



AZKOYEN, S.A.

Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

INFORME DE GESTIÓN

PRIMER TRIMESTRE – 2011



1.	Evolución de los negocios en el primer trimestre de 2011.....	3
	1.1 Información financiera relevante.....	3
	1.2 Evolución de las ventas por línea de negocio.....	4-6
	1.3 Principales perspectivas.....	6

1. Evolución de los negocios en el primer trimestre de 2011

El Grupo Azkoyen posee negocios en diferentes sectores de actividad y mercados geográficos. La generalizada crisis económica y financiera ha venido impactando con virulencia a prácticamente todos los negocios. Sin embargo, a lo largo de 2011 se ha empezado a detectar una considerable mejoría en la evolución de la mayoría de ellos, tal y como se indica a continuación

1.1 Información financiera relevante

Los datos más relevantes del Grupo Azkoyen para el primer trimestre de 2011, comparados con el de 2010, se reflejan en el cuadro siguiente:

CONCEPTO	31/3/2011	31/3/2010	VARIACIÓN
Importe Neto de la Cifra de Negocios (1)	31.126	36.876	-15,6%
Importe Neto de la Cifra de Negocios Comparable con el perímetro actual (2)	31.126	29.112	6,9%
Resultado Bruto de explotación (EBITDA) 'antes de amortización' (3)	3.792	1.971	92,4%
% EBITDA (3) / Ventas	12,2%	5,3%	230,2%
Resultado Neto de explotación (EBIT) (4)	1.829	-878	308,3%
Resultado antes de Impuestos	1.142	-1.690	167,6%
Resultado después de Impuestos	508	-1.946	126,1%
Numero medio de personas empleadas	782	1.054	-25,8%

Datos: en miles de euros

(1) Incluye las ventas correspondientes al negocio de "AHOSA"

(2) El perímetro actual de negocios no incluye el negocio de café ("AHOSA") vendido en julio 2010.

(3) Equivale a beneficio antes de intereses, impuesto sobre beneficios y amortizaciones.

(4) Equivale a beneficio antes de intereses e impuesto sobre beneficios.

La evolución de nuestros resultados, a pesar de la situación de un entorno económico todavía lleno de incertidumbres, ha sido positiva respecto al mismo periodo del año anterior.

1.2 Evolución de las ventas por línea de negocio

CONCEPTO	31/3/2011	31/3/2010	VARIACIÓN
Máquinas Expendedoras	9.795	8.763	11,8%
Medios de Pago Electrónicos	9.776	8.719	12,1%
Sistemas Electrónicos de Seguridad	11.555	11.630	-0,6%
Total Ventas sin Café	31.126	29.112	6,9%
Café y Consumibles (AHOSA)	-	7.764	-100,0%
TOTAL	31.126	36.876	-15,6%

Magnitudes consolidadas (en miles de Euros)

Máquinas Expendedoras: Tabaco y Vending

El volumen de ventas de máquinas expendedoras (de tabaco y vending conjuntamente), ha experimentado un aumento del 11,8% en comparación con la cifra del año anterior:

Tabaco

Con fecha 30 de diciembre de 2010, las Cortes Generales de España aprobaron la denominada "Nueva Ley sobre el Tabaco" (Ley 42/2010 que modifica la anterior Ley 28/20085 reguladora, entre otras cosas, de la venta, suministro, consumo y publicidad de los productos del tabaco). La Dirección del Grupo confía en que su aprobación disipará por completo el elevado grado de incertidumbre que existe en el sector, lo que unido a la posibilidad de instalación de máquinas expendedoras en tiendas de conveniencia, permitirá una clara recuperación de las ventas de esta línea de negocio a lo largo del 2011.

En máquinas expendedoras de tabaco, la reducción con respecto al ejercicio anterior ha sido del 9,0% si bien se espera una clara mejoría a lo largo del presente ejercicio asociada a la progresiva implantación en España de la "Nueva Ley sobre el Tabaco" mencionada en el párrafo anterior.

En este nicho de mercado de máquinas expendedoras de tabaco, continuamos siendo la compañía líder del mercado europeo y el referente para las grandes compañías tabaqueras multinacionales con las que estamos trabajando actualmente en diversos proyectos en el ámbito internacional.

Vending

En el negocio de vending el aumento de ventas ha sido del 30,4%.

Por mercados cabe destacar la continuidad de la buena marcha de las ventas en el Reino Unido (mejora del 29,8%) donde nuestra marca Coffetek está mostrando una fuerte capacidad de penetración.

La facturación en los mercados tradicionales también ha experimentado una fuerte mejoría (mejora del 31,0%) gracias a la apertura de interesantes canales comerciales en el Este Europeo y Sudamérica.



