispone Amfaro, los siguientes miembros del Consejo de Administración ostentaban durante este período las acciones del Emisor: D. Henry McCosker, D. Carlos Fernández González y D. Steven Kent Winggar Clark.

A 31 de diciembre de 2017, D. Henry McCosker ostentaba directamente 7.264 acciones de la Sociedad por un valor nominal total de 72,64 EUR. El 30 de junio de 2018 (y simultáneamente en la fecha de publicación de este informe) ostentaba 17.264 acciones de la Sociedad por un valor nominal total de 172,64 EUR.

A 31 de diciembre de 2017, Gacha Holdings Lda.L. (la entidad más estrechamente vinculada a D. Henry McCosker y D. Steven Kent Winggar (miembros del Consejo de Administración de la Sociedad) ostentaba 2.683.511 de las acciones de la Sociedad por un valor nominal total de 26.835,11 EUR. El 30 de junio de 2018 (y simultáneamente en la fecha de publicación de este informe) Gacha Holdings Lda.L. ostentaba 2.583.511 acciones de la Sociedad por un valor nominal total de 25.835,11 EUR.

A 31 de diciembre de 2017, FCapital Dutch B.V. (la entidad más estrechamente vinculada a D. Carlos Fernández González (miembro del Consejo de Administración de la Sociedad) ostentaba 11.959.697 de las acciones de la Sociedad por un valor nominal total de 119.596,97 EUR. El 30 de junio de 2018 (y simultáneamente en la fecha de publicación de este informe) FCapital Dutch B.V. ostentaba la misma cantidad de acciones de la Sociedad.

Transacciones de acciones propias formalizadas por Amfest

El inicio de la compra de acciones propias para la ejecución de opciones de la Dirección se produjo de conformidad con la Resolución n.º 7 de la Junta General de la Sociedad celebrada el 19 de mayo de 2018 con respecto a la autorización al Consejo de Administración para adquirir acciones propias en la Sociedad y el establecimiento de un capital de reserva.

En el período entre el 1 de enero de 2018 y el día de la publicación de este Informe, Amfest compró un total de 54.388 acciones propias por un importe total de 20.754.522 PLN. Durante el mismo período, la Sociedad recuperó un total de 51.787 acciones propias para los participantes legitimados a los planes de opciones sobre acciones.

Factores que impactan a la evolución del Grupo en 2018

El Consejo de Administración de Amfibiá cree que los factores siguientes tendrán un efecto significativo en la evolución y resultados futuros del Grupo.

Factores externos

- competitividad – en cuanto a precios, calidad del servicio, ubicación y calidad de los alimentos,
- cambios demográficos,
- tendencias y hábitos de consumo en cuanto al número de personas que utilizan los restaurantes,
- número y ubicación de los restaurantes de la competencia,
- cambios en la legislación y normativas que afectan directamente al funcionamiento de los restaurantes y a los empleados que trabajan en ellos,
- cambios en los costos de alquiler del inmueble y los costos relacionados,
- cambios en los precios de los ingredientes utilizados para elaborar los comidas y cambios en los precios de los materiales de empaque,
- cambios en la situación económica general en todos los países donde se desarrolla el negocio,
- cambios en la confianza del consumidor, el impacto de los ingresos disponibles y los patrones de gasto individual,
- cambios en los determinantes legales y fiscales,
- cambios adversos en los mercados financieros.

Factores internos

- obtención y formación de los recursos humanos necesarios para el desarrollo de las redes de restaurantes existentes y nuevas,
- obtención de ubicaciones atractivas,
- lanzamiento eficaz de nuevas marcas y productos,
- creación de un sistema de información integrado.

Amenazas y riesgos básicos a los que el Grupo está expuesto

El Consejo de Administración de Arffel es responsable del sistema de gestión del riesgo y el sistema de control interno, así como de revisar estos sistemas para lograr su efectiva operación. Estos sistemas ayudan a identificar y gestionar los riesgos que pueden impedir la consecución de los objetivos a largo plazo de Arffel. No obstante, el hecho de contar con estos sistemas no garantiza que se elimine completamente el riesgo de fraude y de infracción de la legislación. El Consejo de Administración de Arffel analiza y revisa periódicamente los riesgos a los que el Grupo está expuesto. Los principales riesgos y amenazas actuales se han resumido en esta sección. Arffel revisa y mejora sus sistemas de gestión del riesgo y de control interno de manera constante.

