

FOLLETO INFORMATIVO COMPLETO  
AMPLIACIÓN DE CAPITAL

**TELEPIZZA®**  
*el secreto está en la masa*

El presente folleto informativo completo ha sido inscrito en los registros oficiales de la C.N.M.V. con fecha de 23 de mayo de 2000.

**CAPITULO 0**  
**INTRODUCCIÓN**

## CAPITULO 0

### INTRODUCCIÓN: CIRCUNSTANCIAS RELEVANTES A CONSIDERAR SOBRE LA AMPLIACIÓN DE CAPITAL.

---

#### **0.1. RESUMEN DE LAS CARACTERISTICAS DE LOS VALORES OBJETO DE LA AMPLIACIÓN DE CAPITAL AMPARADAS POR ESTE FOLLETO Y DEL PROCEDIMIENTO PREVISTO PARA LA AMPLIACIÓN DE CAPITAL Y ADJUDICACION ENTRE LOS INVERSORES.**

##### **0.1.1. Identificación de la entidad emisora de los valores objeto de la Emisión.**

La entidad emisora es TELE PIZZA, S.A. (en lo sucesivo, "TELE PIZZA" o "la Sociedad"), con domicilio social en El Soto de la Moraleja (28.109-Alcobendas-Madrid), calle Azalea, nº 1, Edificio F, Miniparc 1 y C.I.F. A-78849676, inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, al tomo 8.686 General, 7552 de la Sección 3ª del Libro de Sociedades, Folio 9, Hoja número 81.671-2, inscripción 1ª, cuyas acciones se encuentran admitidas a cotización en las Bolsas de Valores de Barcelona, Bilbao, Madrid y Valencia, e integradas en el Sistema de Interconexión Bursátil Español (Mercado Continuo).

##### **0.1.2. Consideraciones específicas sobre la Emisión.**

###### **0.1.2.1. Acuerdos sociales.**

La Junta General de Accionistas de TELE PIZZA, S.A., celebrada el 28 de Febrero de 2000 acordó la ampliación del capital de la Sociedad por importe de 268.167.- euros, mediante la emisión y puesta en circulación de 8.938.900 nuevas acciones, de 0,03 euros de valor nominal cada una como contravalor a la aportación no dineraria de la totalidad de las acciones representativas del 100% del capital social de TELECHEF CORPORACION, S.A.

La ecuación de canje del aumento de capital es la fijada de acuerdo con las conclusiones de PRICEWATERHOUSECOOPERS que determinan lo siguiente:

Valoración de TELE PIZZA: 183.397 millones de pesetas

Valoración de TELECHEF CORPORACION, S.A.: 7.637 millones de pesetas.

De acuerdo con lo anterior, PRICEWATERHOUSECOOPERS determinó que el aumento de capital de TELE PIZZA se realice mediante la emisión de 8.938.900 acciones, representativas del 4,1642 % del capital actual, con arreglo a la siguiente ecuación de canje:

*1 acción de TELECHEF serie A = 253,0259 acciones de TELE PIZZA.*

*1 acción de TELECHEF serie B = 37,9539 acciones de TELE PIZZA.*

Las nuevas acciones se emiten a un tipo de emisión del 4.339,633%, esto es, con una prima de emisión total de 11.369.297,52 euros, que resulta como diferencia entre el importe nominal del aumento de capital social determinado por PRICEWATERHOUSECOOPERS y el valor neto contable consolidado de las acciones de TELECHEF CORPORACION, S.A. a 30 de septiembre de 1999, siendo en consecuencia el importe efectivo total del aumento de capital de 11.637.464,521 euros.

Como consecuencia de lo anterior, y según resulta de la diferencia entre el importe efectivo total del aumento de capital y el valor teórico contable de las acciones de TELECHEF CORPORACION, S.A. aportadas, a la fecha de aportación se ha generado un fondo de comercio de 566 millones de pesetas.

### **0.1.2.2. Características de la emisión y destinatarios de la misma.**

El contravalor de la emisión consistirá íntegramente en la aportación no dineraria de las acciones representativas del 100% del capital social de TELECHEF CORPORACIÓN, S.A., por lo que las nuevas acciones se destinan a ser suscritas por los actuales accionistas de ésta última conforme al siguiente detalle, habiéndose acordado la supresión del derecho de suscripción preferente.

<b>Accionista</b>	<b>Número de acciones adjudicadas</b>
<b>D.Pedro Ballvé</b>	2.122.988 y ¼ indivisa de tres acciones
<b>D.Fernando Ballvé</b>	2.122.988 y ¼ indivisa de tres acciones
<b>D.Aldo Olcese</b>	2.122.988 y ¼ indivisa de tres acciones
<b>D.José Carlos Olcese</b>	2.122.988 y ¼ indivisa de tres acciones
<b>D.Gustavo Durán</b>	446.945
<b>TOTAL</b>	8.938.900

D. Pedro Ballvé Lantero, de forma concertada con D. Fernando Ballvé Lantero, D. Aldo Olcese Santonja, D. José Carlos Olcese Santonja, y D. Gustavo Duran San Román (a través de las sociedades BITONCE, S.L., CARBAL, S.A., y UNIBALL, S.L por ellos controladas), poseen una participación del 5'39%. La mencionada participación pasará a ser del 9,17% del capital social resultante tras la ampliación de capital que es objeto del presente Folleto.

### **0.1.2.3. Desarrollo y fases de la operación.**

En este apartado se describe resumida y cronológicamente el desarrollo del proceso de integración.

El 5 de noviembre de 1999 TELE PIZZA y los accionistas de TELECHEF CORPORACIÓN, S.A., formalizaron un Acuerdo de Intenciones relativo a la integración de las sociedades mediante la aportación a TELE PIZZA, S.A. de las acciones de TELECHEF CORPORACION, S.A., entre cuyas bases esenciales se convino que las condiciones económicas de la integración se determinaran en base a criterios objetivos y a las conclusiones de expertos independientes.

A tal efecto, se designó a PRICEWATERHOUSECOOPERS CORPORATE FINANCE, S.L., quien con fecha 20 de diciembre de 2000 elaboró un Informe, determinando el valor a atribuir a la aportación no dineraria de las acciones de TELECHEF CORPORACION, S.A., así como la relación de canje del aumento de capital de TELE PIZZA.

Asimismo, CUATRECASAS ABOGADOS realizó una revisión legal (*due diligence*) de TELECHEF CORPORACIÓN, S.A., KPMG PEAT MARWICK auditó sus estados financieros consolidados a 30 de septiembre de 1999 y MERRIL LYNCH INTERNATIONAL emitió una *fairness opinion* sobre la ecuación de canje propuesta por PRICEWATERHOUSECOOPERS.

De conformidad con el Informe de PRICEWATERHOUSECOOPERS, el Consejo de Administración de TELE PIZZA de 20 de diciembre de 1999 acordó someter a la aprobación de la Junta General de Accionistas, el aumento de capital social cuyo contravalor consistiría en la aportación de las acciones de TELECHEF CORPORACION, S.A.

Con fecha 27 de diciembre de 1999, los Auditores de Cuentas de TELE PIZZA, ERNST & YOUNG, S.L., emitieron el Informe Especial sobre exclusión del derecho de suscripción preferente.

Con fecha 13 de enero de 2000, AUREN CENTRO AUDITORES Y CONSULTORES, S.A. experto independiente designado por el Registro Mercantil, emitió el informe preceptivo para la ampliación de capital.

Con fecha 25 de enero de 2000, el Consejo de Administración de la Sociedad acordó la convocatoria de la Junta General de Accionistas y se formalizó un Protocolo de Integración entre TELE PIZZA y los accionistas de TELECHEF CORPORACION, S.A., en virtud del cual éstos asumieron la obligación de realizar la aportación no dineraria de sus acciones y efectuaron las correspondientes declaraciones y garantías frente a TELE PIZZA en relación a aquellas condiciones económicas de TELECHEF CORPORACION, S.A. en el momento de la integración que habían sido tenidas en cuenta por PRICEWATERHOUSECOOPERS en su Informe.

El 28 de febrero de 2000 se celebró la Junta General Extraordinaria de Accionistas de TELE PIZZA en la que se aprobó la operación objeto del presente folleto informativo.

#### **0.1.2.4. Cierre y terminación del proceso.**

Con fecha 12 de abril de 2000 se otorgó la escritura pública de aumento de capital social de TELE PIZZA, que de conformidad con lo previsto en la Carta Circular 1/1999, se ha presentado al Registro Mercantil de Madrid a efectos del inicio de los trámites correspondientes.

Asimismo y de conformidad con lo previsto en el Protocolo de Integración, los accionistas de TELECHEF CORPORACION, S.A. han asumido determinadas obligaciones adicionales, cuyo objeto es principalmente garantizar a TELE PIZZA el cumplimiento de las condiciones económicas tenidas en cuenta por

PRICEWATERHOUSECOOPERS en el Informe de Valoración. Las referidas obligaciones son básicamente las siguientes:

- (a) Fondos Propios y endeudamiento. Los accionistas de TELECHEF CORPORACION, S.A. se han obligado frente a TELE PIZZA a reintegrar a ésta el exceso de endeudamiento respecto del previsto por PRICEWATERHOUSECOOPERS en la fecha de integración que ascendía a 1.788 millones de pesetas, de forma que se de cumplimiento a dicha previsión y a la exigencia de efectuar los ajustes precisos en caso de que el endeudamiento neto de TELECHEF CORPORACION, S.A. sea superior a sus fondos propios consolidados.
- (b) Plantilla de TELECHEF CORPORACION, S.A. De acuerdo con las previsiones contenidas en el Informe de Valoración de PRICEWATERHOUSECOOPERS, se ha mantenido como personal de estructura dentro del Grupo TELE PIZZA, el 80% del personal que prestaba sus servicios en TELECHEF CORPORACION, S.A. en la fecha de integración, corriendo por cuenta y a cargo de los accionistas las obligaciones laborales correspondientes al restante personal de TELECHEF CORPORACION, S.A. que no mantiene su vinculación laboral con la sociedad tras la integración.
- (c) Contratos de arrendamiento. En la actualidad, se mantiene en vigor los contratos de arrendamiento de las oficinas centrales y de las tiendas propias de TELECHEF CORPORACION, S.A. No obstante, los accionistas han asumido frente a TELE PIZZA los costes que pudieran derivarse finalmente y en su caso, en el supuesto de resolución anticipada de los contratos en los términos previstos en el Informe de Valoración de PRICEWATERHOUSECOOPERS.
- (d) Otros activos. De acuerdo con lo previsto en el Informe de Valoración, no se tuvieron en cuenta en el proyecto de integración, los costes derivados de la concesión de un solar en Mercamadrid de la que es titular TELECHEF CORPORACION, S.A.. En consecuencia con ello, las partes han acordado en adoptar de mutuo acuerdo una decisión final respecto al destino de dicha concesión no más tarde del 30 de junio de 2000, conviniendo que en caso contrario la concesión será transferida y excluida, por cuenta de los accionistas, del patrimonio de TELECHEF CORPORACION, S.A.

## **0.2 CONSIDERACIONES EN TORNO A LAS ACTIVIDADES, SITUACIÓN FINANCIERA Y CIRCUNSTANCIAS MÁS RELEVANTES DEL EMISOR.**

### **0.2.1. Actividad del emisor y de su grupo.**

Se adjunta como Anexo 0 las Cuentas Anuales individuales y consolidadas relativas al ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 1999, junto con los correspondientes informes de auditoría.

El Grupo Telepizza obtuvo en 1.999 un beneficio neto consolidado de 4.501 millones de pesetas (27'05 millones de euros), lo que representa un

incremento del 23'6% respecto a los 3.641 millones de pesetas (21'9 millones de euros) alcanzados en 1.998.

La compañía ha conseguido este resultado tras aumentar un 25'3% el importe neto de la cifra de negocio hasta 48.542 millones de pesetas (291'74 millones de euros), frente a los 38.740 millones de pesetas (232'83 millones de euros) logrados en 1.998.

Hay que señalar que el crecimiento del beneficio neto consolidado se habría situado en un 41% si no hubiera existido el coste de las pérdidas derivadas del desarrollo de Telegrill y la entrada en Francia.

El objetivo corporativo que tiene el grupo para el año 2.000 es alcanzar un crecimiento en cifra de negocio consolidada de entre un 30% y un 35%, y un incremento en los resultados entorno al 30% (en relación con los resultados del 2.000 por trimestres, está previsto que se alcancen los siguientes incrementos en comparación con los mismos periodos del año 1.999: primer trimestre el 15%, segundo trimestre el 25%, tercer trimestre el 41'9% y cuarto trimestre el 40'4% de incremento), previsiones que han tenido en cuenta la aportación al negocio de TELE PIZZA, S.A. que se derive de la integración de TELECHEF CORPORACION, S.A.

Por lo que respecta a la evolución de la cotización bursátil, una vez eliminada la incertidumbre derivada de la venta del paquete accionarial controlado por el accionista fundador (D. Leopoldo Fernández Pujals), las acciones de TELE PIZZA, S.A. han tenido una evolución en la cotización muy positiva, y se prevé que sigan en esta línea, siempre y cuando se mantengan los ritmos de crecimiento esperados en ventas y en resultados.

En el apartado IV.6 del presente folleto, se incluye información sobre las actividades y el negocio desarrollados por TELECHEF CORPORACION, S.A. durante el ejercicio 1999. Tal y como allí se indica, durante el ejercicio 1999 se llevó a cabo una reorganización empresarial del conjunto de actividades que incluyen un proceso de escisión y fusión mediante la absorción por TELECHEF CORPORACION, S.A. de sociedades del Grupo vinculadas a la actividad de promoción y explotación hostelera.

Tal y como resulta de lo mencionado en el citado apartado IV.6, las ventas de TELECHEF durante el ejercicio 1999, ascendieron a 912.126.562 pesetas y los resultados negativos correspondientes a dicho ejercicio ascienden a 1.266.690.000 pesetas. Como Anexos números 10 y 11, se incluyen las Cuentas Anuales Individuales y Consolidadas de TELECHEF CORPORACION, S.A., correspondientes al ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 1999.

## **0.2.2. Riesgos y circunstancias que afecten o puedan afectar a la generación futura de beneficios.**

### **1. Identificación de principales riesgos.**

#### **a) Productos.**

Los riesgos que pueden presentar los productos se minimizan debido al control y la supervisión que realiza el Departamento de Gestión de Calidad del Grupo, basada en inspecciones a la recepción, durante el proceso de producción, y del producto terminado. Independientemente, se establece una fuerte formación y concienciación al personal manipulador, y en el establecimiento existen guías de buena práctica de manipulación (ARCPC) basadas en la metodología de análisis de riesgo y control de puntos críticos (Vide apartado IV.3.5.).

Adicionalmente, el Grupo cuenta con una póliza de Responsabilidad Civil para hacer frente a posibles reclamaciones.

#### **b) Litigios y reclamaciones.**

La Sociedad no tiene conocimiento de ningún litigio en curso que pudiera afectar de manera significativa a los resultados económicos del grupo o a su situación patrimonial, adjuntándose certificado de no litigios al presente Folleto firmado por el Secretario y el Presidente de la Sociedad.

#### **c) Duplicidad de tiendas de las marcas TELEPIZZA-TELECHEF.**

A fin de evitar una posible duplicidad de ambas marcas en tiendas diferentes se canalizará la distribución de los productos TELECHEF a través de las tiendas de la cadena TELEPIZZA, reconduciéndose las tiendas TELECHEF a tiendas TELEPIZZA, o a otros proyectos futuros, de forma que no habrá concurrencia entre ambas marcas.

#### **d) Posible exceso de personal tras la integración de TELECHEF CORPORACIÓN, S.A.**

Tras la integración, todo el personal de operaciones ha sido integrado en TELE PIZZA, a excepción de los pocos casos en los que la tienda de TELECHEF se hallaba cercana a tiendas franquiciadas, en cuyo caso el personal se ha integrado en la plantilla del franquiciado, o se han rescindido los contratos correspondientes a dichos empleados.

En relación con el personal de servicios centrales, ha sido integrado en las oficinas de TELE PIZZA el 80% del mismo, en unos casos han cubierto puestos vacantes o puestos necesarios (teniendo, además en cuenta que la integración supone un mayor volumen de trabajo y por tanto más necesidades de personal), y en otros casos han entrado en el desarrollo de nuevos proyectos. En conclusión, ni en operaciones ni en servicios centrales la integración ha implicado un exceso de personal.

#### **e) Inversiones a realizar en las tiendas para instalar la estación mixta para la venta de productos TELECHEF**

Se ha previsto instalar la estación mixta que permite la venta de productos TELECHEF y que se describe en el Capítulo IV, apartado 2.5, en todas las tiendas TELEPIZZA en las que sea físicamente posible (se ha considerado

que será en el 80%), lo que supone una inversión media por tienda de 2 a 2,5 millones de pesetas, entre coste de instalación y maquinaria. Esta instalación, que ya se ha iniciado (ver Capítulo VII.1 y Capítulo IV.5.2) será realizada tanto en tiendas propias como en las franquicias que lo deseen.

A tal efecto, la inversión que se prevé para el año 2000 se estima en aproximadamente 650 millones de pesetas, de los cuales a la fecha presente ya se han invertido aproximadamente 350 millones.

No obstante la inversión a realizar en las tiendas, se prevé que la venta de estos productos supondrá un incremento en ventas mínimo del 10%, lo cual, previsiblemente, compensará en un plazo muy breve el coste de la inversión.

#### **f) Saturación del sector.**

La compañía no cree que el sector se encuentre saturado, como se demuestra en los datos del Capítulo IV, prueba de ello es el crecimiento de la compañía en ventas y en número de establecimientos así como la incorporación creciente de compañías a dicho sector en los últimos años.

