



Las ventas de la cadena en España se mantienen en los 154 millones de euros

TELEPIZZA OBTIENE UN EBITDA DE 27,66 MILLONES DE EUROS EN EL PRIMER SEMESTRE

El Grupo TelePizza obtuvo en el primer semestre del presente ejercicio un EBITDA (Resultado Bruto de Explotación) de 27,66 millones de euros, lo que representa una disminución del 5,8 por cien respecto a los 29,36 millones de euros alcanzados en el mismo período de 2001.

Este resultado supone también un aumento en el segundo trimestre del 20,9 por cien respecto a los 12,52 millones de euros obtenidos en el primer trimestre de 2002, y es el tercer trimestre consecutivo de crecimiento en el resultado bruto de explotación.

Las ventas de la cadena en España, incluyendo los ingresos de establecimientos propios y franquiciados, se redujeron un 0,3 por cien en el primer semestre de 2002 respecto al mismo período del año anterior, alcanzando 154,43 millones de euros en nuestro país.

La política de franquiciación tanto en el área nacional como internacional de la compañía implica que la venta de los establecimientos franquiciados no se integran en los ingresos de TelePizza. En cuanto al área internacional, además de los acuerdos de Francia y Méjico para su desarrollo de la mano de un socio local, también hay que tener en cuenta el cese de actividad en Reino Unido y Marruecos desde el presente ejercicio, por lo que ya no se consolidan las ventas en estos países.

Por estas dos razones, los ingresos de explotación de 151,04 millones de euros no son comparables con los 177,06 millones de euros logrados en el primer semestre de 2001, que sí incluían los ingresos derivados de la actividad de establecimientos ahora franquiciados.

Como consecuencia de la política de franquiciación, TelePizza contaba a la conclusión del primer semestre del presente ejercicio con 458 establecimientos bajo el formato de franquicia y 393 establecimientos propios, lo que supone que TelePizza tan sólo gestione directamente el 46 por cien de los locales de la cadena. En nuestro país, la compañía contaba con 278 establecimientos franquiciados y 259 establecimientos propios, lo que supone que TelePizza tan sólo gestione directamente el 48 por cien de los locales de la cadena en España.

TelePizza continúa mejorando sus márgenes operativos. Así, el margen EBITDA sobre ventas ha ascendido al 19,2 por cien, frente al 17,3 por cien del primer semestre de 2001.

En el área internacional, TelePizza decidió centrar su actividad en Portugal, Polonia y Chile, países en los que se había demostrado la rentabilidad de las operaciones y en los que sigue consolidando su liderazgo. Así, las ventas de la cadena en estos países han aumentado un 4,2 por cien respecto al mismo periodo de 2001, alcanzando 32,97 millones de euros.

En cuanto a los países en los que la actividad está completamente franquiciada, Francia y México, cabe destacar que las ventas de la cadena en Francia han aumentado un 20,2 por cien hasta 2,8 millones de euros.

En México, TelePizza ha continuado con su plan piloto de la mano del Grupo Pollo Campero. Actualmente cuenta con 18 establecimientos ya remodelados y está prevista la construcción de dos tiendas conjuntas “TelePizza-Pollo Campero”, a lo que se añade el buen funcionamiento de los acuerdos de franquiciación, fruto de los cuales TelePizza ya está presente en Guatemala, El Salvador y Costa Rica.

El resultado neto del primer semestre ha ascendido a 8,70 millones de euros, frente a los 10,99 millones de euros registrados en el mismo periodo de 2001.

En España, la compañía ha continuado con su política de innovación de productos lanzando la “TelePizza Base Doble”, única pizza de masa rellena de queso existente en el mercado, a la que se añadió, a finales de mayo, el lanzamiento de los Minis de TelePizza, panecillos triangulares rellenos de queso elaborados a partir de masa de TelePizza.

El área de informática continúa avanzando en la mejora de los sistemas de gestión e información de los establecimientos TelePizza y en la implantación de herramientas para un mayor conocimiento de sus clientes como el Data WareHouse, que la compañía comenzará a instalar a finales de septiembre.

En el último trimestre del presente año, la compañía continuará su Plan Director Industrial y Logístico con el inicio de las actividades productivas en su nueva instalación ubicada en Daganzo (Madrid), que cuenta con una superficie construida de 14.000 m² sobre un solar de 40.000 m².

Madrid, 30 de julio de 2002