Factores que constituyen fuera del control del Grupo

Este riesgo está relacionado con el efecto de los factores que constituyen fuera del control de la Sociedad en la estrategia de desarrollo de Arffel, que se basa en la apertura de nuevos restaurantes. Dicho factores incluyen las oportunidades de encontrar y garantizar ubicaciones, dispositivos y adecuados para los restaurantes, la capacidad para obtener los permisos necesarios de los organismos pertinentes, y la posibilidad de errores en la apertura de nuevos restaurantes.

Dependencia del franquiciador

Arffel gestiona KFC, Pizza Hut, Burger King y Starbucks (en Rumanía, Bulgaria, Alemania y Hungría) como franquiciador y, por lo tanto, ciertos factores y decisiones relacionadas con las actividades comerciales llevadas a cabo por Arffel dependen de las limitaciones o especificaciones impuestas por los franquiciadores a día de su consentimiento.

La duración de los contratos de franquicia relacionados con las marcas KFC, Pizza Hut y Burger King es de 10 años. Arffel tiene la opción de ampliar este periodo durante los 10 años siguientes, siempre que cumpla las condiciones especificadas en los contratos de franquicia y otros requisitos, incluido el pago de la comisión de continuación asociada.

A pesar de cumplir las condiciones mencionadas anteriormente, no hay garantías de que, después del vencimiento de estos periodos, un contrato de franquicia determinado sea prorrogado hacia el periodo siguiente. En el caso de los restaurantes KFC y Pizza Hut, el primer periodo comenzó en 2008 en el caso de Burger King, el primer periodo comenzó en 2007 con la apertura del primer restaurante de esta marca.

Los contratos de franquicia para los establecimientos de Starbucks en Rumanía tienen validez hasta 2023, en Bulgaria hasta 2027 y en Alemania y Hungría hasta 2021.

Dependencia de cooperativas con accionistas minoritarios

Arffel abre restaurantes Starbucks en Polonia, la República Checa y Hungría basados en acuerdos de asociación con Starbucks Coffee International, Inc. La asociación asume que Starbucks Coffee International, Inc. es el accionista minoritario de las empresas que operan las tiendas Starbucks en países mencionados. Por lo tanto, algunas decisiones que sean parte de las actividades comerciales conjuntas dependen del consentimiento de los socios.

Los acuerdos con Starbucks se formalizaron por un período de 10 años, con la posibilidad de ampliación por otros 5 años si se cumplen las condiciones especificadas. El Acuerdo no cumple con la obligación de abrir y dirigir otro número mínimo de cafeterías especificadas, Starbucks Coffee International, Inc. tendrá derecho a aumentar su participación en estas empresas, adquiriendo acciones de Amfied S.p. a un precio acordado entre las partes basados en la valoración de dicho valor.

Los derechos de exclusividad

Los contratos de franquicia concernientes a la gestión de restaurantes KFC, Pizza Hut Diner's (incluyendo Rusia y Alemania) y Burger King (incluyendo República China y Eslovaquia) no incluyen disposiciones sobre la concesión a Amfied de derechos de exclusividad sobre un determinado territorio, protección u otros derechos en el territorio, en el área o en el mercado circundante a los restaurantes de Amfied. No obstante, en la práctica, debido a la magnitud de las operaciones de Amfied (incluida una red de distribución bien desarrollada), la posibilidad de que un operador competidor (de las marcas operadas actualmente por el Grupo) aparezca, y que pueda competir eficazmente con los restaurantes del Grupo Amfied, es relativamente limitada.

En el caso de los restaurantes Starbucks, los filiales de Amfied con las áreas territoriales autorizadas para construir y gestionar cafeterías Starbucks en Polonia, la República China y Hungría, sin derechos de exclusividad a algunas situaciones institucionales. Los derechos de exclusividad se aplican también a los restaurantes operados en Rumania, Bulgaria, Alemania y Eslovaquia.

Contratos de alquiler y regímenes de continuación

Casi todos los restaurantes Amfied operan en instalaciones alquiladas. La mayoría de los contratos de alquiler son a largo plazo y suelen formalizarse, como mínimo, para 10 años desde la fecha de inicio del alquiler (asumiendo que todas las opciones de continuación se ejercen, según las condiciones especificadas, y sin incluir los contratos que están sujetos a una renovación periódica, salvo que se renueven, y los contratos formalizados por tiempo indefinido). Varios contratos de alquiler otorgan a Amfied el derecho a prorrogar el contrato, siempre que la Sociedad cumpla las condiciones del alquiler. Con independencia de si se cumplen o no las condiciones, no hay garantías de que Amfied pueda prorrogar un contrato de alquiler con unas condiciones satisfactorias desde el punto de vista de la política empresarial. Si esto no es posible, una posible pérdida de situaciones de restauración importantes puede tener un efecto adverso en los resultados de explotación de Amfied y sus actividades empresariales.