Adicionalmente con la venta de hamburguesas y bocadillos el Grupo TELEPIZZA entra en una nueva parcela del sector de comida rápida, permitiéndole la introducción de estos productos competir en el 92% del mercado total de este tipo de comida.

#### **2. Regulación estatutaria de la sociedad.**

Se considera conveniente destacar en este apartado únicamente la regulación establecida estatutariamente en relación con el Consejo de Administración de la sociedad, régimen que se resume fundamentalmente en lo siguiente:

Para ser nombrado administrador, se requiere poseer, al menos, el 5 por 100 de las acciones de la Sociedad con derecho a voto, con una antelación de, al menos, dos años al momento de la designación. Sin embargo, los requisitos anteriores no resultan precisos cuando la designación o ratificación del administrador se lleve a cabo por la Junta General con el voto favorable de, al menos, el 66 por 100 del capital presente o representado en la Junta General.

Para que un Administrador pueda ser designado Presidente del Consejo es necesaria la concurrencia en el mismo de, al menos, una de las siguientes circunstancias:

- a) Haber formado parte del Consejo de Administración durante, al menos, los tres (3) últimos años anteriores a dicha designación, o
- b) haber ostentado anteriormente la Presidencia del Consejo de Administración de la sociedad cualquiera que fuera su antigüedad en el cargo de administrador.

No será necesaria la concurrencia de ninguna de las circunstancias anteriores en el administrador que se vaya a designar Presidente cuando tal designación se lleve a cabo por acuerdo de cuatro quintas partes de todos los administradores que integran el Consejo de Administración.

### **3. Derechos de propiedad intelectual.**

TELE PIZZA, S.A. no depende de marcas o patentes de terceros, siendo ella misma la que ostenta la titularidad de la marca "TelePizza", tanto a nivel nacional como, entre otros, en los países en los que tiene establecimientos abiertos al público, esto es Portugal, Chile, Polonia, México, Francia y Marruecos. TELE PIZZA, S.A. también es titular directamente de las marcas PIZZA WORLD y TELEGRILL.

Asimismo, TELE PIZZA, S.A. está al corriente en el pago de las tasas requeridas por todos los Registros en los que tiene sus marcas debidamente inscritas, y no tiene conocimiento de que las mismas infrinjan ó hayan sido contestadas por infringir otros Registro o modalidades de propiedad industrial e intelectual que sean titularidad de terceros.

Se adjunta certificado de UNGRIA PATENTES Y MARCAS (Sociedad Agente de Patentes y Marcas del Grupo TELE PIZZA) que acredita la titularidad de las marcas del Grupo.

Para facilitar la expansión de la cadena, TELE PIZZA, S.A. viene cediendo el derecho al uso de la marca desde el año 1.990 a través de contratos de franquicia.

TELE PIZZA, S.A. también es titular de otra serie de marcas diferentes a las anteriores y que actualmente no se encuentran en fase de explotación.

**CAPÍTULO I**

**PERSONAS QUE ASUMEN LA RESPONSABILIDAD DE SU CONTENIDO**

**Y**

**ORGANISMOS SUPERVISORES DEL FOLLETO**

## CAPÍTULO I

### **PERSONAS QUE ASUMEN LA RESPONSABILIDAD DE SU CONTENIDO**

**Y**

### **ORGANISMOS SUPERVISORES DEL FOLLETO**

---

#### **1.1. PERSONAS QUE ASUMEN LA RESPONSABILIDAD POR EL CONTENIDO DEL FOLLETO.**

D. Carlos López Casas, con DNI/NIF número 5.240.171, en su condición de Consejero-Delegado y en nombre y representación de la entidad emisora, **TELE PIZZA, S.A.**, asume la responsabilidad del contenido del presente folleto informativo respecto de los datos e informaciones que en el mismo se recogen en relación a la entidad emisora, confirmando la veracidad de su contenido y que no se ha omitido ningún hecho o dato relevante, ni induce a error.

D. José Carlos Olcese Santonja, con DNI/NIF número 5.408.594-Y, en su condición de Consejero-Delegado y en nombre y representación de la sociedad **TELECHEF CORPORACION, S.A.**, asume la responsabilidad del contenido del presente folleto informativo respecto de los datos e informaciones que en el mismo se recogen en relación a TELECHEF CORPORACION, S.A., confirmando la veracidad de su contenido y que no se ha omitido ningún hecho o dato relevante, ni induce a error.

#### **1.2. ORGANISMOS SUPERVISORES**

El presente Folleto Informativo ha sido inscrito en los registros oficiales de la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

Este Folleto Informativo tiene naturaleza de Folleto Completo, y ha sido redactado de conformidad con el Real Decreto 291/1992 de 27 de Marzo, relativo a emisiones y Ofertas Públicas de ventas de valores, así como de conformidad con la orden ministerial de fecha 12 de Julio de 1.993. y con la Circular 2/1999, de 22 de abril, de la CNMV, por la que se aprueban determinados modelos de folletos de utilización en emisiones u ofertas públicas de valores.

El registro del presente folleto por la Comisión Nacional del Mercado de Valores, no implica recomendación de adquisición de los valores, ni pronunciamiento en sentido alguno sobre la solvencia de la entidad emisora o la rentabilidad o calidad de los valores a los que el mismo se refiere.

La emisión que es objeto del presente folleto no precisa de autorización ni pronunciamiento administrativo previo distinto de la verificación y registro del Folleto en la CNMV.

**1.3. NOMBRE, DOMICILIO Y CUALIFICACIÓN DE LOS AUDITORES QUE HAYAN VERIFICADO LAS CUENTAS ANUALES DE LOS TRES ÚLTIMOS EJERCICIOS.**

Los ejercicios de TELE PIZZA, S.A. cerrados el 31 de Diciembre de los años 1.997, 1.998 y 1.999 y las Cuentas Anuales consolidadas e informe de Gestión consolidado del Grupo TELEPIZZA correspondientes a dichos ejercicios, han sido auditados sin salvedades por la firma “Ernst & Young, S.L.”, legalmente domiciliada en Madrid, Plaza Pablo Ruiz Picasso, s/n, provista de C.I.F. nº A-78/970506 y con nº S/0530 del Registro Oficial de Auditores de Cuentas (R.O.A.C.).

Se adjunta como Anexo núm. 0 copia de las Cuentas Anuales e Informes de Gestión, individuales y consolidados, correspondientes al ejercicio cerrado el 31 de Diciembre de 1.999, auditadas por la citada firma (pendientes de aprobación por la Junta General de Accionistas) y copia del informe de Auditoría.

En relación con TELECHEF CORPORACION, S.A., el ejercicio cerrado a 31 de Diciembre de 1999 ha sido auditado sin salvedades por la firma “KPMG AUDITORES S.L.”, con domicilio social en Madrid, Edificio Torre Europa, Paseo de la Castellana, 95, 28046 y está inscrita en el Registro de Sociedades del Instituto de Auditores-Censores Jurados de Cuentas con el nº 10 y con nº S 0702 del Registro Oficial de Auditores de Cuentas (R.O.A.C.).

Las Cuentas Anuales consolidadas e informe de Gestión consolidado de TELECHEF CORPORACION, S.A. y sociedades dependientes correspondientes al ejercicio cerrado el 31 de Diciembre de 1.999 han sido auditadas asimismo sin salvedades por la firma “KPMG AUDITORES, S.L.” cuyos datos se señalan en el párrafo precedente.

No se hace referencia ni se acompañan las cuentas anuales correspondientes a los ejercicios 1997 y 1998 por tratarse de ejercicios cuyos datos no resultan significativos, dado que se refieren al periodo anterior a la fusión de TELECHEF CORPORACION, S.A.

Se adjunta como Anexo núm. 10 y 11 copia de las Cuentas Anuales e Informes de Gestión, individuales y consolidados, correspondientes al ejercicio cerrado el 31 de Diciembre de 1.999, auditadas por la citada firma (pendientes de aprobación por la Junta General de Accionistas) y copia del informe de Auditoría.

## **CAPÍTULO II**

### **LA EMISION Y LOS VALORES NEGOCIABLES OBJETO DE LA MISMA**

## **CAPÍTULO II**

### **LA EMISION Y LOS VALORES NEGOCIABLES OBJETO DE LA MISMA**

#### **II.1. ACUERDOS SOCIALES.**

##### **II.1.1. Acuerdos de emisión.**

El presente folleto informativo tiene por objeto la emisión de 8.938.900 acciones ordinarias de TELE PIZZA, de 0,03 euros de valor nominal cada una de ellas, con idéntico valor nominal y con igual contenido de derechos y obligaciones que las restantes acciones en circulación de la sociedad.

La emisión se realiza en virtud del acuerdo adoptado por la Junta General Extraordinaria de Accionistas de TELE PIZZA celebrada el 28 de febrero de 2000, la cual acordó aumentar su capital social por un importe total de 268.167.- euros, mediante la emisión y puesta en circulación de un total de 8.938.900.- nuevas acciones, de 0,03 euros de valor nominal cada una de ellas, cuyo contravalor consistirá íntegramente en la aportación no dineraria de las acciones representativas del 100% del capital social de la sociedad TELECHEF CORPORACION, S.A.

En consecuencia con lo anterior, el aumento de capital social y la emisión de las nuevas acciones se lleva a cabo con exclusión del derecho de suscripción preferente, toda vez que la totalidad de las acciones emitidas se adjudican a los accionistas de TELECHEF CORPORACION, S.A. en proporción a su respectiva participación en el capital social de esta última y tal y como se indica en detalle en el apartado II.10.1. del presente Folleto.

El aumento de capital social y la emisión de las acciones de TELE PIZZA que es objeto del presente folleto informativo, se fundamentan en los informes y acuerdos siguientes, los cuales se incorporan como documentos acreditativos de la emisión y se acompañan como anexo del presente folleto:

Anexo núm. 1. Copia de la escritura pública, acta notarial de la Junta General Extraordinaria de TELE PIZZA celebrada el 28 de febrero de 2000, autorizada por el Notario de Madrid, don Eduardo Martín Alcalde, bajo el número 523 del orden de su protocolo.

Anexo núm. 2. Informe del Consejo de Administración de la Sociedad de fecha 20 de diciembre de 1999, sobre la propuesta de aumento de capital social con aportaciones no dinerarias y supresión del derecho de suscripción preferente.

Anexo núm. 3. Informe de PRICEWATERHOUSE COOPERS CORPORATE FINANCE, S.L. de fecha 20 de diciembre de 1999 sobre Integración de TELECHEF CORPORACION, S.A. en TELE PIZZA, valoraciones y relación de canje.

Anexo núm. 4. “Fairness opinion” emitida por MERRIL LYNCH INTERNATIONAL de fecha 20 de diciembre de 1999.

Anexo núm. 5. Informe emitido por CUATRECASAS ABOGADOS de fecha 27 de diciembre de 1999.

Anexo núm. 6. Estados financieros de TELECHEF CORPORACION, S.A. correspondientes al periodo comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre de 1999 auditados por KPMG PEAT MARWICK y Cía, Auditores SRC.

Anexo núm. 7. Informe emitido por AUREN CENTRO AUDITORES Y CONSULTORES, S.A. con fecha 19 de enero de 2000 en su condición de experto independiente nombrado por el Registro Mercantil de Madrid.

Anexo núm. 8. Informe emitido por ERNST & YOUNG con fecha 27 de diciembre de 1999, sobre la exclusión del derecho de suscripción preferente.

#### **II.1.2. Acuerdos de realización de la Oferta Publica de Venta.**

No procede.

#### **II.1.3. Información sobre los requisitos y acuerdos para la admisión a negociación en Bolsas de Valores.**

La totalidad de las acciones representativas del capital social de TELE PIZZA están admitidas a cotización oficial en las Bolsas de Valores de Barcelona, Bilbao, Madrid y Valencia e incorporadas al Sistema de Interconexión Bursátil.

Según resulta de los acuerdos adoptados por la Junta General Extraordinaria de Accionistas de la Sociedad, se ha acordado solicitar la admisión a negociación de la totalidad de las nuevas acciones de TELE PIZZA, que se emiten como consecuencia de la ampliación de capital que da lugar a la emisión objeto del presente folleto, en las Bolsas de Valores de Barcelona, Bilbao, Madrid y Valencia, así como su integración en el Sistema de Interconexión Bursátil Español (Mercado Continuo), todo ello con plena sujeción a lo dispuesto en el artículo 27 b) del Reglamento de Bolsas de Comercio y demás disposiciones de aplicación.

## **II.2. AUTORIZACIÓN ADMINISTRATIVA.**

La presente Emisión no requiere autorización administrativa previa y está sujeta únicamente al régimen general de verificación del Folleto y al registro del mismo por la CNMV.

Asimismo se hace constar que dado que el aumento de capital objeto del presente folleto supone la realización de una operación de concentración incluida dentro de los supuestos de notificación obligatoria según lo dispuesto por la Ley 16/1989, de Defensa de la Competencia, se ha efectuado la preceptiva notificación, habiéndose obtenido con fecha 5 de abril de 2000 la correspondiente autorización tácita por parte del Servicio de Defensa de la Competencia.

## **II.3. EVALUACIÓN DEL RIESGO INHERENTE A LOS VALORES O A SU EMISOR.**

No se ha realizado ninguna evaluación del riesgo inherente a las acciones ni a la sociedad emisora por parte de entidad calificadora alguna.

## **II.4. VARIACIONES SOBRE EL RÉGIMEN LEGAL TÍPICO DE LOS VALORES EMITIDOS.**

No existen variaciones sobre el régimen legal típico previsto en las disposiciones legales aplicables en materia de acciones de sociedades anónimas.

## **II.5. CARACTERÍSTICAS DE LOS VALORES.**

### **II.5.1. Naturaleza y denominación de los valores.**

Los valores a los que se refiere la presente emisión son acciones ordinarias de TELE PIZZA, de tres céntimos de euro (0,03 euros) de valor nominal cada una.

Todas las acciones pertenecen a la misma clase y serie de las acciones actualmente en circulación, sin que existan acciones privilegiadas, y están libres de cargas y gravámenes, gozando de plenos derechos políticos y económicos.

### **II.5.2. Representación de los valores.**

Las acciones emitidas estarán representadas por medio de anotaciones en cuenta, correspondiendo la llevanza del registro contable al Servicio de Compensación y Liquidación de Valores, S.A. (S.C.L.V.), con domicilio social en Madrid, calle Orense, 34 y entidades adheridas al mismo, de conformidad con lo previsto en el artículo 30 del Real Decreto 116/92 de 14 de febrero.

### **II.5.3 Importe nominal global de la Emisión, desglosado entre ampliación de capital y prima de emisión.**

El importe nominal del aumento de capital a la que corresponde la emisión objeto del presente Folleto informativo es de 268.167.- euros. Dicho aumento de capital se realizará mediante la emisión y puesta en circulación de un total de 8.938.900.- nuevas acciones, de 0,03 euros de valor nominal cada una de ellas.

Las nuevas acciones se emiten con una prima de emisión de 1,27189.- euros por acción, siendo por tanto el precio de emisión unitario de 1,30189.- euros, que resulta como suma del valor nominal y de la prima de emisión indicada.

En consecuencia, el importe total de la prima de emisión acordada asciende a 11.369.297,521 euros, siendo el importe efectivo total del aumento de capital de 11.637.464,521 euros.

### **II.5.4 Número de valores, numeración, proporción sobre el capital, importe nominal y efectivo de cada uno de ellos.**

El número de acciones en las que se amplía el capital social de TELE PIZZA y que son objeto de la presente emisión es de OCHO MILLONES NOVECIENTAS TREINTA Y OCHO MIL NOVECIENTAS (8.938.900.-) nuevas acciones, de 0,03 euros de valor nominal cada una de ellas representativas de un 3,997765 % del capital social de TELE PIZZA, resultante tras la propia ampliación de capital, lo que supone un importe nominal total de 268.167.- euros.

El importe nominal del aumento de capital social y consecuentemente el número de acciones objeto de la presente emisión, han sido determinadas por el Consejo de Administración de TELE PIZZA de acuerdo con la valoración de las acciones de TELECHEF CORPORACION, S.A. y con la relación de canje del aumento de capital de TELE PIZZA que resultan del informe emitido por la entidad PRICEWATERHOUSECOOPERS CORPORATE FINANCE, S.L. con fecha 20 de diciembre de 1999.

Tal y como resulta de los documentos acreditativos de la emisión que se han incorporado como anexo del presente folleto, con fecha 5 de noviembre de 1999 TELE PIZZA y los accionistas de TELECHEF CORPORACIÓN, S.A., formalizaron un Acuerdo de Intenciones relativo a la eventual integración de las sociedades, que se llevaría a cabo en principio mediante la aportación a TELE PIZZA de las acciones representativas del 100% del capital social de TELECHEF CORPORACION, S.A. Entre las bases esenciales de dicho acuerdo, las partes convinieron que la determinación de las condiciones económicas de la integración se realizara en base a criterios objetivos y a las determinaciones y conclusiones de expertos independientes.

A tal efecto, se designó a la entidad PRICEWATERHOUSECOOPERS CORPORATE FINANCE, S.L. a fin de que elaborara un Informe de valoración, que determinara el valor a atribuir a la aportación no dineraria de las acciones de TELECHEF CORPORACION, S.A., así como la relación de canje del aumento de capital de TELE PIZZA. La designación de PRICEWATERHOUSECOOPERS lo fue en su condición de experto y de valorador independiente, encomendándose a dicha entidad la determinación y empleo y mediante el empleo de los procedimientos, métodos y técnicas de valoración que por la propia entidad se consideraran más adecuados en atención a la operación proyectada.