En el otro lado de la balanza se encuentra el mercado nacional donde continúa una fuerte a-tonía general, en buena parte originada por los altos niveles de desempleo existentes.

A lo largo de los ejercicios 2011 y 2012 la compañía va a dedicar importantes recursos para la renovación de su gama de productos de vending, renovación que incluirá la incorporación de las últimas tecnologías existentes en el mercado, con el objeto de situar a nuestros productos en vanguardia del mercado.

Medios de Pago Electrónicos: Azkoyen Medios de Pago (Ampasa) y Coges

Las ventas han aumentado un 12,1% respecto al año anterior, habiéndose producido un cambio en el comportamiento de los mercados donde nuestros productos tienen mayor participación: medios de pago para máquinas recreativas (Ampasa) y medios de pago para máquinas de vending (Coges):

Ampasa

Durante el primer trimestre de 2011 las ventas han aumentado un 13,6% respecto al año anterior. Los esfuerzos de la compañía se centran en la introducción de nuevos productos (especialmente relacionados con la billética) tanto en los segmentos de recreativo (presentación en Feria Interazar - Madrid) como en automatización de servicios.

Coges

Nuestra empresa italiana de medios de pago para vending, Coges, ha tenido una evolución muy positiva en ventas del 11,0% por la gran aceptación en el mercado de su amplia gama de productos "cashless" y de "telemetría" en ambos casos con tecnología propia.

Tanto por su peso relativo en la cifra de negocio del Grupo, como por la rentabilidad que generan sus productos, vamos a destinar importantes recursos a I+D+i para reforzar nuestro liderazgo tecnológico y comercial, ofreciendo unos productos de alto componente tecnológico y de una alta fiabilidad y prestaciones, cuestiones fundamentales para nuestro crecimiento.

Sistemas Electrónicos de Seguridad: Primion

Las ventas acumuladas para el primer trimestre de 2011 han experimentado un descenso del 0,6% sobre las del mismo periodo del año anterior.

Las cifras de este trimestre se han visto afectadas por el deterioro registrado en las ventas asociadas a proyectos de larga implantación lanzados en el ejercicio 2009 y procedentes de la antigua filial "Jans Sicherheitssysteme" (actualmente integrada dentro de la matriz "Primion AG") por importe de 670 miles de euros. De no haber existido este ajuste, la facturación del trimestre habría sido un 5,1% superior a la del mismo trimestre del ejercicio anterior.

La economía alemana, principal mercado de la empresa, continúa con su línea de crecimiento durante el año 2011, motivado por el impulso de la demanda externa, del consumo doméstico y de la inversión pública. Este positivo entorno macroeconómico, unido a la finalización de un proyecto interno de reorganización de los equipos técnicos y comerciales en Alemania (proyecto que permitirá fortalecer la acción comercial y aumentar la cercanía al cliente), hace que las expectativas de mejora del negocio en el corto plazo sean significativas.



Café y Consumibles: Ahosa

Con fecha 29 de julio de 2010 fue vendida la división de Café y Consumibles de AHOSA al Grupo Leche Pascual.

1.3 Principales perspectivas

A lo largo del primer semestre de 2011 se finalizará la implantación del plan de reorganización en las unidades de negocio de máquinas expendedoras y medios de pago electrónicos. Se estima que en esta fase final se incurrirá en unos costes de reestructuración adicionales de 1,2 millones de euros. La Dirección del Grupo estima que los ahorros anualizados derivados de la implantación definitiva del plan ascenderán, aproximadamente, a 6 millones de euros en las unidades de negocio de máquinas expendedoras y medios de pago electrónicos, que se unen a los ahorros derivados de las acciones ya implantadas en la unidad de negocio de sistemas integrados de seguridad, control de accesos y control de presencia (Primion), hasta alcanzar un objetivo total de ahorro de 8 millones de euros.

En la actualidad, el entorno y la situación económica continúan incidiendo significativamente en el desarrollo de los tres negocios del Grupo mencionados, lo que exige ser realistas con las expectativas de cara a los próximos meses. No obstante, Azkoyen está haciendo frente a esta situación con un férreo control de gastos y llevando a cabo una agresiva política comercial en todos sus negocios de manera que esa situación se supere lo antes posible. Está previsto en el futuro inmediato incrementar, de forma muy sustancial, la presión sobre la estructura de gastos y costes sin que afecte a la continua mejora y desarrollo de nuevos productos, pilares básicos para el crecimiento futuro del Grupo.

Adicionalmente, en relación con Primion, se continúa con una estricta monitorización de los resultados y actividades de la compañía a través del Consejo de Supervisión de Primion, teniendo como fin último potenciar el desarrollo comercial y tecnológico de la empresa.