Además, en determinadas circunstancias, Amfied puede tomar la decisión de cerrar un restaurante concreto, y resolver el contrato de alquiler gestionado con unas condiciones ventajosas puede resultar imposible. Esta situación también puede perjudicar las actividades empresariales y los resultados de explotación del Grupo. El cierre de cualquiera de los restaurantes está sujeto a la aprobación del franquiciador y no es seguro que esta pueda obtenerse.

En el caso de los restaurantes rusos y otros alquilados por Amfied en consecuencia en julio de 2007 y diciembre de 2014, el plazo medio de los contratos de alquiler es relativamente inferior al de los restaurantes de Amfied en el resto de países. Esto se deriva del carácter específico del mercado ruso.

Riesgo relacionado con el consumo de productos alimentarios

Las preferencias de los consumidores pueden cambiar según las dietas que surgen en cuanto a las propiedades saludables del pollo, que es el ingrediente principal en el menú de KFC, o como resultado de informaciones desfavorables difundida por los medios de comunicación sobre la calidad de los productos, enfermedades causadas por ellos y dietas para la salud derivadas de la comida en restaurantes de Arifolia y restaurantes de otros franquiciados de KFC, Pizza Hut, Burger King, Haribonci, La Tagliatella, Blue Frog, K&N y Bacco, y como resultado de la revelación de datos desfavorables elaborados por el gobierno o un determinado sector del mercado sobre los productos que se sirven en los restaurantes de Arifolia y los restaurantes de otros franquiciados de KFC, Pizza Hut, Burger King, Haribonci, La Tagliatella, Blue Frog, K&N y Bacco, asuntos relacionados con la salud y asuntos asociados a los gobiernos de Suizocameruno de una o más restaurantes gestionados tanto por Arifolia como por la competencia. El riesgo mencionado anteriormente se evita utilizando ingredientes de la más alta calidad en los restaurantes de Arifolia, que proceden de procedimientos saludables y de prestigio, cumpliendo estrictos controles de calidad y normas de higiene, y utilizando los procesos y equipos más modernos que garantizan la absoluta seguridad de la comida.

Riesgo relacionado con el mantenimiento del personal clave en el Grupo

El éxito del Grupo depende en gran medida del esfuerzo individual de empleados seleccionados y esenciales clave de la Dirección. Los métodos de remuneración y gestión de recursos humanos desarrollados por el Grupo ayudan a garantizar una baja rotación del personal clave. Además, el sistema de planificación profesional apoya la preparación de los sucesores para que llenen a calder las vacas en puestos clave. El Grupo cree que podrá sustituir a su personal clave. Con independencia de ello, su pérdida puede tener un efecto adverso a corto plazo en las actividades empresariales y los resultados de explotación del Grupo.

Riesgo relacionado con las vacas laborales de los empleados de restaurantes y con el empleo y mantenimiento de personal profesional

El desarrollo de actividades de catering a una escala tan grande como la del Grupo requiere emplear a un gran número de profesionales. La salida masiva de empleados y los cambios demandados frecuentemente en los puestos de gestión pueden suponer un riesgo importante para la estabilidad y calidad de las actividades empresariales. Debido al hecho de que los salarios en Polonia, la República Checa y Hungría (ubicado en el sector del catering) continúan siendo claramente más bajos que en otros países de la Unión Europea, existe el riesgo de pérdida de personal cualificado y, por tanto, el riesgo de que el Grupo no sea capaz de garantizar el personal adecuado necesario para proporcionar servicios de catering de la más alta calidad. Con el fin de evitar el riesgo de pérdida de personal cualificado, es posible que sea necesario subir gradualmente los salarios, lo cual puede tener un efecto adverso en la situación financiera del Grupo. El riesgo adicional en el área laboral puede estar asociado por las fluctuaciones en la tasa de desempleo.