De acuerdo con lo anterior, y tal y como resulta del informe de PRICEWATERHOUSECOOPERS CORPORATE FINANCE, S.L. de 20 de diciembre de 2000, que se incorpora como anexo núm. 3 del presente folleto, a efectos de determinar el valor adecuado y justo para la fijación del valor de canje para el aumento de capital de TELE PIZZA, se ha considerado por parte de PRICEWATERHOUSECOOPERS CORPORATE FINANCE, S.L. como método de valoración más adecuado en consideración a los términos y condiciones de la operación, la valoración de ambas sociedades en base a las sinergias que está previsto que se produzcan como consecuencia de la integración, las cuales se atribuyen a cada una de las sociedades en función de una estimación objetiva de sus respectivas contribuciones, aplicando métodos de valoración comúnmente aceptados, en particular, con arreglo al método de valor actualizado de flujos de caja futuros.

En particular, en el citado informe se hace constar que con el fin de estimar un valor equitativo y razonable de las acciones de TELE PIZZA y de TELECHEF CORPORACION, S.A. se considera el valor del negocio adicional que surge de la integración, el cual se atribuye a cada una de las sociedades en función de sus respectivas contribuciones. El incremento de valor originado por la integración se estimó por el referido valorador en 24.954 millones de pesetas, estimándose que la contribución a dicho incremento es del 69% en lo que respecta a TELE PIZZA y del 31% en lo que respecta a TELECHEF CORPORACION, S.A.

El valor atribuido por PRICEWATERHOUSECOOPERS asciende a 7.637 millones de pesetas, en lo referente a TELECHEF CORPORACION, S.A. y de 183.397 millones de pesetas en lo referente a TELE PIZZA. Como consecuencia de lo anterior, la relación de canje propuesta por PRICEWATERHOUSECOOPERS y que se recoge en el informe emitido con fecha 20 de diciembre de 1999 por la referida entidad es la siguiente:

*“Sobre la base de estas valoraciones, TELE PIZZA deberá realizar una ampliación de capital de 8.938.900 [acciones] (4,1642423% de su capital actual compuesto por 214.658.500 acciones) de 0.03 euros de valor nominal, que serán canjeadas por la totalidad del capital social de TELECHEF compuesto por 29.100 acciones de la serie A, de 10.000 pesetas de valor nominal y por 41.250 acciones de la serie B, de 1.500 pesetas de valor nominal, lo que equivale a la siguiente ecuación de canje:*

*1 acción de TELECHEF serie A = 253,0259 acciones de TELE PIZZA.*

*1 acción de TELECHEF serie B = 37,9539 acciones de TELE PIZZA.”*

Con arreglo a lo anterior, el Consejo de Administración de TELE PIZZA en su reunión de fecha 20 de diciembre de 1999 acordó someter a la consideración y aprobación de la Junta General de Accionistas, el aumento de capital social por importe de 268.167 euros, mediante la emisión y puesta en circulación de un total de 8.938.900 nuevas acciones, de 0,03 euros de valor nominal cada una de ellas, cuyo contravalor consistiría íntegramente en la aportación no dineraria de las acciones representativas del 100% del capital social de TELECHEF CORPORACION, S.A.

Tal y como se expone en el Informe emitido por el Consejo de Administración y que figura como Anexo núm. 2 del presente folleto, el precio de emisión de las nuevas acciones se fija en 1,30189 euros por acción, con una prima de emisión de 1,27189 euros por acción, que resulta como diferencia entre el importe nominal del aumento de capital social fijado por PRICEWATERHOUSECOOPERS y el valor neto contable consolidado de las acciones de TELECHEF CORPORACION, S.A. a 30 de septiembre de 1999, según los Estados Financieros Consolidados a la citada fecha auditados por KPMG AUDITORES, S.L.

Con fecha 27 de diciembre de 1999 y de conformidad con lo previsto en el artículo 159 de la Ley de Sociedades Anónimas, se procedió por los Auditores de Cuentas de TELE PIZZA, la entidad ERNST & YOUNG, S.L. a la emisión del Informe Especial sobre exclusión del derecho de suscripción preferente, en el cual y en relación al Informe emitido por el Consejo de Administración de la sociedad al que anteriormente se ha hecho referencia, se indica lo siguiente:

*“Teniendo en cuenta lo indicado anteriormente, en nuestro juicio profesional, los factores utilizados por el Consejo de Administración de TELE PIZZA, S.A. en la determinación del tipo de emisión de 1,30189 euros por acción para las nuevas acciones están adecuadamente expuestos en su informe adjunto y se basan en el método de valoración descrito anteriormente, que consideramos adecuado y justifican el tipo de emisión propuesto a la aprobación de la Junta General Extraordinaria de Accionistas.”*

Tal y como se ha señalado, el referido Informe Especial de ERNST & YOUNG, S.L. se incorpora como Anexo núm. 8 del presente folleto.

Asimismo y con fecha 13 de enero de 2000, la entidad AUREN CENTRO AUDITORES Y CONSULTORES, S.A. en su condición de experto independiente designado por el Registro Mercantil a los efectos previstos en el artículo 38 de la Ley de Sociedades Anónimas, procedió a la emisión del correspondiente informe que se incorpora como anexo núm. 7 del presente folleto, en el cual se concluye lo siguiente:

*“Conforme a los procedimientos y alcance de nuestro trabajo, la información utilizada y las consideraciones señaladas en los párrafos anteriores, teniendo en cuenta las especiales características de la operación planteada, en nuestro juicio profesional, los criterios de valoración utilizados son razonables y los valores a los que estos conducen de las acciones de TELECHEF CORPORACION, S.A. justifican al menos la ampliación de capital de TELE PIZZA, S.A. respecto al número y valor nominal y prima de las acciones a emitir como contrapartida”.*

#### **II.5.5. Comisiones y gastos de todo tipo que obligatoriamente tengan que desembolsar los suscriptores.**

La suscripción de las nuevas acciones será libre de gastos para los suscriptores.

#### **II.6 COMISIONES POR INSCRIPCION Y MANTENIMIENTO DE SALDOS POR EL REGISTRO CONTABLE DE LAS ACCIONES**

Los gastos de inscripción de esta ampliación en el registro del SCLV serán a cargo de la Sociedad emisora, así como los gastos de adjudicación de las acciones. Las Entidades adheridas al SCLV que lleven las cuentas de los titulares de acciones podrán establecer, de acuerdo con la legislación vigente, las comisiones y gastos repercutibles en concepto de administración de valores que libremente determinen.

#### **II.7. LEY DE CIRCULACIÓN DE LOS VALORES.**

No existen restricciones estatutarias ni de otra índole respecto de la libre transmisibilidad de las acciones, por lo que éstas serán libremente transmisibles con arreglo en lo dispuesto en la Ley de Sociedades Anónimas, la Ley del Mercado de Valores y demás normativa vigente.

## **II.8. NEGOCIACIÓN OFICIAL EN LAS BOLSAS DE VALORES.**

Se solicitará la admisión a negociación de la totalidad de las nuevas acciones de TELE PIZZA, que se emitan como consecuencia de la presente ampliación de capital, en las Bolsas de Valores de Barcelona, Bilbao, Madrid y Valencia, en las que se negocian las acciones actualmente en circulación de la Sociedad así como su integración en el Sistema de Interconexión Bursátil Español (Mercado Continuo), a partir de la fecha de verificación y registro del presente folleto informativo de la emisión en la Comisión Nacional del Mercado de Valores, todo ello con plena sujeción a lo dispuesto en el artículo 27 b) del Reglamento de Bolsas de Comercio y demás disposiciones de aplicación y en particular a lo previsto en la Carta Circular 1/1999, de 4 de junio de 1999, de forma que las acciones resultantes de la emisión objeto del presente folleto coticen a los seis días hábiles bursátiles siguientes después de la fecha de registro del presente folleto.

Se hace constar que se conocen los requisitos y condiciones que se exigen para la admisión, permanencia y exclusión de los valores en estos mercados secundarios, según la legislación vigente y los requerimientos de sus organismos rectores y el emisor acepta cumplirlos.

## **II.9. DERECHOS Y OBLIGACIONES RELATIVOS A LOS VALORES QUE SE EMITEN.**

### **II.9.1. Derecho a participar en el reparto en las ganancias sociales y en el patrimonio resultante de la liquidación.**

Todas las acciones de TELE PIZZA, confieren a sus titulares el derecho a participar en las ganancias sociales y en el patrimonio resultante de la liquidación.

No hay derecho a percibir un dividendo mínimo. Los derechos al cobro de dividendos y cualesquiera otros de contenido económico que produzcan las acciones se harán efectivos en la forma que para cada caso se anuncie, y podrán ejercitarse a través o con asistencia de las entidades adheridas en cuyos registros estén inscritos los valores, siendo el plazo de prescripción del derecho de cobro de 5 años, de conformidad con lo establecido en el artículo 947 del Código de Comercio. El beneficiario de dicha prescripción será TELE PIZZA.

## **II.9.2. Derecho de suscripción preferente en la emisión de nuevas acciones o de obligaciones convertibles en acciones.**

De conformidad con lo dispuesto en la Ley de Sociedades Anónimas, las acciones objeto de la presente Emisión gozan del derecho de suscripción preferente en los aumentos de capital con emisión de nuevas acciones, ordinarias o privilegiadas, así como en la emisión de obligaciones convertibles en acciones.

Igualmente, las acciones objeto de la presente emisión gozan del derecho de asignación gratuita reconocido por la Ley de Sociedades Anónimas para el supuesto de realización de ampliaciones de capital con cargo a reservas.

## **II.9.3. Derecho de asistencia y voto en las Juntas Generales de Accionistas.**

Las acciones objeto de la presente emisión confieren a sus titulares el derecho de asistir y votar en las Juntas Generales de Accionistas, y el de impugnar los acuerdos sociales de acuerdo con el régimen general establecido en la Ley de Sociedades Anónimas.

Podrán asistir a las Juntas Generales de Accionistas todos aquellos que sean titulares de al menos una acción, siempre que estén inscritos en el Registro Contable de Acciones de la Sociedad con al menos 5 días de antelación respecto de la fecha acordada para la celebración de la Junta.

No existen limitaciones al número máximo de votos que puede emitir un accionista o las sociedades pertenecientes a un mismo grupo.

## **II.9.4. Derecho de información.**

Las acciones objeto de la presente emisión confieren a sus titulares el derecho de información de acuerdo con las previsiones establecidas al respecto en la Ley de Sociedades Anónimas.

## **II.9.5. Prestaciones accesorias, privilegios, facultades y deberes.**

Ninguna de las acciones, objeto de la presente emisión, conllevan prestaciones accesorias, ni privilegios, facultades o deberes especiales.

**II.9.6. Fecha de entrada en vigor de cada uno de los derechos y obligaciones derivados de las acciones que se ofrecen.**

Todos los derechos y obligaciones de los titulares de las acciones objeto de la presente emisión podrán ser ejercitados por los adjudicatarios de las mismas a partir de la fecha de emisión.

**II.10 DISTRIBUCIÓN DE LA EMISION Y PROCEDIMIENTO DE COLOCACIÓN.**

**II.10.1 Colectivo de potenciales inversores. Distribución de la Emisión.**

Dado que el contravalor de las nuevas acciones emitidas consiste íntegramente en la aportación no dineraria de las acciones representativas del 100% del capital social de la sociedad TELECHEF CORPORACION, S.A., la totalidad de las nuevas acciones se destinan a ser suscritas por los actuales accionistas de la referida sociedad TELECHEF CORPORACION, S.A., en proporción a su respectiva participación en el capital social de esta última, cuyo detalle se recoge en el apartado II.11.5 del presente folleto.

En consecuencia, la adjudicación y suscripción de las nuevas acciones se efectúa a favor de las personas que seguidamente se indican:

- A favor de D. Pedro Ballvé Lantero, se adjudican un total de 2.122.988 acciones y una cuarta parte indivisa de tres acciones, por un precio de emisión total de 2.763.897, 82 euros.
- A favor de D. Fernando Ballvé Lantero, se adjudican un total de 2.122.988 acciones y una cuarta parte indivisa de tres acciones , por un precio de emisión total de 2.763.897, 82 euros.
- A favor de D. Aldo Olcese Santonja, se adjudican un total de 2.122.988 acciones y una cuarta parte indivisa de tres acciones por un precio de emisión total de 2.763.897, 82 euros.
- A favor de D. José Carlos Olcese Santonja, se adjudican un total de 2.122.988 acciones y una cuarta parte indivisa de tres acciones, por un precio de emisión total de 2.763.897, 82 euros.
- Y a favor de D. Gustavo Durán San Román, se adjudican un total de 446.945 acciones, por un precio de emisión total de 581.873,23 euros.

**II.10.2 Plazo de suscripción.**

No procede.

**II.10.3 Donde y ante quien tramitar la suscripción.**

No procede.

**II.10.4 Desembolso de las acciones.**

Como ya se ha señalado, el contravalor de las acciones objeto de la presente emisión, consiste íntegramente en la aportación no dineraria de la totalidad de las acciones representativas del 100% del capital social de TELECHEF CORPORACION, S.A.

**II.10.5 Forma y plazo de entrega a los suscriptores de las nuevas acciones.**

La entrega de las nuevas acciones a los suscriptores de las mismas se realizará de forma automática a partir de la inscripción del aumento de capital en el Registro Mercantil y a través de la correspondiente inscripción en los registros contables de anotaciones en cuenta, a cargo del Servicio de Compensación y Liquidación de Valores y Entidades Adheridas al mismo.

**II.11 DERECHOS DE SUSCRIPCIÓN PREFERENTE SOBRE LAS ACCIONES OBJETO DE LA AMPLIACIÓN DE CAPITAL**

**II.11.1. Supresión del derecho de suscripción preferente.**

El aumento de capital social del que resulta la emisión de nuevas acciones que es objeto del presente folleto informativo se lleva a cabo con supresión del derecho de suscripción preferente de los actuales accionistas de la Sociedad, en consideración a la propia naturaleza de la operación y al contravalor del aumento, que está constituido exclusivamente por la aportación no dineraria de la totalidad de las acciones de TELECHEF CORPORACION, S.A.

La supresión del derecho de suscripción preferente ha sido acordada por la Junta General Extraordinaria de Accionistas de 28 de febrero de 2000, de conformidad con lo previsto en el artículo 159.1.c) de la Ley de Sociedades Anónimas, habiéndose emitido a tal efecto el preceptivo Informe Especial por parte de los auditores de cuentas de TELE PIZZA, la entidad ERNST & YOUNG, S.L., con fecha 27 de diciembre de 1999, el cual se incorpora como anexo núm. 8 del presente folleto informativo.

**II.11.2. Identidad de las personas a las que se atribuyen los derechos de suscripción preferente.**

No procede.

**II.11.3. Valor real de las acciones de la sociedad según el criterio del auditor de cuentas.**

Según resulta del Informe emitido por el auditor de cuentas de TELE PIZZA, la entidad ERNST & YOUNG, S.L. con fecha 27 de diciembre de 1999, los factores utilizados por el Consejo de Administración de la Sociedad en la determinación del tipo de emisión de 1,30189 euros por acción para las nuevas acciones están adecuadamente expuestos en su Informe y se basan en un método de valoración que se considera adecuado y justifica el citado tipo de emisión.

**II.11.4. Finalidad y justificación detallada de la operación.**

Tal y como ha quedado expuesto, la presente emisión se realiza con la finalidad de llevar a cabo la integración de TELECHEF CORPORACION, S.A. en el Grupo de sociedades cuya dominante es TELE PIZZA, consistiendo íntegramente el contravalor de las nuevas acciones en la aportación no dineraria de las acciones representativas del 100% del capital social de TELECHEF CORPORACION, S.A.

Según lo expuesto en el Informe emitido por el Consejo de Administración de TELE PIZZA, se ha considerado que la integración de TELECHEF CORPORACION, S.A. en el grupo de sociedades cuya dominante es TELE PIZZA, reportará significativas ventajas para esta última, estimándose que permitirá la creación de un valor económico para el Grupo TELE PIZZA cercano a 25.000 millones de pesetas, como consecuencia principalmente de la contribución que la integración supondrá para el proceso y la estrategia de diversificación del Grupo y gracias, entre otros extremos, a la incorporación de la tecnología y know-how desarrollados por TELECHEF CORPORACION, S.A. en la elaboración de determinados productos.

Asimismo, se ha considerado que el procedimiento propuesto para la formalización de la operación resulta ser el más conveniente para TELE PIZZA, toda vez que permite la consecución del objetivo de incorporación plena de TELECHEF CORPORACION, S.A. como filial participada al 100% a través de un aumento de capital social y sin necesidad de incrementar el endeudamiento y los recursos ajenos de TELE PIZZA.

**II.11.5. Bienes objeto de aportación.**

Los bienes que se aportan en contraprestación del aumento de capital son las acciones representativas del 100% del capital social de TELECHEF CORPORACION, S.A., esto es, 70.620 acciones nominativas, de clase única, divididas en las siguientes series: serie A, compuesta por 29.100 acciones de 10.000 pesetas de valor nominal cada una de ellas numeradas correlativamente del 1 al 29.100, ambos inclusive y serie B, compuesta por 41.520 acciones de 1.500 pesetas de valor nominal cada una de ellas, numeradas correlativamente del 29.101 al 70.620, ambos inclusive, estando ambas series totalmente suscritas y desembolsadas en su 100%, según así resulta de la escritura pública de aumento de capital social autorizada con fecha de 1 de Octubre de 1999 por el Notario de Madrid, don Emilio Villalobos Bernal, bajo el número 2.722 del orden de su protocolo, inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, al Tomo 14.438, Libro 0, Folio 158, Sección 8, Hoja M- 68.191, Inscripción 25<sup>a</sup>. Las mencionadas acciones están representadas mediante títulos físicos y no se encuentran admitidas a negociación en ningún mercado secundario.

En consecuencia y según ha quedado expuesto, la aportación no dineraria a realizar como contravalor al aumento de capital propuesto está constituida por las referidas 70.620 acciones nominativas representativas de la totalidad del capital social de TELECHEF CORPORACION, S.A., las cuales son aportadas por sus actuales accionistas, don Pedro José Ballvé Lantero, don Fernando Ballvé Lantero, don José Carlos Olcese Santonja, don Aldo Olcese Santonja, y don Gustavo Durán San Román, en proporción a su respectiva participación en el capital social, cuyo detalle se recoge en el cuadro siguiente:

<b>Accionista</b>	<b>Número Acciones Serie A</b>	<b>Numeración</b>	<b>Número Acciones Serie B</b>	<b>Numeración</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>D.Pedro Ballvé</b>	6.911,25	2.127 a 4.252 9.451 a 11.812 18.901 a 21.323 1/4 8.505	9.861,00	29.101 a 31.475 39.101 a 43.375 57.101 a 60.311	23,75%
<b>D.Fernando Ballvé</b>	6.911,25	1 a 2.126 11.813 a 14.175 21.324 a 23.745 1/4 8.505	9.861,00	31.476 a 33.850 43.376 a 47.650 60.312 a 63.522	23,75%
<b>D.Aldo Olcese</b>	6.911,25	6.379 a 8.504 14.176 a 16.537 23.746 a 26.168 1/4 8.505	9.861,00	33.851 a 36.225 47.651 a 51.925 63.523 a 66.733	23,75%
<b>D.José Carlos Olcese</b>	6.911,25	4.253 a 6.378 16.538 a 18.900 26.169 a 28.590 1/4 8.505	9.861,00	36.226 a 38.600 51.926 a 56.200 66.734 a 69.944	23,75%
<b>D.Gustavo Durán</b>	1.455,00	8.506 a 9.450 28.591 a 29.100	2.076,00	38.601 a 39.100 56.201 a 57.100 69.945 a 70.620	5,00%
<b>TOTAL</b>	29.100,00	1 a 29.100	41.520,00	29.101 a 70.620	100,00%

La totalidad de las acciones mencionadas son objeto de aportación por sus titulares en concepto de libres de cargas y gravámenes y de derechos algunos de terceros, transmitiéndose a TELE PIZZA el pleno dominio de dichas acciones con cuantos derechos políticos y económicos son inherentes a las mismas.

#### **II.11.6. Identidad de los aportantes.**

La identidad de los aportantes es la mencionada en el apartado anterior.

#### **II.11.7. Garantías adoptadas.**

Tal y como se ha señalado, con fecha 5 de noviembre de 1999 y en base al acuerdo adoptado por el Consejo de Administración de la sociedad el 24 de octubre anterior, TELE PIZZA y los accionistas de TELECHEF CORPORACION, S.A. formalizaron un Acuerdo de Intenciones relativo a la eventual integración de ambas sociedades. El Acuerdo de Intenciones se formalizó con el carácter de un documento de naturaleza no vinculante, quedando sujeta en todo caso la operación de integración al acuerdo previo del Consejo de Administración de TELE PIZZA, a la realización de los trámites y actuaciones legales preceptivos y a la aprobación final, en su caso, de la operación por la Junta General de Accionistas de la sociedad.

De conformidad con lo previsto en el Acuerdo de Intenciones, las partes convinieron expresamente como bases esenciales para llevar a cabo la integración que la determinación de las condiciones económicas de la integración se realizara en base a criterios objetivos y a las determinaciones y conclusiones de expertos independientes y que el procedimiento de integración se desarrollara en todo momento de forma que (i) los acuerdos y trámites competencia de los órganos sociales de TELE PIZZA, se adoptarían aplicando los principios de abstención y no intervención y de delegación de decisiones y competencias en favor de personas u órganos independientes; y (ii) que cuantas actuaciones y trámites se deriven del Acuerdo de Intenciones se desarrollarían con arreglo a los principios de transparencia y difusión de información, que se harían extensivos a los informes y/o documentos que se elaboraran al amparo del mismo.

En consecuencia con lo anterior, se han desarrollado, entre otras, las actuaciones siguientes:

- Constitución de un Comité de Integración compuesto por representantes de TELE PIZZA y de TELECHEF CORPORACION, S.A., cuyo objeto

principal ha sido la discusión y elaboración de las estrategias y planes de acción para la integración operativa y comercial de ambas sociedades, la colaboración y supervisión de los diversos expertos y profesionales que han intervenido en el proceso, así como la negociación de los términos y condiciones de la integración que fueron sometidos a la aprobación del Consejo de Administración de la Sociedad.

- Constitución de una Comisión no Ejecutiva de Seguimiento del Proceso de Integración, compuesta exclusivamente por Consejeros Independientes, y con el objeto de velar por el cumplimiento de los principios relativos al proceso de integración recogidos en el Acuerdo de Intenciones.
- Adicionalmente y, además de solicitarse el nombramiento del experto independiente que debe emitir el preceptivo informe sobre el aumento de capital, se ha solicitado la emisión de informes elaborados por expertos independientes designados por las partes, que se han pronunciado sobre los términos y condiciones en que se ha planteado y ejecutado la ampliación de capital y que han procedido a revisar los aspectos más significativos de TELECHEF CORPORACION, S.A. La relación detallada de los citados informes se recoge en el apartado siguiente.

En todo caso, la aportación no dineraria se realiza con sujeción plena al régimen de responsabilidad de los aportantes expresamente previsto a tal efecto en el artículo 39 de la Ley de Sociedades Anónimas.

#### **II.11.8. Informes de expertos independientes.**

Tal y como se ha indicado anteriormente, en relación con la presente operación se solicitó al Registro Mercantil de Madrid la designación de un experto independiente a efectos de la emisión del preceptivo informe pericial sobre las aportaciones no dinerarias de conformidad con lo previsto en el artículo 38 de la Ley de Sociedades Anónimas, habiéndose designado a la entidad AUREN CENTRO AUDITORES Y CONSULTORES, S.A., que con fecha 13 de enero de 2000 emitió el correspondiente informe que se ha incorporado como anexo 7.

Con carácter previo a la emisión del citado informe, se solicitaron y obtuvieron los informes que a continuación se indican y que fueron emitidos por expertos independientes. Las conclusiones de dichos informes fueron tenidas en cuenta y seguidas en el momento de determinar las condiciones del aumento de capital, que ha sido objeto de aprobación por la Junta General de Accionistas de TELE PIZZA.

- Realización de un Informe de Valoración de las acciones de TELECHEF CORPORACION, S.A., y determinación de la relación de canje del

aumento de capital de TELE PIZZA, por parte PRICEWATERHOUSECOOPERS CORPORATE FINANCE, S.L.

- Realización de una Revisión o Auditoría Legal (“*Due Diligence*”) de TELECHEF CORPORACION, S.A. en todos sus aspectos significativos en materia mercantil, fiscal, laboral, administrativa y de propiedad intelectual e industrial, por parte de CUATRECASAS ABOGADOS.
- Formulación de unos Estados Financieros Consolidados de TELECHEF CORPORACION, S.A. a 30 de septiembre de 1999, que fueron objeto de verificación contable por parte de KPMG PEAT MARWICK, auditor de cuentas de TELECHEF CORPORACION, S.A.
- Adicionalmente se solicitó asimismo a la entidad MERRILL LYNCH INTERNATIONAL la elaboración de una “*fairness opinion*” en relación con la operación, de la que resulta la equidad de la ecuación de canje establecida por PRICEWATERHOUSECOOPERS.

## **II.12 COLOCACIÓN Y ADJUDICACIÓN DE LOS VALORES.**

### **II.12.1 Relación de las Entidades que intervendrán en la colocación. Descripción y funciones de las mismas.**

No existe colocación o comercialización de los valores de la emisión objeto del presente Folleto informativo por tratarse de un aumento de capital destinado únicamente a los actuales accionistas de TELECHEF CORPORACION, S.A.

## **II.13 TERMINACIÓN DEL PROCESO.**

### **II.13.1 Adjudicación definitiva de las acciones.**

La adjudicación definitiva conforme a los criterios señalados en el apartado II.10.1. anterior tendrá lugar una vez la escritura pública de aumento de capital correspondiente a la emisión objeto del presente folleto haya quedado inscrita en el Registro Mercantil y depositada en el SCLV.

### **II.13.2 Plazo y forma de entrega de los títulos o certificados definitivos de los valores.**

Sujeto a que se inscriba la escritura de ampliación de capital de la Sociedad en el Registro Mercantil, el tercer día hábil posterior a tal fecha, se procederá, con fecha valor ese mismo día, a la liquidación definitiva de la emisión a través del

SCLV y de sus Entidades Adheridas, y ello con independencia de que las acciones de la Sociedad hayan sido o no admitidas a negociación oficial en la fecha prevista en el apartado II.8. anterior.

### **II.13.3. Actuaciones efectuadas por las partes para la terminación del proceso**

Tal y como resulta de los documentos acreditativos que se incorporan como anexo del presente folleto, con fecha 12 de abril de 2000 se procedió al otorgamiento de la correspondiente escritura pública de aumento de capital social de TELE PIZZA, en la cual se ratificó por los accionistas de TELECHEF CORPORACION, S.A. la aportación y consecuente transmisión a TELE PIZZA del pleno dominio de la totalidad de las acciones representativas del 100% del capital social de TELECHEF CORPORACION, S.A. De conformidad con lo previsto en la Carta Circular 1/1999, de 4 de junio, de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, sobre el nuevo procedimiento de admisión a negociación de los aumentos de capital en D+6, la mencionada escritura de aumento de capital se ha presentado al Registro Mercantil de Madrid a efectos del inicio de los trámites correspondientes, sin perjuicio de que la inscripción registral de la misma se produzca una vez acreditado ante el referido Registro Mercantil el cumplimiento previo de los requisitos previstos en el artículo 26 de la Ley del Mercado de Valores, y en particular que ha tenido lugar la verificación y registro del presente folleto informativo en la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

Sin perjuicio de lo anterior y de conformidad con las bases previstas en el Protocolo de Integración, los accionistas de TELECHEF CORPORACION, S.A. han asumido determinadas obligaciones adicionales, que tienen por objeto principalmente garantizar a TELE PIZZA el cumplimiento de las condiciones económicas tenidas en cuenta por PRICEWATERHOUSECOOPERS en el Informe de Valoración. Las referidas obligaciones son básicamente las siguientes:

- (a) Fondos Propios y endeudamiento. Los accionistas de TELECHEF CORPORACION, S.A. se han obligado frente a TELE PIZZA a reintegrar a ésta el exceso de endeudamiento respecto del previsto por PRICEWATERHOUSECOOPERS en la fecha de integración que ascendía a 1.788 millones de pesetas, de forma que se de cumplimiento a dicha previsión y a la exigencia de efectuar los ajustes precisos en caso de que el endeudamiento neto de TELECHEF CORPORACION, S.A. sea superior.
- (b) Plantilla de TELECHEF CORPORACION, S.A. De acuerdo con las previsiones contenidas en el Informe de Valoración de PRICEWATERHOUSECOOPERS, se ha mantenido como personal de estructura dentro del Grupo TELE PIZZA, el 80% del personal que prestaba sus servicios en TELECHEF CORPORACION, S.A. en la fecha de integración, corriendo por cuenta y a cargo de los accionistas las obligaciones

laborales correspondientes al restante personal de TELECHEF CORPORACION, S.A. que no mantiene su vinculación laboral con la sociedad tras la integración.

- (c) Contratos de arrendamiento. En la actualidad, se mantiene en vigor los contratos de arrendamiento de las oficinas centrales y de las tiendas propias de TELECHEF CORPORACION, S.A. No obstante, los accionistas han asumido frente a TELE PIZZA los costes que pudieran derivarse finalmente y en su caso, en el supuesto de resolución anticipada de los contratos en los términos previstos en el Informe de Valoración de PRICEWATERHOUSECOOPERS.
- (d) Otros activos. De acuerdo con lo previsto en el Informe de Valoración, no se tuvieron en cuenta en el proyecto de integración, los costes derivados de la concesión de un solar en Mercamadrid de la que es titular TELECHEF CORPORACION, S.A.. En consecuencia con ello, las partes han acordado en adoptar de mutuo acuerdo una decisión final respecto al destino de dicha concesión no más tarde del 30 de junio de 2000, conviniendo que en caso contrario la concesión será transferida y excluida, por cuenta de los accionistas, del patrimonio de TELECHEF CORPORACION, S.A., de acuerdo con la valoración que sea determinada por un tasador independiente.

#### **II.14 GASTOS DE LA EMISION.**

Los gastos estimados de la emisión son los que se indican a continuación, con los importes señalados en Euros, con carácter meramente indicativo:

1. Tasas CNMV	1.500
2. Tasas del SDC	6.000
3. Aranceles Notariales.	4.500
4. Aranceles del Registro Mercantil	1.800
<b>TOTAL</b>	<b>13.800</b>

#### **II.15 RÉGIMEN FISCAL**

Según acuerdo de la Junta General Extraordinaria de Accionistas el pasado 28 de febrero de 2000, la aportación no dineraria de acciones de la entidad TELECHEF CORPORACION S.A. a la entidad TELE PIZZA va a acogerse al régimen especial de fusiones, escisiones, aportaciones de activos y canje de valores previsto en el Capítulo VIII del Título VIII de la Ley 43/1995, de 27 de diciembre, del Impuesto sobre Sociedades. En concreto, la citada operación se instrumenta como un canje de valores, definida en el artículo 97.5 de la Ley

43/1995 como una operación por la cual una entidad adquiere una participación en el capital social de otra que le permita obtener la mayoría de los derechos de voto en ella, mediante la atribución a los socios, a cambio de sus valores, de otros representativos del capital social de la primera entidad.

El régimen establecido en el Capítulo VIII del Título VIII de la Ley 43/1995 es un régimen voluntario que se aplicará cuando así lo decida el contribuyente, debiéndose comunicar la opción con carácter previo a la inscripción de la correspondiente escritura que documente la operación acogida a dicho régimen fiscal.

El artículo 101 de la Ley 43/1995 regula los requisitos que deben concurrir en esta operación para acogerse al denominado régimen de neutralidad fiscal recogido en los artículos 97 y siguientes de la Ley 43/1995, cuya consecuencia es la no integración en la base imponible del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas o del Impuesto sobre Sociedades, según proceda atendida la condición de que el socio sea persona física o jurídica, de las rentas que se pongan de manifiesto con ocasión del canje de valores. Debe precisarse que este régimen tributario no es un régimen de exoneración de las posibles rentas que obtendrían los socios que aportan las acciones, cuantificadas en la diferencia entre el valor de mercado de las acciones de TELE PIZZA recibidas y el valor de adquisición de las acciones de TELECHEF CORPORACION S.A. aportadas, sino un mero diferimiento amparado en la Directiva 90/434/CEE al objeto de no penalizar fiscalmente las operaciones de concentración empresarial y, como señala la citada Directiva, permitir que las empresas se adapten a las exigencias del mercado común, aumenten su productividad y refuercen su posición de competitividad en el plano internacional.

Dado que todos los socios aportantes de las acciones de las acciones de TELECHEF CORPORACION S.A. son personas físicas residentes en territorio español y tanto la sociedad que adquiere los valores, TELE PIZZA como la participada, TELECHEF CORPORACION S.A., son entidades residentes en territorio español, se cumplen los requisitos exigidos en el artículo 101 de la Ley 43/1995, sobre régimen fiscal de canje de valores, articulándose la operación de canje mediante una ampliación de capital por TELE PIZZA con emisión de nuevas acciones que se entregan a los socios de TELECHEF CORPORACION S.A. en contraprestación de la aportación no dineraria efectuada, consistente en el 100 por 100 de las acciones de TELECHEF CORPORACION S.A.

Por aplicación el artículo 101.2 de la Ley 43/1995, las acciones de TELECHEF CORPORACION S.A. recibidas con motivo de la aportación no

dineraria se valorarán a efectos fiscales por TELE PIZZA por el valor que tenían a efectos fiscales en el patrimonio de los socios que efectúan la aportación, que, al ser personas físicas, vendrá determinado por las normas de valoración previstas en la Ley del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, Ley 40/1998, de 9 de diciembre.

Conforme al artículo 101.3 de la Ley 43/1995, en la redacción dada por la Ley 40/1998, de 9 de diciembre, las acciones de TELE PIZZA recibidas por los socios con motivo del canje de valores se valorarán a efectos fiscales por el valor a efectos fiscales de las acciones de TELECHEF CORPORACION S.A. entregadas, conservando los valores recibidos a efectos fiscales la fecha de adquisición de los valores de TELECHEF CORPORACION S.A. entregados.

La operación de ampliación de capital efectuada por TELE PIZZA con motivo de la aportación no dineraria de las acciones de TELECHEF CORPORACION S.A. está sujeta a la modalidad de operaciones societarias del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados, regulado en el Real Decreto Legislativo 1/1993, de 24 de septiembre. No obstante, al acogerse la entidad al régimen fiscal previsto en el Capítulo VIII del Título VIII de la Ley 43/1995, goza de exención por aplicación del artículo 45.1.B.10 del citado Real Decreto Legislativo 1/1993 y de la disposición adicional octava de la Ley 43/1995.