Riesgo relacionado con el acceso limitado a los alimentos y la variabilidad de su coste

La situación del Sector también se ve afectada por la necesidad de garantizar las entregas frecuentes de alimentos y productos agrícolas frescos, y la anticipación y respuesta a los cambios en los costes de suministros. El Grupo no puede evitar el riesgo relacionado con la escasez o interrupciones de las entregas asociadas por factores como condiciones meteorológicas adversas, cambios en la normativa legal o retirada del mercado de algunos alimentos. Asimismo, la mayor demanda de determinados productos, acompañada por una oferta limitada, puede dar lugar a que el Grupo tenga dificultades para obtenerlos o a que los precios de esos productos suban. Tanto las escaseces como los cambios de precios de los productos pueden perjudicar los resultados, las operaciones y la situación financiera del Grupo. Con el fin de reducir este riesgo (entre otros), Amfresol Sp. A sus. formalizó un contrato con ICM Sp. A s.a. para las prestaciones de servicios que comprenden la intermediación y negociación de las condiciones de entrega a los restaurantes, incluida la negociación de las condiciones de los contratos de distribución.

Riesgo relacionado con el desarrollo de nuevas marcas

Amfresol opera las marcas La Tagliatella, Blue Frog, K&M y Bacia desde hace relativamente poco tiempo. Dado que son nuevas marcas para Amfresol, existe un riesgo relacionado con la demanda de los productos ofrecidos y su aceptación por parte de los clientes.

Riesgo relacionado con la apertura de restaurantes en nuevos países

La apertura o adquisición de restaurantes que operan en una nueva zona geográfica y política implica el riesgo de preferencias de consumo diferentes, un riesgo de conocimiento insuficiente del mercado, el riesgo de limitaciones legales derivadas de la normativa local y el riesgo político de estos países.

Riesgo monetario

Los resultados de Amfresol están expuestos al riesgo monetario relacionado con las fluctuaciones y las conversiones a monedas que no sean aquellas en la que se realizan las transacciones comerciales en las empresas individuales del Grupo de Capital. El Grupo ajusta su cartera de deuda en moneda extranjera a la estructura geográfica de su perfil de actividades. Además, Amfresol utiliza derivados a plazo para gestionar los riesgos de transacción a corto plazo.

Riesgo relacionado con la actual situación geográfica en Ucrania y Rusia

Rusia es uno de los mayores mercados para Amfresol. La reciente agitación geográfica y económica observada en la región, en particular los acontecimientos en Ucrania, ha llevado y puede seguir llevando un impacto negativo en la economía rusa, incluida la devaluación del rublo ruso, unos tipos de interés más elevados, una mayor liquidez y una caídas de los consumidores de confianza. Estos sucesos, incluidas las sanciones internacionales actuales y futuras contra personas y empresas rusas y la incertidumbre y volatilidad relacionadas de la cadena de suministro, pueden tener un impacto significativo en las operaciones y la situación financiera del Grupo, cuyo efecto es difícil de predecir. La futura situación económica y normativa puede diferir de las expectativas de la Dirección, no obstante, se está supervisanado con el fin de guiar las inversiones estratégicas y las decisiones operativas, lo que minimizará los riesgos empresariales.

Riesgo de mayores costes financieros

El Emisor y sus filiales están expuestas al importante impacto negativo de las fluctuaciones de los tipos de interés, con relación a la estructura de financiación con tipos de interés variables y la inversión en activos con tipos de interés fijos y variables. Los tipos de interés de los empréstitos y préstamos bancarios y los honorarios recibidos se basan en los tipos de referencia variables que se actualizan en períodos inferiores a un año. Los intereses de los activos financieros con tipos de interés fijos se establecen durante todo el período hasta el vencimiento de estos instrumentos. Además, el Emisor y sus filiales, como parte de la estrategia de cobertura de tipos de interés, pueden formalizar derivativos y otros instrumentos financieros, cuya valoración se vea afectada significativamente por el nivel de los tipos de referencia.

Riesgo de liquidez

El Grupo está expuesto al riesgo de falta de financiación en el momento del vencimiento de los préstamos bancarios y bonos. A 30 de junio de 2018, el Grupo tenía suficientes activos a corto plazo, incluidos el efectivo y los límites de créditos preestablecidos, para cumplir con sus obligaciones debidas en los próximos 12 meses.

Riesgo de desactualización estadística

Una desactualización estadística en los datos de Avifood podría generar sus consecuencias puede afectar al nivel del precio de consumo en estos mercados, lo que, a su vez, puede afectar a los resultados de los restaurantes de Avifood que operan en estos mercados.

Riesgo relacionado con la estacionalidad de las ventas

La estacionalidad de las ventas y las existencias de Avifood no es significativa, lo cual es habitual en el sector de la restauración. En el mercado europeo, los restaurantes registran ventas más bajas en el primer semestre del ejercicio, debido principalmente al menor número de días de comida en febrero y las bajas relativamente menos frecuentes a los restaurantes.

Riesgo de averías en el sistema informático o interrupciones temporales en el servicio a los clientes en los restaurantes de la red

Una posible pérdida parcial o completa de datos con relación a averías en el sistema informático o daños o pérdidas de activos fijos tangibles del Grupo puede dar lugar a interrupciones temporales en el servicio a los clientes en los restaurantes, lo cual puede tener un efecto adverso en los resultados financieros del Grupo. Con el fin de minimizar este riesgo, el Emisor ha aplicado los procedimientos oportunos para garantizar la estabilidad y fiabilidad de los sistemas de TI.

Riesgo de ciberataque

Las operaciones del Grupo son respaldadas por una amplia variedad de sistemas de TI que incluyen sistemas de punto de venta, plataformas de pedidos electrónicos, sistemas de administración de la cadena de suministro y herramientas de control y finanzas. En consecuencia, el Grupo está expuesto al riesgo de interrupción operativa temporal, riesgo de integridad de los datos y / o acceso no autorizado a datos confidenciales, que pueden ser el resultado de un ataque cibernético intencional o un evento no intencional. Para mitigar estos riesgos, el Grupo establece una variedad de estrategias de seguridad de TI e implementa herramientas adecuadas de mitigación del riesgo de ciberseguridad, que incluyen políticas de seguridad, capacitaciones del personal y medidas preventivas técnicas.

Datos financieros de AmRest para el trimestre y semestre finalizados el 30 junio de 2018

Cuenta de resultados consolidada reestructurada correspondiente al trimestre y semestre finalizados el 30 de junio de 2018

	Semestre finalizado a		Trimestre finalizado a*	
	30 de junio de 2018	30 de junio de 2017 (reajustado)**	30 de junio de 2018	30 de junio de 2017 (reajustado)**
Operaciones continuadas				
ventas de restaurantes	579,7	543,6	189,9	186,0
franquicias y otros activos	89,0	82,0	29,7	27,0
ingresos totales	668,7	625,6	219,6	213,0
gastos de restauración operativos por el Grupo				
alimentos y bebidas	276,6	276,6	92,2	92,2
alquileres y servicios de los empleados	277,6	276,8	92,5	92,5
impagos	(34,8)	(26,7)	(11,8)	(11,8)
otros gastos de explotación	509,2	576,7	174,3	186,7
Gastos de franquicias y otros	(2,9)	(2,6)	(1,0)	(1,1)
Gastos generales y administrativos (G&A)	(52,7)	(48,8)	(17,8)	(16,6)
Gastos financieros por aumento de activos financieros	(4,8)	(4,7)	(1,6)	-
Gastos financieros por aumento del nivel de deuda	(5,8)	(5,5)	(1,9)	(1,5)
Resultados y pérdidas de explotación	(89,0)	(88,0)	(30,0)	(30,0)
otros ingresos de explotación	0,0	0,0	0,0	0,0
Resultado de las operaciones	(89,0)	(88,0)	(30,0)	(30,0)
Gastos financieros	(3,8)	(3,8)	(1,3)	(1,3)
ingresos financieros	0,0	0,0	0,0	0,0
Resultado antes de impuestos	(92,8)	(91,8)	(31,3)	(31,3)
impuestos sobre sociedades	(5,8)	(5,5)	(1,9)	(1,8)
Resultado neto del período	(98,6)	(97,3)	(33,2)	(33,1)
Resultado neto atribuido a:				
accionistas de la sociedad emisora	11,3	11,3	3,2	3,0
minorías interesadas	(17,4)	(16,5)	(5,7)	(5,5)
Resultado neto del período	(98,6)	(97,3)	(33,2)	(33,1)
Gastos netos por actividades en €100	(0,0)	(0,0)	(0,0)	(0,0)
Gastos netos por actividades en €1000	(0,0)	(0,0)	(0,0)	(0,0)

* Datos reestructurados

** Los ingresos y los gastos de los meses de la restauración reestructurada corresponden al mismo período de meses pasados con el ajuste de €100

Firmas del Consejo de Administración

José María Gutiérrez
Presidente

Carlos Fernández González
Consejero

Luis Miguel Álvarez Pérez
Consejero

Henry McGovern
Consejero

Steven Kent Wenger Clark
Consejero

Pablo Castilla Sepassi
Consejero

Muhsin Ögretir
Consejero

Wrocław, 21 de septiembre de 2018