## **II.16 FINALIDAD DE LA OPERACIÓN.**

La presente operación consistente en la incorporación de TELECHEF CORPORACION, S.A. en el grupo de sociedades cuya dominante es TELE PIZZA permitirá beneficiarse de las sinergias derivadas de la integración de los negocios de ambas sociedades, y de los conocimientos y técnicas respectivos, impulsando la trayectoria de crecimiento de TELE PIZZA y de las sociedades de su Grupo consolidado, teniendo en cuenta en particular y como aspectos más significativos los siguientes:

- (i) que la operación permite la integración de dos negocios y actividades empresariales complementarias, permitiendo abarcar un sector de consumidores más amplio y completo que el que ahora cada una de las sociedades cubre por separado, así como la obtención de ahorros en costes operacionales y una mejor y más eficiente utilización de los recursos;
- (ii) que se obtendrá una mayor optimización de la utilización del know-how que ha sido desarrollado por cada una de las sociedades, resultando, en consecuencia, una mayor variedad en cuanto a la oferta;

- (iii) que de manera particularmente significativa se estima que la integración permitirá acelerar la estrategia de diversificación de TELE PIZZA mediante la incorporación de la tecnología de producción que es propia de TELECHEF CORPORACION, S.A.;
- (iv) que por lo que respecta en particular a TELECHEF CORPORACION, S.A., y como sociedad integrada en el Grupo TELEPIZZA, la operación permitirá el desarrollo futuro de dicha sociedad en el ámbito y de acuerdo con la red comercial y canales de distribución que son propios del Grupo TELEPIZZA.

## II.17 DATOS RELATIVOS A LA NEGOCIACIÓN DE LAS ACCIONES DE TELE PIZZA, S.A.

### II.17.1 DATOS RELATIVOS A LA NEGOCIACIÓN DE LAS ACCIONES DE LA SOCIEDAD DESDE EL 1 DE ENERO DE 1997.

		<u>NUMERO</u> <u>VALORES</u> <u>NEGOCIADOS</u> (en miles)	<u>NUMERO</u> <u>DÍAS</u> <u>COTIZADOS</u>	<u>VALORES</u> <u>NEGOCIADO</u> <u>POR DÍA</u> <u>MAXIMO</u> (en miles)	<u>VALORES</u> <u>NEGOCIADO</u> <u>POR DIA</u> <u>MÍNIMO</u> (en miles)	<u>COTIZACION</u> <u>EN PTS.</u> <u>MAXIMO</u>	<u>COTIZACION</u> <u>EN PTS.</u> <u>MÍNIMO</u>
<b>ENERO</b>	1997	28.487	21	169	14	6.000 (36,06)	3.775 (22,68)
<b>FEBRERO</b>	1997	13.305	20	91	9	6.500 (39,06)	5.500 (33,05)
<b>MARZO</b>	1997	14.083	19	109	1	6.950 (41,77)	5.600 (33,65)
<b>ABRIL</b>	1997	11.050	22	139	4	6.880 (41,34)	5.910 (35,51)
<b>MAYO</b>	1997	10.026	21	89	4	8.070 (48,50)	6.560 (39,42)
<b>JUNIO</b>	1997	38.938	21	1.049	9	8.850 (53,18)	7.500 (45,07)
<b>JULIO</b>	1997	9.198	23	60	0	9.480 (56,97)	8.200 (49,28)
<b>AGOSTO</b>	1997	8.083	20	45	3	9.900 (59,50)	8.600 (51,68)
<b>SEPTIEMBRE</b>	1997	8.716	22	47	2	11.000 (66,11)	9.040 (54,33)
<b>OCTUBRE</b>	1997	12.463	23	125	8	10.850 (65,20)	8.600 (51,68)
<b>NOVIEMBRE</b>	1997	10.535	20	100	1	12.700 (76,32)	9.800 (58,89)
<b>DICIEMBRE</b>	1997	15.576	20	372	4	12.500 (75,12)	10.950 (65,81)
<b>ENERO</b>	1998	10.739	20	49	9	15.800 (94,95)	12.300 (73,92)
<b>FEBRERO</b>	1998	13.306	20	115	4	18.400 (110,58)	13.710 (82,39)
<b>MARZO</b>	1998	24.774	21	437	11	26.000 (156,26)	17.510 (105,23)
<b>ABRIL</b>	1998	12.327	19	59	13	23.700 (142,43)	19.700 (118,39)
<b>MAYO (hasta 18) (*)</b>	1998	491	10	125	23	29.390 (176,63)	21.900 (131,62)
<b>MAYO (desde 18) (*)</b>	1998	23.095	10	6.425	835	1.850 (11,11)	1.250 (7,51)
<b>JUNIO</b>	1998	25.705	21	4.388	508	1.700 (10,21)	1.340 (8,05)
<b>JULIO</b>	1998	18.701	23	3.221	255	1.690 (10,15)	1.315 (7,90)
<b>AGOSTO</b>	1998	28.158	21	2.771	157	1.550 (9,31)	1.145 (6,88)

<b>SEPTIEMBRE</b>	1998	30.069	22	3.018	347	1.400 (8,41)	897 (5,39)
<b>OCTUBRE</b>	1998	23.989	21	2.504	429	1.185 (7,12)	826 (4,95)
<b>NOVIEMBRE</b>	1998	17.376	21	1.933	292	1.265 (7,60)	1.100 (6,61)
<b>DICIEMBRE</b>	1998	17.775	19	1.998	289	1.450 (8,71)	1.145 (6,88)
<b>ENERO</b>	1999	19.211	19	2.291	421	10,54	7,60
<b>FEBRERO</b>	1999	21.601	20	3.478	283	8,86	7,11
<b>MARZO</b>	1999	29.829	23	2.467	600	7,59	6,62
<b>ABRIL</b>	1999	21.970	19	2.105	577	7,20	6,00
<b>MAYO</b>	1999	25.044	21	4.007	294	6,48	5,95
<b>JUNIO</b>	1999	43.714	22	20.685	439	6,03	5,02
<b>JULIO</b>	1999	32.137	22	4.935	484	5,12	4,11
<b>AGOSTO</b>	1999	22.643	22	3.112	198	5,62	4,06
<b>SEPTIEMBRE</b>	1999	20.631	22	4.942	379	5,33	4,25
<b>OCTUBRE</b>	1999	108.671	19	66.699	193	5,11	4,25
<b>NOVIEMBRE</b>	1999	40.706	21	5.382	587	5,24	4,43
<b>DICIEMBRE</b>	1999	35.125	19	4.146	838	4,59	4,10
<b>ENERO</b>	2000	28.322	20	3.594	582	4,58	4,11
<b>FEBRERO</b>	2000	78.753	21	7.429	661	6,34	4,15
<b>MARZO</b>	2000	125.668	23	23.023	1.126	10,60	5,87

(\*) Con fecha 18 de mayo de 1998 se realizó el desdoblamiento del valor nominal de las acciones en la proporción de 20 acciones de 5 ptas. (0,03 Euros) de valor nominal por cada acción de 100 ptas (0,6 Euros).

## II.17.2 Resultado y dividendos por acción.

	Ejercicio 1997	Ejercicio 1998	Ejercicio 1999
Resultado atribuido a la sociedad dominante por acción (1)	12 ptas.	17 ptas.	21 ptas.
Beneficio ejercicio (1)	2.511 millones ptas.	3.642 millones ptas.	4.501 millones ptas.
Capital fin ejercicio <sup>1</sup>	1.073 millones ptas.	1.073 millones ptas.	1.071 millones ptas.
Nº acc. Fin ejercicio (1)	214.658.500	214.658.500	214.658.500
Beneficio por acción (1)	12 ptas.	17 ptas.	21 ptas.

Capital ajustado	1.073 millones ptas.	1.073 millones ptas.	1.071 millones ptas.
Nº. Acc ajustado (1)	214.658.500	136.826.906	214.658.500
Benef por acc. Ajustado (1)	12 ptas.	27 ptas.	21 ptas.
P.E.R. (2)	51	79	33
Pay out (%)	0	0	0
Dividendo por acción	0	0	0

(1) En todos los años los cálculos se han calculado en base al número de acciones después del split de Mayo de 1998, para facilitar la comparativa. (2) Como precio se ha utilizado el de cierre de cada ejercicio.

### **II.17.3 Ampliaciones de capital realizadas durante los tres últimos ejercicios.**

En los últimos tres ejercicios no se han producido ampliaciones de capital.

### **II.17.4 Ofertas Públicas de Adquisición**

Las acciones emitidas por TELE PIZZA no han sido objeto de Oferta Pública de Adquisición por compra o canje.

### **II.18. PERSONAS QUE HAN PARTICIPADO EN EL DISEÑO Y/O ASESORAMIENTO DE LA EMISION.**

PRICEWATERHOUSE COOPERS CORPORATE FINANCE en la realización del Informe de Valoración sobre la integración entre TELECHEF CORPORACION, S.A. y TELE PIZZA.

BRIONES, ALONSO Y MARTÍN - BUREAU FRANCIS LEFEBVRE, ABOGADOS ha asesorado en el proceso de verificación y registro del presente Folleto Informativo y de su documentación complementaria, así como en la preparación y realización de las diversas fases preparatorias y de ejecución de la integración de TELE PIZZA y TELECHEF CORPORACION, S.A.

ERNST & YOUNG, S.L., en la realización de la auditoría de las cuentas de TELE PIZZA y emisión del Informe sobre la exclusión del derecho de suscripción preferente.

KPMG PEAT MARWICK y Cía, Auditores, SRC en la realización de la emisión del Informe de Auditoría de los Estados Financieros de TELECHEF CORPORACION, S.A., a 30 de septiembre de 1999.

CUATRE CASAS ABOGADOS en la realización del Informe de Due Diligence sobre TELECHEF CORPORACION, S.A.

### **II.18.1 VINCULACIÓN O INTERESES ECONÓMICOS ENTRE DICHAS PERSONAS Y EL EMISOR O ENTIDADES CONTROLADAS POR ÉL.**

No existe constancia de la existencia de ningún tipo de vinculación o interés económico significativo entre TELE PIZZA y las personas a las que se refiere el apartado II.18.1 anterior, al margen de la estrictamente profesional relacionada con la auditoría de cuentas y la asesoría legal y financiera.

### **CAPÍTULO III**

#### **EL EMISOR Y SU CAPITAL**

## CAPÍTULO III

### EL EMISOR Y SU CAPITAL

---

#### III. 1. IDENTIFICACIÓN Y OBJETO SOCIAL.

**III.1.1. Denominación completa del emisor de los valores ofrecidos; en su caso, denominación abreviada o comercial. Código de identificación fiscal. Domicilio social.**

La sociedad emisora de los valores objeto de la presente oferta es "TELE PIZZA, S.A.".

El domicilio social de TELE PIZZA, S.A. se encuentra en 28109 Soto de la Moraleja (Madrid), c/Azalea núm. 1, Edificio F, Miniparc 1. Su Número de Identificación Fiscal es el A-78/849676.

**III. 1.2. Objeto social. Sector principal de la clasificación nacional de actividades económicas en que se encuadre el Grupo. Otros posibles sectores de la C.N.A.E. en que pudiera encuadrarse su actividad.**

El objeto social de TELE PIZZA, S.A.. aparece recogido en el Artículo 3 de los Estatutos Sociales, que se transcribe literalmente a continuación:

*“La Sociedad tendrá por objeto:*

- a) La realización de estudios económicos.*
- b) La promoción de ventas de todo tipo de productos por cuenta de terceros.*
- c) La fabricación, distribución y comercialización de productos alimenticios.*
- d) El alquiler a terceros de maquinaria y bienes de equipo.*
- e) Importación y exportación de toda clase de productos y materias primas.*
- f) Las actividades que integran el objeto social podrán ser desarrolladas por la Sociedad total o parcialmente de modo indirecto, en cualquiera de las formas admitidas en Derecho y, en particular, a través de la titularidad de acciones o de participaciones en sociedades con objeto idéntico o análogo.”*

El sector principal de Clasificación Nacional de Actividades Económicas (C.N.A.E.) es 55.52 (Provisión de comidas preparadas) en Tele Pizza, S.A., Telepizza Fuenlabrada, S.A., Telepizza Córdoba, S.A., Telepizza Logroño, S.A., Telepizza Algeciras, S.L., Telepizza Moratalaz, S.A., Circol, S.A., Mixor, S.A., Eydal Elaboración y Distribución de Alimentos, S.A., Sedes, S.A., Fawn, S.A..

Delivery Delta, S.A. se encuadra en el 60.24 (Transporte de mercancías por carretera) del C.N.A.E. y Prenasa Precocinados Naturales, S.A. y Luxtor, S.A. en el 15.51 (Fabricación de productos lácteos) del C.N.A.E.

## **III.2. INFORMACIONES LEGALES.**

### **III.2.1. Constitución de la Sociedad emisora. Datos de su inscripción en el Registro Mercantil. Momento en que dio comienzo de sus actividades y duración del Grupo.**

La Sociedad se constituyó bajo la denominación que actualmente tiene mediante escritura pública otorgada ante el Notario de Madrid D. Alberto Ballarín Marcial el 15 de Junio de 1988, con el número 4.208 de orden de su protocolo. Se halla inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, al Tomo 8.686 general, 7.552 de la Sección 3ª del Libro de Sociedades, Folio 9, hoja número 81-671-2, inscripción 1ª.

La Sociedad dio comienzo a sus operaciones sociales en la fecha de otorgamiento de la escritura de constitución y su duración es indefinida de conformidad con el Artículo 4 de sus Estatutos Sociales.

La Sociedad tiene adaptados sus Estatutos Sociales a la vigente legislación mercantil mediante escritura pública otorgada ante el Notario de Madrid D. Antonio Cuerda de Miguel el 17 de Mayo de 1990, con el número 1.222 de orden de su protocolo. Asimismo, la Sociedad aprobó un nuevo texto refundido de los Estatutos el día 10 de Septiembre de 1996, que fueron debidamente protocolizados mediante escritura pública otorgada ante el Notario de Madrid D. Rodrigo Tena Arregui el 4 de Octubre de 1996, con el número 355 de orden de su protocolo.

Los Estatutos Sociales pueden consultarse en el Registro Mercantil de Madrid mediante los medios legales habilitados para ello, así como en el domicilio social del emisor previa petición al efecto.

### **III.2.2. Forma jurídica y legislación especial que le sea de aplicación. Se deberá indicar claramente si la actividad de la Sociedad está sujeta a una regulación específica y cual sea ésta.**

TELE PIZZA S.A. es una sociedad anónima sujeta a la regulación establecida por la vigente Ley de Sociedades Anónimas, por la legislación del Mercado de Valores y demás disposiciones que le sean aplicables.

No obstante, se considera conveniente destacar los siguientes artículos de los Estatutos Sociales de TELE PIZZA S.A..

**Artículo 15.- Constitución de la Junta General.**

1. *La Junta General quedará válidamente constituida, en primera convocatoria, cuando los accionistas, presentes o representados, posean, cuando menos, el 25 por 100 del capital social suscrito con derecho a voto. En segunda convocatoria, será válida la constitución de la Junta General cualquiera que fuese el capital concurrente a la misma.*
2. *Sin perjuicio de lo dispuesto en el apartado 3 siguiente del presente artículo de estos Estatutos, para que la Junta General Ordinaria o Extraordinaria, pueda acordar válidamente la emisión de obligaciones, el aumento o reducción del capital y, cualquier modificación de los Estatutos Sociales, será necesaria, en primera convocatoria, la concurrencia de accionistas presentes o representados que posean, al menos, el 50 por 100 del capital suscrito con derecho a voto. En segunda convocatoria será suficiente la concurrencia del 25 por 100 de dicho capital.*

*Quando concurren accionistas que representen menos del 50 por 100 del capital suscrito con derecho a voto, los acuerdos a que se refiere el apartado anterior solo podrán adoptarse válidamente con el voto favorable de los dos tercios (2/3) del capital presente o representado en la Junta.*

3. *No obstante lo dispuesto en los apartados anteriores, para que la Junta General Ordinaria o Extraordinaria pueda acordar válidamente la transformación, fusión, escisión y disolución de la Sociedad, así como para que pueda acordarse la modificación de los artículos 15, 22, 23 y 26 de estos Estatutos, habrán de concurrir a la Junta en primera convocatoria, presentes o representados, los accionistas titulares de, al menos, el 51 por 100 del capital social suscrito con derecho a voto. En segunda convocatoria, será necesaria la concurrencia a la Junta General, presentes o representados, de accionistas titulares de, al menos, el 45 por 100 del capital suscrito con derecho a voto.*

**Artículo 22.- Régimen de adopción de acuerdos.**

1. *Salvo lo dispuesto en el párrafo 2 del presente artículo y en el artículo 15.2, los acuerdos de la Junta General habrán de adoptarse con el voto favorable de la mayoría del capital con derecho a voto presente o representado en la Junta, confiriendo cada acción un voto.*
2. *No obstante lo dispuesto en el apartado anterior, para la válida adopción de los acuerdos relativos a la transformación, fusión, escisión y disolución de la Sociedad, así como para la modificación de los Artículos 15, 22, 23 y 26 de los Estatutos, será necesario el voto favorable del 75 por 100 del capital presente o representado en la Junta tanto constituida en primera como en segunda convocatoria.*

3. *Una vez sometido un asunto a votación, el Presidente proclamará el resultado, declarando, en su caso, válidamente adoptado el acuerdo.*
4. *El acta de la Junta General podrá ser aprobada por la propia Junta a continuación de haberse celebrado ésta y, en su defecto, dentro del plazo de 15 días, por el Presidente de la Junta y dos Interventores, uno en representación de la mayoría y otro por la minoría. El acta aprobada en cualquiera de estas dos formas tendrá fuerza ejecutiva a partir de la fecha de su aprobación.*

### **III.3. INFORMACIONES SOBRE CAPITAL.**

#### **III.3.1. Importe nominal del capital suscrito y del desembolsado.**

Actualmente TELE PIZZA, S.A. tiene registradas 214.658.500 acciones de 0'03 euros de valor nominal cada una, numeradas correlativamente del 1 al 214.658.500, ambas inclusive, todas ellas totalmente suscritas y desembolsadas, siendo el Capital Social correspondiente a dichas acciones de 6.439.755 euros.

Sin perjuicio de lo anterior, tras la ampliación objeto del presente folleto, el capital social pasará a ser de 6.707.922 euros, representados por 223.597.400 acciones nominativas, de 0,03 euros de valor nominal cada una, numeradas correlativamente del 1 al 223.597.400.

#### **III.3.2. En su caso, indicación de los importes a liberar, plazos y forma en que debe tener lugar.**

No procede.

#### **III.3.3. Clases y series de acciones, señalando sus valores nominales, sus respectivos importes suscritos y desembolsados, los derechos políticos y económicos específicos que conlleven, y su forma de representación.**

A la fecha de redacción del presente Folleto Informativo, todas las acciones representativas del capital social de TELE PIZZA, S.A. gozan de plenos derechos políticos y económicos, pertenecen a la misma clase y serie, no existiendo acciones privilegiadas.

### **III.3.4. Cuadro esquemático de la evolución del capital social en los últimos tres años y descripción sucinta de las operaciones de modificación, cualitativas y cuantitativas, habidas en dicho plazo.**

Fecha	Operación	Capital Social tras operación	Valor Nominal	Nº de Acciones
8/05/98	Modificación valor nominal de las acciones de 100.- pesetas a 5.- Pesetas	1.073.292.500.- Ptas.	5.- Ptas.	214.658.500
18/03/99	Redenominación de Capital Social a Euros	6.439.755.- Euros.	0'03.- Euros	214.658.500
28/02/00	Ampliación de Capital Social objeto del presente Folleto	6.707.922.- Euros.	0'03.- Euros	223.597.400

### **III.3.5. Existencia de empréstitos de obligaciones convertibles, canjeables o con "warrants".**

La Sociedad no tiene emitidas en la actualidad obligaciones convertibles, canjeables o con "warrants".

La Junta General Ordinaria de fecha 26 de abril de 2000 acordó la emisión de obligaciones convertibles y/o canjeables por acciones de la propia sociedad, con exclusión del derecho de suscripción preferente, determinando las bases y las modalidades de la conversión y/o canje. El tipo de emisión de los valores será a la par, y el valor de las nuevas acciones a efectos de conversión, o el de las acciones preexistentes a efectos de canje, será como mínimo el de su cotización media de los 10 días anteriores a la fecha de apertura del período de suscripción de las obligaciones y, como máximo, el 200% de dicha cotización, sin que en ningún caso sea inferior al valor nominal de las acciones. Dicha Junta delegó a favor del Consejo de Administración la facultad de ejecutar este acuerdo y de determinar los extremos no fijados en el mismo, sin que hasta el momento el Consejo haya hecho uso de la referida facultad.

### **III.3.6. Títulos que representen las ventajas atribuidas a fundadores y promotores y bonos de disfrute.**

No existen títulos representativos de ventajas atribuidas a fundadores o promotores, ni bonos de disfrute.

### **III.3.7. Capital autorizado.**

Con fecha 30 de junio de 1999, la Junta General de Accionistas adoptó el acuerdo de autorizar al Consejo de Administración para aumentar el capital social, en una o varias veces, al amparo de lo previsto en el artículo 153.1b de la Ley de Sociedades Anónimas, hasta un importe nominal de 3.219.877 euros, correspondiente a la mitad del capital de la Sociedad en el momento de la autorización, mediante la emisión de nuevas acciones y durante un plazo de cinco años a contar desde la fecha de adopción del acuerdo por la Junta.

Hasta el momento el Consejo de Administración no ha hecho uso de la referida facultad.

### **III.3.8. Condiciones a las que los Estatutos sometan las modificaciones del capital social.**

Las condiciones para efectuar modificaciones del capital social en la Sociedad deberán seguir el régimen previsto por la Ley de Sociedades Anónimas, así como por los Artículos 15 y 22 de los Estatutos Sociales.

### **III.4. NÚMERO Y VALOR NOMINAL DEL TOTAL DE LAS ACCIONES ADQUIRIDAS Y CONSERVADAS EN CARTERA POR LA PROPIA SOCIEDAD O POR PERSONA INTERPUESTA, INCLUYENDO LAS POSEÍDAS A TRAVÉS DE FILIALES PARTICIPADAS EN MÁS DEL 50 POR 100, Y LA FRACCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL QUE REPRESENTA.**

En la fecha de presentación del presente Folleto Informativo, TELE PIZZA, S.A. posee 7.477.198- acciones propias, lo que representa el 3'48% del capital social de la compañía. No existen personas interpuestas, ni sociedades filiales a través de las cuales pudieran poseerse otras acciones.

El número de acciones a fecha 1 de enero de 1997 era de 108.696.

Las adquisiciones de acciones durante los años 1997, 1998 y 1999, así como de Enero a Marzo de 2000, han evolucionado tal y como se describe a continuación:

	<b>1.997</b>	<b>1.998</b>	<b>1.999</b>	<b>Enero-Marzo 2000</b>
Nº Acciones adquiridas	63.891	926.029	1.356.267	3.995.551
Precio total compras	406.338.000	998.525.000	961.827.000	2.908.761.000
Precio medio de adquisición	319	1.078	709	728
Nº Acciones vendidas (*)	0	1.111.317	946.428	194.624
Beneficios por ventas	0	199.092.000	64.819.000	19.968.903

(Datos dados en pesetas y considerando las cifras después del split)

(\*) Estas cifras engloban tanto ventas en el mercado bursátil directamente como ventas por ejecución de Planes de Opciones sobre Acciones a favor de empleados y consejeros.

Tras estas operaciones Tele Pizza, S.A. mantiene en cartera las 7.477.198- acciones comentadas anteriormente, las cuales se destinarán principalmente a los planes de opciones actualmente vigentes, así como a aquellos planes de opciones dirigidos a empleados y administradores que se sometieron a la consideración y aprobación de la Junta General de Accionistas del día 26 de abril de 2000 (Ver Capítulo VI.9). De acuerdo con el Artículo 79.3 de la L.S.A., la sociedad dominante mantiene constituida la preceptiva reserva indisponible.

Los Planes de Opciones sobre Acciones anteriormente mencionados se están ejecutando día a día, por lo que hay que tener en cuenta que los datos de autocartera pueden variar en función de lo anterior.

La Junta General Ordinaria de Accionistas celebrada el día 26 de abril de 2000 autorizó al Consejo de Administración a proceder a la adquisición derivativa de acciones propias, de conformidad con lo previsto en el artículo 75 y concordantes de la Ley de Sociedades Anónimas, dejando sin efecto, por el plazo de ocho meses y cinco días no transcurridos, el acuerdo tercero adoptado por la Junta General Ordinaria de Accionistas de 30 de Junio de 1.999.

### **III.5. BENEFICIOS Y DIVIDENDOS POR ACCIÓN DE LOS TRES ÚLTIMOS EJERCICIOS, EN SU CASO, AJUSTADOS.**

#### **BENEFICIO Y DIVIDENDO POR ACCION**

<b>TELE PIZZA S.A.</b>	<b><u>1999</u></b>	<b><u>1998</u></b>	<b><u>1997</u></b>
Beneficio neto (Millones de ptas)	3.513	3.251	2.313
Dividendo (Millones de ptas)	0	0	0
Nº de acciones (*)	214.658.500	214.658.500	214.658.500
Dividendo por acción (ptas)	0	0	0
Beneficio por acción (ptas)	16,4	15,1	10,8
<b>GRUPO TELEPIZZA</b>			
Beneficio neto (Millones de ptas)	4.501	3.642	2.510
Beneficio por acción (ptas)	21,0	17,0	11,7
PER (Cotización a 31/12)	33	79	

(\*) Número de acciones resultante de la modificación del valor nominal de las acciones realizada con fecha efecto del 18 de mayo de 1998 por la cual el valor nominal de las mismas pasó de 100 pts a 5 pts/acción.

### **III.6. DESCRIPCION DEL GRUPO TELEPIZZA**

TELE PIZZA, S.A. es la Sociedad dominante de un grupo de sociedades, siendo las sociedades dependientes a 31 de diciembre de 1999 las que se relacionan en el cuadro que se recoge en la página siguiente.

(Datos en Millones de pesetas)

	<u>DOMICILIO SOCIAL</u>	<u>ACTIVIDAD PRINCIPAL</u>	<u>%DE PARTICIPACIÓN</u>			<u>CAPITAL SOCIAL 31/12/99</u>	<u>RESERVAS 31/12/99</u>	<u>RESULTADO NETO</u>	<u>VALOR NETO PARTICIP</u>	<u>VALOR EN LIBROS</u>		
			<u>DIRECTO</u>	<u>INDIRECTO</u>	<u>TOTAL</u>					<u>COSTE</u>	<u>PROV.</u>	<u>TOTAL</u>
<b><u>SOCIEDADES DEPENDIENTES</u></b>												
TELEPIZZA CÓRDOBA S.A.	Madrid	Alimentación	100%	0%	100%	20	80	28	128	81		81
TELEPIZZA LOGROÑO S.A.	Madrid	Alimentación	100%	0%	100%	16	61	-11	66	76		76
TELEPIZZA FUENLABRADA S.A.	Madrid	Alimentación	70%	0%	70%	16	29	4	49	11		11
TELEPIZZA ALGECIRAS S.L.	Madrid	Alimentación	51%	0%	51%	13	43	8	64	7		7
TELEPIZZA MORATALAZ S.A.	Madrid	Alimentación	100%	0%	100%	10	20	5	35	55		55
TELEPIZZA INSULAR S.A.	Las Palmas de Gran Canaria	Alimentación	51%	0%	51%	18	360	126	504	182		182
TELEPIZZA CHILE S.A.	S. De Chile	Alimentación	88%	0%	88%	654	-46	149	757	341		341
TELEPIZZA PORTUGAL S.A.	Lisboa	Alimentación	100%	0%	100%	314	160	161	635	476		476
TELEPIZZA POLONIA S.A.	Varsovia	Alimentación	100%	0%	100%	580	-7	-51	522	570	-71	499
TELEPIZZA MÉXICO S.A. DE C.V.	Est.de México	Alimentación	100%	0%	100%	2.564	-178	-29	2.357	2.171		2.171
MIXOR S.A.	Madrid	Alimentación	100%	0%	100%	535	9	169	713	1.408		1.408
CIRCOL S.A.	Madrid	Alimentación	100%	0%	100%	400	-229	-18	153	300	-72	228
PRENASA-Productos Precocinados	Madrid	Alimentación	100%	0%	100%	100	-78	35	57	100	-78	22
DELIVERY DELTA S.A.	Madrid	Transporte	100%	0%	100%	100	79	45	224	100		100
LUXTOR S.A.	Madrid	Alimentación	100%	0%	100%	190	361	122	673	1.074		1.074
FAWN S.A.	Bilbao	Alimentación	100%	0%	100%	55	188	210	453	1.314		1.314
SEDES S.A.	S.Sebastián	Alimentación	100%	0%	100%	25	221	120	366	556		556
EYDAL S.A.	Valladolid	Alimentación	0%	100%	100%	35	-24	16	27		Indirecto	
MINEÑA S.L.	Las Palmas de Gran Canaria	Alimentación	0%	51%	51%	73		20	93		Indirecta	
TELEPIZZA FRANCE, S.A.	Courbevoie	Alimentación	99,99	0%	99,99%	1.471	0	-563	908	1.512	-563	949
TELEPIZZA UK, P.L.C.	Londres	Alimentación	99,99%	0%	99,99%	464	0	4	468	464		464
TELEPIZZA MAROC, S.A.	Casablanca	Alimentación	99,95%	0%	99,95%	10	0	1	11	10		10
TELEPIZZA GRANADA, S.A.	Granada	Alimentación	100%	0%	100%	18	34	7	59	430		430
TELEPIZZA SABADELL, S.A.	Barcelona	Alimentación	100%	0%	100%	10	50	2	62	212		212

PIZZA VALENCIA, S.L.	Valencia	Alimentación	100%	0%	100%	5	6	6	17	174	174
TELEPIZZA VALENCIA, S.L.	Valencia	Alimentación	100%	0%	100%	21	16	6	43	411	411
VENDING PIZZA, S.A.	Madrid		51%	0%	51%	10	0	0	10	5	5
VENDING UNIVERSE, S.L.	Madrid		51%	0%	51%	10	0	0	10	5	5
TOTALES									12.045	786	11.259
<b><u>SOCIEDADES ASOCIADAS</u></b>											
FASGEL S.A.	Santander	Alimentación	25,01%	0%	25%	10	0	0	10	3	3

## **RELACIÓN DE LAS SOCIEDADES DEPENDIENTES DE LAS SOCIEDADES FILIALES INTERNACIONALES DE TELE PIZZA, S.A.**

<b>SOCIEDADES FILIALES</b>	<b>SOCIEDADES DEPENDIENTES</b>	<b>% DE PARTICIPACION</b>
TELEPIZZA CHILE, S.A.	TODO PIZZA LIMITADA.	100%
	PIZZAS DEL SUR (inactiva)	100%
TELEPIZZA MEXICO, S.A. DE C.V.	TODO PIZZA, S.A. DE C.V.	100%
	PIZZAS DEL CENTRO, S.A. DE C.V.	100%
	INMOBILIARIA LOMBARD, S.A. DE C.V.	100%
TELEPIZZA PORTUGAL, S.A.	DELIVERY TRANSPORTE DE MERCADERÍA, S.L.	No hay acciones, son cuotas hasta un capital social de 23 mm. de escudos

## **EVOLUCIÓN DE LAS PARTICIPACIONES DESDE EL 1 DE ENERO DE 1.999 HASTA LA FIRMA DEL FOLLETO**

Con fecha 14 de enero de 1999 TELE PIZZA, S.A. procedió a la constitución de la sociedad TELEPIZZA FRANCE, S.A., en la cuál ostenta una participación del 100% de su capital social. La inversión realizada en dicha sociedad filial a 31 de diciembre de 1999 ascendía a 1.472.261.468.- Pesetas.

En relación con la filial LUXTOR, S.A. (de la cual en 1998 TELE PIZZA, S.A. había adquirido un 84'75%), en febrero de 1999 se realizó una ampliación de capital mediante la emisión de 150.000 acciones nominativas suscribiéndolas en su totalidad TELE PIZZA, S.A. Posteriormente, el 21 de octubre de 1999, ésta adquirió hasta el 100% de las acciones de dicha sociedad.

Con fecha 24 de marzo de 1999 TELE PIZZA, S.A. procedió a la constitución de una sociedad filial, denominada VENDING PIZZA, S.A., en la cuál ostenta una participación del 51% de su capital social. Dicha sociedad ha procedido, entre otros, y como asuntos principales, a (i) la adquisición de la titularidad, a nivel internacional, de los derechos de propiedad industrial consistentes en una patente industrial relativa a una máquina dispensadora de productos alimenticios calientes (en particular pizzas), máquina que constituye un adelanto tecnológico en el mercado del vending y del fast food, con el que creemos se abrirán nuevos medios de distribución de alimentos calientes; a (ii) la adquisición de la titularidad, a nivel internacional, de los derechos de propiedad industrial consistentes en la marca "Pizza Magic"; y a (iii) la adquisición, en un plazo máximo de tres meses, de determinados activos necesarios para la fabricación de las pizzas destinadas para el suministro de tales máquinas de vending. El importe total invertido durante el año 1999 para el desarrollo de las actividades de la sociedad asciende a la cifra aproximada de 1.500 millones de pesetas, dentro de la cuál se incluyen las adquisiciones citadas en el presente párrafo; recientemente el Consejo de Administración de VENDING PIZZA, S.A. ha aprobado una inversión de 2.208 millones de pesetas para los años 2000, 2001 y 2002, y su financiación tendrá lugar a través de la generación de recursos por la propia sociedad y, complementariamente, a través de préstamos participativos desde TELE PIZZA, S.A.. Con la misma fecha se constituye también la sociedad VENDING UNIVERSE, S.L.

Con fecha 7 de junio de 1999 TELE PIZZA, S.A. procedió a la constitución de la sociedad TELEPIZZA MAROC, S.A., en la cuál ostenta una participación del 100% de su capital social. La inversión realizada en dicha sociedad filial a 31 de diciembre de 1999 ascendía a 9.762.000.- Pesetas.

Con fecha 21 de junio de 1999 TELE PIZZA, S.A. procedió a la constitución de la sociedad TELEPIZZA UK, P.L.C., en la cual ostenta una participación del 100% de su capital social. La inversión realizada en dicha sociedad filial a 31 de diciembre de 1999 ascendía a 463.663.355.- Pesetas.

Con fecha 8 de septiembre de 1999 se constituyeron las siguientes sociedades: TELEORIENTAL, S.L., TELECOCCINA MEDITERRANEA, S.L., TELEGRILL ESPAÑA, S.L. y PIZZA WORLD ESPAÑA, S.L., todas ellas participadas al 100% por TELE PIZZA, S.A., y todas ellas con un capital social de 500.000.- Pesetas por sociedad. Actualmente las cuatro sociedades están inactivas.

Con fecha 8 de octubre de 1999 TELE PIZZA, S.A. adquirió el 100% de las acciones de TELEPIZZA SABADELL, S.A. por importe de 165 millones de pesetas, adquiriendo con ello la sociedad compradora el 100% de su capital social.

En octubre de 1999 TELE PIZZA, S.A. adquirió el 24% de las acciones de la Sociedad TELEPIZZA CORDOBA, S.A. por un precio de 65 millones de pesetas, adquiriendo con ello la sociedad compradora el 100% de su capital social.

Con fecha 22 de octubre de 1999 TELE PIZZA, S.A. adquirió el 100% de las acciones de la Sociedad TELEPIZZA GRANADA, S.A. por un precio de 429.500.000.- Ptas., adquiriendo con ello la sociedad compradora el 100% de su capital social.

En noviembre de 1999 TELE PIZZA, S.A. adquirió el 30,01% de las acciones de la Sociedad TELPIZZA LOGROÑO, S.A. por un precio de 65 millones de pesetas, adquiriendo con ello la sociedad compradora el 100% de su capital social.

Con fecha 4 de noviembre de 1999 TELE PIZZA, S.A. adquirió el 100% de las acciones de la Sociedad PIZZA VALENCIA, S.L. por un precio de 158.148.557.- Ptas., adquiriendo con ello la sociedad compradora el 100% de su capital social.

Con fecha 4 de noviembre de 1999 TELE PIZZA, S.A. adquirió el 100% de las acciones de la Sociedad TELEPIZZA VALENCIA, S.L., por un importe de 402.151.443.- Ptas., adquiriendo con ello la sociedad compradora el 100% de su capital social.

Con fecha 1 de diciembre de 1999 se acordó por el órgano de administración de las sociedades siguientes: PIZZA VALENCIA, S.L., TELEPIZZA VALENCIA, S.L., TELEPIZZA SABADELL, S.A., TELEPIZZA MORATALAZ, S.A. y TELEPIZZA LOGROÑO, S.A., la disolución de dichas sociedades y la cesión global de sus activos y pasivos a favor de TELE PIZZA, S.A.. Dicho acuerdo tomó efecto a partir del 1 de febrero de 2000.

En el Capítulo V del presente Folleto (apartado relativo a “Fondo de Comercio de Consolidación”) se especifican los fondos de comercio que generaron las compras de acciones detalladas en el presente apartado.

Con posterioridad al 31 de diciembre de 1999 y tal y como resulta de lo indicado en el capítulo II del presente folleto informativo, la Junta General de Accionistas de TELE PIZZA, S.A. celebrada el 28 de febrero de 2000 acordó aumentar el capital social mediante emisión de nuevas acciones, cuyo contravalor consistirá íntegramente en la aportación no dineraria de las acciones representativas del 100% del capital social de TELECHEF CORPORACION, S.A.

### **III. 7. INFORMACIONES ADICIONALES EN RELACIÓN A TELECHEF CORPORACIÓN, S.A.**

#### **III.7.1. Identificación y objeto social.**

TELECHEF CORPORACION, S.A. es una sociedad anónima, de nacionalidad española, domiciliada en Alcobendas, Madrid, Avenida Parque Europa número 24, Parque Empresarial La Moraleja.

Su C.I.F. es el número A-78/105061.

Su objeto social lo constituye la promoción, instalación y explotación de todo tipo de establecimientos del ramo de hostelería, así como la adquisición, explotación y enajenación de bienes inmuebles.

#### **III.7.2. Informaciones legales de TELECHEF CORPORACION, S.A.**

TELECHEF CORPORACION, S.A. fue constituida con la denominación “Proyectos de Hostelería, S.A.” por tiempo indefinido en escritura autorizada en Madrid, el 29 de noviembre de 1985, por su Notario Don José María Álvarez Vega, e inscrita en el Registro Mercantil de Madrid al tomo 904, general, 875 de la sección 3ª del Libro de Sociedades, folio 34, hoja número 69.254, inscripción 1ª.

Su actual denominación resulta de la escritura de escisión total y fusión por absorción de sociedades, otorgada ante el Notario de Madrid D. Emilio Villalobos Bernal el 2 de agosto de 1999, inscrita en el Registro Mercantil de Madrid al tomo 7542, folio 131, hoja M-122015, inscripción 12ª de fecha 27 de septiembre de 1999.

En virtud de la citada escritura de escisión total y fusión por absorción de sociedades, TELECHEF CORPORACION, S.A. (entonces denominada Proyectos de Hostelería, S.A.), absorbió a las sociedades siguientes: Telechef Corporacion, S.A. (de la cual adoptó su denominación), Telechef Cataluña, S.L., Telechef Asturias, S.L., Telechef Andalucía Oriental, S.L, Telechef Andalucía Occidental, S.L. y Telechef Navarra, S.L., así como una parte del patrimonio social de la sociedad Fincorp Finanzas Corporativas, S.A., que se escindió en dos partes.

Las citadas sociedades absorbidas componían la estructura territorial del negocio “Tele Chef”, perteneciendo todas ellas a los mismos accionistas que la actual TELECHEF CORPORACION, S.A., directa o indirectamente. Dichas sociedades no consolidaban balance entre ellas ni con la absorbente.

La fusión tuvo la finalidad de reorganizar y reestructurar el grupo empresarial de forma que se permitiese la separación y diferenciación de las distintas actividades desarrolladas por el grupo de empresas. TELECHEF CORPORACION, S.A. fue la destinataria de las actividades de promoción y explotación hostelera, que antes de la fusión eran desarrolladas por la propia sociedad, entonces llamada Proyectos de Hostelería, S.A., y las sociedades que fueron absorbidas.

Por otro lado, la sociedad Fincorp Finanzas Corporativas, S.A., con accionistas coincidentes, asumió la prestación de servicios de asesoramiento económico-financiero y corporativo.

Los aspectos más significativos de la operación fueron los siguientes:

- TELECHEF CORPORACIÓN, S.A. aumentó su capital social en la cifra de 102.000.000 pesetas, mediante la emisión de 10.200 nuevas acciones, de 10.000 pesetas de valor nominal cada una, de la misma clase y serie y con los mismos derechos políticos y económicos que las acciones entonces en circulación, y con una prima de emisión total igual a la diferencia entre la total suma de fondos propios de las sociedades absorbidas (176.676 8325 pesetas [equivalentes a 1.061,8491 Euros] por acción, lo que supone una prima de emisión total de 1.802.103.692 pesetas [equivalentes a 10.830.861,32247 Euros]).
- Las nuevas acciones que se emitieron dieron derecho a participar en las ganancias sociales con efectos desde la fecha de emisión.
- La fecha a partir de la cual las operaciones de las sociedades extinguidas se consideraron realizadas a efectos contables por cuenta de la sociedad absorbente se fijó en el día 1 de enero de 1999.
- Se consideraron como balances de escisión y de fusión los últimos balances anuales de todas las sociedades intervinientes, esto es, los cerrados a 31 de diciembre de 1998.

- Dado que las operaciones de escisión y fusión se llevaron a cabo entre sociedades vinculadas, y de acuerdo con las normas específicas que para dicho supuesto se establecen en el Borrador de Normas de Contabilidad Aplicables a las Fusiones y Escisiones de Sociedades, se mantuvieron en la sociedad absorbente los valores contables preexistentes en cada una de las absorbidas, respetándose por tanto el principio de precio de adquisición.

### **III.7.3. Informaciones sobre el capital de TELECHEF CORPORACION, S.A.**

El capital social actual de TELECHEF CORPORACION, S.A., según se desprende de la actual redacción del artículo 5º de sus Estatutos Sociales, asciende a la cifra de 353.280.000.- pesetas [2.123.255'56 euros], y está representado por 70.620 acciones nominativas, de clase única, totalmente desembolsadas y numeradas correlativamente del número 1 al 70.620, ambos inclusive, existiendo dos series:

- a) Serie A, de 29.100 acciones, números 1 a 29.100, ambos inclusive, de 10.000.- pesetas [6'01 euros] de valor nominal cada una.
- b) Serie B, de 41.520 acciones, números 29.101 a 70.620, ambos inclusive, de 1.500 pesetas [9'01 euros] de valor nominal cada una de ellas.

Las acciones son libremente negociables. La sociedad no ha emitido obligaciones convertibles, canjeables o con warrants, ni ha adoptado acuerdo alguno de capital autorizado.

Ni TELECHEF CORPORACION, S.A. ni ninguna de las sociedades dependientes de la misma, es titular de acciones propias o de acciones emitidas por la sociedad dominante.

### **III.7.4. Descripción del Grupo TELECHEF.**

TELECHEF CORPORACION, S.A. es la sociedad dominante de un Grupo de sociedades, siendo las sociedades dependientes a 31 de diciembre de 1999 las que se recogen en el cuadro incluido en la página siguiente.

**TELECHEF CORPORACIÓN, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**  
 Detalle de los Fondos Propios de Empresas del Grupo y Asociadas  
 31 de diciembre de 1999  
 (Expresados en miles de pesetas)

	Capital	Resultados de ejercicios anteriores	Resultado de 1999	Total Fondos propios	Porcentaje de participación	Coste	Valor teórico
Alimentos Familiares, S.A.	10.000	(81.209)	24.781	(46.428)	100,00	10.000	(46.428)
Proyvalladolid en Liquidación, S.A.	10.000	(126.515)	(597)	(117.112)	99,98	9.998	(117.089)
Proyburgos, en Liquidación, S.A.	62.000	(153.183)	(13.156)	(104.339)	99,98	62.000	(104.319)
Villalba Restauración, S.L. (en liquidación)	2.000	(11.749)	(7.482)	(17.231)	50,00	1.000	(8.616)
Telechef Noroeste, S.L.	12.000	(26.001)	(24.114)	(38.115)	100,00	12.000	(38.115)
Telechef Móstoles, S.L. (*)	500	(20.454)	(17.770)	(37.724)	51,00 (*)	255	(19.239)

(\*) El 24 de febrero de 2000 se adquirió el 49% restante de las participaciones sociales (véase nota 18)

El domicilio social de las sociedades del grupo es como sigue:

- Alimentos Familiares, S.A.: Avenida Europa número 24, Parque Empresarial La Moraleja, Alcobendas, Madrid.
- Proyvalladolid en Liquidación, S.A.: Avenida de Santander s/n, Centro Comercial Pryca Valladolid 2, 47011 Valladolid.
- Proyburgos en Liquidación, S.A.: Carretera Madrid-Irún Km. 236, 09001 Burgos.
- Villalba Restauración, S.L. ( en liquidación) Juan Bravo 3C, 28006 Madrid.
- Telechef Noroeste, S.L. (anteriormente denominada Parquesol Gescop, S.L.): Veinte de Febrero número 4, Valladolid.
- Telechef Móstoles, S.L.: Avenida Europa número 24, Parque Empresarial La Moraleja, Alcobendas, Madrid.

Todas estas sociedades están en supuesto de liquidación; se tiene previsto incorporar en estas sociedades actividades que actualmente está prestando TELE PIZZA para obtener beneficios.

## **CAPÍTULO IV**

### **ACTIVIDADES PRINCIPALES DEL EMISOR**

## CAPÍTULO IV

### ACTIVIDADES PRINCIPALES DEL EMISOR

---

#### IV.1 ANTECEDENTES.

La rápida expansión del Grupo ha estado basada en el éxito de la fórmula de TELEPIZZA, consiguiendo en la actualidad que el consumidor español asocie el nombre de TELEPIZZA al producto de pizza entregada a domicilio.

Una de las claves del éxito de TELEPIZZA ha sido la agresiva política de expansión, combinando la apertura de tiendas, tanto propias como franquicias.

Las tiendas de los franquiciados comparten la misma estructura, decoración, carteles, etc. que las tiendas propias del Grupo y se benefician de las acciones comerciales comunes (publicidad, etc.) y de la marca "TelePizza".

A cambio, se comprometen a mantener los estándares de calidad de producto y de servicio al cliente, para lo que cuentan con la formación necesaria realizada desde el grupo, que supervisa periódicamente la labor de cada uno de los franquiciados.

La principal ventaja del crecimiento vía tiendas propias es que se puede mantener un mejor control sobre la gestión de cada una de las tiendas, lo que para el negocio de TELEPIZZA resulta fundamental, ya que cualquier fallo en los estándares de calidad de producto o del servicio prestado al cliente repercutiría necesariamente en el prestigio de las demás tiendas.

La ventaja de las franquicias radica en que permite un crecimiento mucho más rápido que el realizado vía tiendas propias, al consumir muchos menos recursos que el anterior. Esto no se refiere sólo a las necesidades de capital, sino también incumbe a recursos humanos, ya que la plantilla media por tienda puede alcanzar hasta unas 50 personas.

<b>RESUMEN DE LAS PRINCIPALES MAGNITUDES CONSOLIDADAS</b>				
<b>CUENTA DE RESULTADOS</b>		<b>1999</b>	<b>1998</b>	<b>1997</b>
Importe Neto Cifra Negocio		48.542	38.741	26.876
Otros Ingresos		2.461	2.795	2.081
Aprovisionamientos y Gtos.Externos		-25.148	-21.244	-15.383
Gastos de Personal		-16.715	-12.523	-8.383
Amortización Inmovilizado		-2.804	-2.168	-1.219
Variación Provisiones Circulante		--	-22	-32,5
<b>Resultado de Explotación</b>		<b>6.335</b>	<b>5.579</b>	<b>3.940</b>
Resultados Financieros		-292	-148	-58
Amortización Fondo de Comercio		-198	-201	-104
Resultado Soc. Puestas Equivalencia		18	64	90
<b>Resultado Actividades Ordinarias</b>		<b>5.863</b>	<b>5.295</b>	<b>3.867</b>
Resultados Extraordinarios		138	56	-161
Impuesto Sociedades		-1395	-1.566	-1.091
<b>Resultado del Ejercicio</b>		<b>4.606</b>	<b>3.785</b>	<b>2.616</b>
Atribuido Socios Externos		-105	-143	-105
<b>Resultado Atribuido Soc. Dominante</b>		<b>4.501</b>	<b>3.642</b>	<b>2.511</b>
Plantilla Media (número empleados)		9.954	7.130	6.192
Jornada Completa		4.221	1.205	889
Jornada Parcial		5.733	6.169	5.303
Variación Anual cifra de negocio		25,3%	44,1%	49,4%
Cotización/Valor en Libros		1.068,6%	3112,2%	2232,6%
<b>BALANCE</b>		<b>1999</b>	<b>1.998</b>	<b>1.997</b>
Inmovilizado Total		23.476	15.817	9.674
Fondo de Comercio de Consolidación y de Fusión		5.136	4.025	2.084
Gastos a Distribuir en Varios Ejercicios		94	117	264
Fondo de Maniobra		-2.988	-3.250	-2.843
<b>ACTIVO=PASIVO</b>		<b>25.718</b>	<b>25.911</b>	<b>15.863</b>
Fondos Propios		14.038	9.412	5.913
Socios Externos		439	484	292
Diferencia Negativa de Consolidación		233	238	233
Provisión Riesgos y Gastos		228	382	371
Deudas a Largo Plazo		10.531	6.062	2.369
Ingresos Distrib.Varios Ejercicios		249	280	
Endeudamiento Financiero Bruto		13.333	7.993	2.657
Fondo Maniobra (sin stocks)		4.830	-4.799	-3.651
Activo Circulante/Deudas a corto		0,6	0,7	0,6
Endeud. Finan. / F. Propios + Soc.Externos		92,89%	80,8%	42,8%
Endeud. Finan. / Deudas Totales		60,8%	52,9%	29,3%
Deudas Totales / Total Pasivo		59,1%	58,3%	57,1%

Este cuadro estará más detallado en el capítulo V, dentro del apartado “Comentarios a los Estados Financieros Consolidados”.

## **IV.2. ACTIVIDADES PRINCIPALES DEL EMISOR**

Se consideran tiendas del Grupo consolidado TELEPIZZA (propias) aquellas tiendas pertenecientes a la matriz TELE PIZZA, S.A. o a las sociedades filiales de TELE PIZZA, S.A. (independientemente de que pertenezcan a las cadenas “TELEPIZZA”, “PIZZA WORLD” ó “TELEGRILL”.

### **IV.2.1. Evolución ingresos Totales Grupo TELEPIZZA Consolidado**

(Millones de Pesetas)

<b><u>Ventas por centros</u></b>	<u>1999</u>	<u>1998</u>	<u>1997</u>
Ventas tiendas propias	40.866	30.554	20.207
Ventas de la central a franquicias	7.676	8.187	6.669
	-----	-----	-----
	<b>48.542</b>	<b>38.741</b>	<b>26.876</b>
<b><u>1. Importe neto Cifra de negocios</u></b>			
% Variación sobre año anterior	25,3%	44,1%	49,37%
<b><u>Otros Ingresos</u></b>			
Canon de concesión por franquicia (1)	58	65	35
Cánon periódico (royalty) por franquicia (1)	1.109	1.151	887
Cánon de publicidad	726	767	673
Otros ingresos de Explotación	568	812	486
	-----	-----	-----
<b><u>2. Total otros ingresos explotación</u></b>	<b>2.461</b>	<b>2.795</b>	<b>2.081</b>
% Variación sobre año anterior	-11,9%	34,31%	51,57%
<b>INGESOS TOTALES CONSOLIDADOS</b>			
<b>(1+2)</b>	<b>51.002</b>	<b>41.536</b>	<b>28.957</b>
% Variación sobre año anterior	22,8%	43,44%	49,51%

(1) Información más desarrollada en el punto IV.2.13. donde se describen los contratos de franquicia.

La evolución del importe neto de la cifra de negocios en el ejercicio 1999 ha presentado un crecimiento del 25,3% sobre el ejercicio 1998, alcanzando los 48.542 millones de pesetas.

Es necesario destacar la aportación al crecimiento de la cifra de ventas que ha supuesto la apertura de tiendas en la división internacional.

**SINTESIS DE LOS ULTIMOS 3 EJERCICIOS  
NUMERO DE TIENDAS Y VENTAS POR CADENA  
(TIENDAS PROPIAS + FRANQUICIAS):**

A) Evolución tiendas propias y franquicias a final de año

	1999	1998	1997
<b>CADENA TELEPIZZA</b>	<b>665</b>	<b>477</b>	<b>379</b>
<b>TELEPIZZA ESPAÑA</b>	<b>413</b>	<b>356</b>	<b>311</b>
Propias	280	232	172
Franquicias	133	124	139
<b>TELEPIZZA INTERNACIONAL</b>	<b>252</b>	<b>121</b>	<b>68</b>
- PORTUGAL	<b>43</b>	<b>36</b>	<b>26</b>
Propias	31	25	13
Franquicias	12	11	13
- MEXICO	<b>109</b>	<b>40</b>	<b>24</b>
Propias	104	29	15
Franquicias	5	11	9
- POLONIA	<b>40</b>	<b>12</b>	<b>8</b>
Propias	40	12	8
Franquicias	0	0	0
- CHILE	<b>18</b>	<b>14</b>	<b>10</b>
Propias	16	12	8
Franquicias	2	2	2
- FRANCIA	<b>28</b>	<b>19</b>	<b>0</b>
Propias	28	19	0
Franquicias	0	0	0
- REINO UNIDO	<b>13</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Propias	4	0	0
Franquicias	9	0	0
- MARRUECOS	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Propias	1	0	0
Franquicias	0	0	0
<b>CADENA PIZZA WORLD</b>	<b>79</b>	<b>97</b>	<b>88</b>
Propias	29	42	28
Franquicias	50	55	60
<b>CADENA TELEGRILL</b>	<b>23</b>	<b>16</b>	<b>1</b>
<b>TELEGRILL ESPAÑA</b>	<b>20</b>	<b>14</b>	<b>1</b>
Propias	18	13	1
Franquicias	2	1	0
<b>TELEGRILL INTERNACIONAL</b>			
PORTUGAL	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
Propias	1	1	0
Franquicias	0	0	0
MEXICO	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
Propias	2	1	0
Franquicias	0	0	0
<b>TOTAL TIENDAS</b>	<b>767</b>	<b>590</b>	<b>468</b>
PROPIAS	554	386	245
FRANQUICIAS	213	204	223

B) Evolución ventas de tiendas propias más franquicias (ventas de las cadenas)

(en millones de pesetas)

	1999	1998	1997
<b>CADENA TELEPIZZA</b>			
<b>TELEPIZZA ESPAÑA</b>	46.081	42.779	33.178
<b>TELEPIZZA INTERNACIONAL</b>			
Portugal	3.699	3.105	2.209
México	2.418	1.056	770
Polonia	1.107	580	356
Chile	1.110	1.014	657
Francia	638		
Reino Unido	331		
Marruecos	3		
<b>CADENA PIZZA WORLD</b>	5.857	5.123	2.460
<b>CADENA TELEGRILL</b>	1.206	131	13
<b>TOTAL VENTAS CADENAS</b>	<b>62.451</b>	<b>53.789</b>	<b>39.643</b>

Se entiende por ventas de las cadenas, las ventas de los establecimientos propios y franquiciados al público. Por lo tanto, la cifra de ventas cadenas no coincide con la cifra neta de negocios de la Cuenta de Perdidas y Ganancias consolidada ya que, la cifra neta de negocios consolidada incluye las ventas de las tiendas propias al público más la venta de las fábricas a los franquiciados.

#### **IV.2.2. Descripción del sector en el que opera la Compañía.**

##### **1. Descripción del sector de comida rápida en España.**

Los factores que han afectado al desarrollo del mercado de comida rápida en España están estrechamente relacionados con una serie de cambios demográficos, culturales y económicos producidos en los últimos años, entre los que cabe destacar los siguientes:

###### **A) Cambios demográficos:**

El principal cambio demográfico que afecta al sector es el incremento en la participación de las mujeres en el mercado de trabajo, con la consiguiente falta de disponibilidad de tiempo para cocinar y la necesidad de disponer de alimentos de rápida preparación y consumo.

Otros factores que han facilitado también el desarrollo del sector han sido el incremento en el número de hogares con una sola persona, el crecimiento de las áreas suburbanas, así como un incremento del consumo por parte de las personas que en su infancia o adolescencia, comenzaron a consumir este tipo de producto y, al convertirse en padres con su propio hogar, lo incluyen dentro de sus hábitos alimenticios.

###### **B) Cambios culturales:**

Se ha incrementado el tiempo de ocio en la sociedad actual, así como la importancia que se le da al tiempo libre y el gasto que se realiza en el mismo.

Los cambios en las preferencias de los consumidores vienen dirigidos por el público infantil y los adolescentes y sus gustos van encaminados hacia este tipo de productos.

Se ha desarrollado la venta telefónica, no conocida en España hace unos años.

C) Cambios económicos:

Se ha producido una estandarización entre los consumidores tras el ingreso de España en la Comunidad Económica Europea, cuyos gustos son cada vez más similares.

Un establecimiento de “comida rápida” se define como un establecimiento en el que el consumidor puede adquirir productos como comidas preparadas y refrescos para su consumo, bien en el local o fuera de él, con un tiempo de elaboración reducido.

Cabe destacar una mayor aceptación del concepto de “comida rápida” por parte de los consumidores, lo cual se ha visto favorecido en gran medida por una continua actividad promocional. La expansión de los centros comerciales también ha contribuido a esta tendencia ya que los consumidores dedican una parte cada vez mayor de su renta al tiempo de ocio. Los cambios culturales hacen que la “comida rápida” se posicione cada vez mejor en un marco donde se valora la rapidez del servicio junto con unos precios competitivos.

## **COMPARACION INTERNACIONAL: POTENCIAL DE CRECIMIENTO**

Según los datos sobre gasto per cápita en “comida rápida” en 1.997 (último dato comparado disponible), en España era la mitad que en Francia y Alemania; un 39% del de Inglaterra y un 6,6% del de Estados Unidos. Asimismo, el número de habitantes por restaurante era de 26.159, frente 12.000 en Inglaterra y 1.720 en Estados Unidos.

### **2. Descripción del segmento del reparto de pizza a domicilio.**

La clave del desarrollo de este segmento del mercado de comida rápida es la comodidad.

El mayor número de consumidores de los productos a domicilio son parejas jóvenes de casados, niños y adolescentes.

Otras características que han potenciado el desarrollo de la pizza como el producto que más se reparte a domicilio ha sido que se ajusta muy bien a la tradición española de reunirse la familia durante las comidas, su “transparencia” al estar los ingredientes bien visibles en su superficie y su forma, muy adecuada para ser transportada.

Del total de ventas de las tiendas de TelePizza en España, el 60 % es reparto a domicilio, frente a un 40 % de consumo en el local y para llevar.

El *boom* del reparto de pizzas a domicilio ha llevado a otros operadores a entrar en el sector ofreciendo productos que van desde comida china, comida española, etc.

### **3. Descripción del sector de la pizza.**

El sector de la pizza domina el mercado en términos de número de establecimientos y de cifras de ventas. Según DBK, en 1999 su peso en ventas fue el 39,2% del *fast food* total.

Un punto clave del desarrollo del sector de la pizza en España ha sido que el crecimiento ha venido de la mano de compañías nacionales e internacionales de reparto a domicilio, que han comenzado a desarrollar sus actividades en España.

En cuanto a la aceptación de la pizza en España, comparada con el resto de productos de *fast food*, es muy alta, de hecho supone el 39% del total, muy superior al de otros países como Francia, Alemania o Inglaterra.

Con relación a su potencial de ventas, baste decir que el consumo de pizzas per capita en 1998, suponía unas 2.000 pesetas, por debajo de la sexta parte de los consumos en USA en 1995.

#### **4. TELE PIZZA frente a sus competidores.**

En el año 1999, el Grupo TelePizza ha alcanzado, según DBK, una cuota de mercado del 60%.

El número de establecimientos del Grupo Telepizza, en España, a diciembre de 1999, alcanzó las 512 unidades, con un crecimiento de aproximadamente un 10% respecto al año anterior, (crecimiento que es de un 16% en establecimientos de la cadena "TelePizza").

Su posición en el mercado está basada, principalmente, en las siguientes ventajas competitivas:

- Producto de calidad
- Fortaleza de la marca
- Amplia implantación geográfica
- Conocimiento profundo del reparto a domicilio
- Política de formación y promoción del personal de tiendas
- Centralización de la producción y compras
- Descentralización de la política de promociones en función del entorno competitivo de cada establecimiento.

#### **IV.2.3. Descripción general del negocio:**

Las actividades principales del negocio son la venta de pizzas y otros complementos al público y la fabricación y venta, tanto a las tiendas en propiedad como a los franquiciados, de las materias primas que componen dichos productos.

La venta de pizzas y complementos al público se realiza desde establecimientos que trabajan en exclusiva bajo las marcas "TelePizza" y "Pizza World". Dicha venta puede realizarse de diversas formas:

- \* Venta en el local: consumiendo el producto en el mismo establecimiento o recogiendo el cliente el producto para su consumo fuera del mismo;
- \* Venta a domicilio: se realiza el pedido mediante llamada telefónica por parte del cliente y la entrega se realiza en su domicilio. Para el transporte, cada establecimiento dispone de una flota de motocicletas.

Las fábricas surten de materias primas y otros complementos a la tienda con un fin específico: conseguir la regularidad en la calidad de producto en el tiempo y para cada uno de los establecimientos de la cadena. De esta forma, se consigue que el cliente consuma siempre el mismo producto independientemente de donde se encuentre.

Desde las fábricas, se suministran diferentes tipos de productos a las tiendas:

a) Materias primas:

\* Masa: La masa constituye el elemento base de la pizza. Su producción se realiza en las fábricas del Grupo TelePizza bajo una fórmula particular y constituye para nuestros clientes un elemento identificativo del producto.

\* Ingredientes: Junto con la masa, conforman la pizza que se entrega al cliente y son únicamente distribuidos desde nuestras fábricas. Los ingredientes básicos de la pizza son el tomate y el queso, que constituyen lo que sería la pizza base. El resto de ingredientes (como el jamón, champiñón, bacon, pimientos, etc), se pueden combinar a gusto de los clientes y se han ido incorporando al menú de las tiendas a sugerencia de estos.

b) Cajas:

Esenciales para el transporte de la pizza, son tres los tamaños que actualmente se suministran: familiar, mediana y pequeña, coincidiendo con los tres tamaños de pizza que se comercializan.

c) Otros:

Las fábricas sirven también de centro de distribución de los distintos productos de consumo de la tienda para garantizar su homogeneidad en todos los establecimientos de la marca:

- Regalos promocionales
- Uniformes
- Material de cocina, etc.

La tienda, tanto si es propia como franquiciada, realiza a través del sistema informático, telefónicamente o vía fax el pedido correspondiente que le es suministrado a través de una flota de camiones frigoríficos, propiedad de DELIVERY DELTA, S.A. (filial de TELE PIZZA, S.A.).

Cada tipo de producto fresco (masas, fiambres, queso..), seco (conservas) o congelado (trufas heladas, helados...) es transportado con la temperatura y frecuencia óptimas que garantizan el mantenimiento estricto de sus cualidades físicas y organolépticas.

Cada tienda del Grupo posee una flota propia de motos que depende del nivel de venta a domicilio de la tienda, siendo el número medio de motos de 20 a 30 por tienda. Las motos de los establecimientos en franquicia son propiedad del franquiciado. Todas las motos se encuentran matriculadas y aseguradas. En el Grupo Telepizza, para garantizar su funcionamiento óptimo, aún cuando su duración pueda ser superior, se suelen reemplazar cada 2 años por lo que la amortización contable que realiza la compañía es el 50% de su valor, anualmente.

#### **IV.2.4. Líneas de producto: Pizza y otros productos complementarios.**

La línea de producto de nuestros establecimientos se compone de 2 grupos fundamentales: un primer grupo referente a “pizza” y un segundo que supone un “complemento” a la actividad fundamental al negocio de la compañía de la venta de pizzas.

Estos complementos en la actividad estarían formados por la venta de distintos tipos de refrescos, postres, y productos entrantes que complementan la degustación de la pizza.

##### **Grupo 1: Pizza**

a) Descripción General:

En la actualidad, el Grupo vende 3 tamaños diferentes de pizza: pizza pequeña, pizza mediana y pizza familiar. Cada una de estas pizzas puede ser combinada al gusto del consumidor por el número de ingredientes que éste desee a elegir. El Grupo dispone de una serie de pizzas sugeridas y formadas por una combinación especial de ingredientes y/o salsas. En el caso de Pizza World, el cliente además puede optar entre tres tipos de masa: *clásica*, *pan world* (suave, esponjosa y nada grasienta) y la *fin world*, crujiente, sabrosa y muy ligera.

b) Imagen de producto:

Todas las pizzas del Grupo son denominadas “telepizzas” o “pizza world”, dependiendo de la cadena, al objeto de que todos los clientes asocien el nombre de las cadenas y el de los principales productos que éstas venden y que constituyen la base del negocio. Por otro lado, toda la publicidad, material promocional y *packaging* de la pizza hace mención a los *claims* de ambas cadenas: “*TELEPIZZA, el secreto está en la masa*” y “*PIZZA WORLD, es otro nivel*”.

##### **Grupo 2: Complementos**

a) Descripción General:

En los últimos años, el Grupo ha venido incorporando nuevas extensiones a su línea de producto pizza. Estos productos en ningún caso son sustitutivos de la pizza, actividad básica y fundamental del negocio, sino que sirven para complementarlo.

Estos complementos se dividen en tres apartados:

- \* Entrantes: ensaladas, pan de ajo, minicalzone, alitas de pollo y gazpacho (este último sólo en verano).
- \* Bebidas: refrescos, cerveza y agua.
- \* Postres: helados de distintos sabores y tamaños y trufas heladas.

b) Imagen de producto:

Respecto a su imagen, los productos complementarios del Grupo se dividen en dos apartados:

- \* Aquellos que vienen avalados por la marca de un proveedor, en cuyo caso se realizan acciones de *co-branding*, es decir, acciones de colaboración publicitaria financiadas en parte por el proveedor.

\* Productos amparados bajo el paraguas de “TELEPIZZA” y “PIZZA WORLD”: en este caso la compañía avala su lanzamiento a nivel de imagen televisiva y promoción bajo el paraguas de un producto más de cada cadena.

#### **IV.2.5 TeleGrill y TeleChef**

Del enfoque inicial de tiendas independientes con una carta basada en productos a la parrilla (esencialmente pollo y costillas), se pasó a un planteamiento de tiendas compartidas con TelePizza, para poder aprovechar la base de clientes del negocio TelePizza. Además se introdujeron nuevos productos como el sandwich de pollo y la hamburguesa. Este esquema de tiendas compartidas suponía altas inversiones en infraestructura y equipos gerentes adicionales, por lo que, a pesar del incremento en las ventas, se aumentaba el punto de equilibrio, dando lugar a tiendas de baja rentabilidad.

La integración de TeleChef supone la incorporación de un know-how desconocido para TelePizza, y que puede soportar la venta de hamburguesas y bocadillos dentro de la estructura normal de la tienda, y disponiendo de un espacio mínimo de 3,5 m2. La inversión en maquinaria y remodelación tiene un coste medio de 2 a 2,5 millones de pesetas por tienda. Todos estos factores contribuyen a aumentar enormemente la rentabilidad por tienda.

A partir de Noviembre de 1999 se pone en marcha un proyecto piloto en 6 tiendas TelePizza, en las que se integra una estación mixta para la producción de hamburguesas y bocadillos. Con una inversión mínima en comunicación y sin ofertas de lanzamiento, las tiendas con estos productos crecieron un 10% por encima de las de su región.

En vista de estos resultados, el Grupo decidió sustituir el proyecto TeleGrill por la incorporación de las estaciones mixtas de TeleChef en el 97% de sus tiendas propias TelePizza actuales (así como en las nuevas aperturas a partir de ahora) y en aproximadamente 100 tiendas franquiciadas.

#### **IV.2.6. Informe de Operaciones Cadena “TELEPIZZA”**

Se consideran tiendas de la cadena TELEPIZZA, todas aquellas que operan bajo la marca registrada “TelePizza” independientemente de que sean franquicias o propias y de su localización geográfica.

El siguiente cuadro muestra la evolución de tiendas propias y franquicias en los tres últimos ejercicios para el conjunto de la cadena “TELEPIZZA” (establecimientos nacionales e internacionales).

#### **EVOLUCIÓN N° DE TIENDAS DE LA CADENA “TELEPIZZA” PROPIAS Y FRANQUICIADAS (INCLUYE TIENDAS EN ESPAÑA Y EN EL EXTRANJERO)**

	1.999	1.998	1.997
Propias	504	329	215
Franquiciadas	161	148	164

En el transcurso de 1999 se han realizado 159 aperturas de nuevas tiendas bajo la marca "TelePizza" y 29 traspasos de tiendas que operaban bajo las marcas "Pizza World" (27) y "Telegrill" (2) a la cadena "Telepizza". De dichas aperturas, 57 corresponden a establecimientos en territorio nacional y 131 a establecimientos en el resto de los siete países donde opera la marca. Durante el año 1999 han comenzado a operar las tiendas de Francia (28), las de Reino Unido (13) y Marruecos (1).

### **VENTAS DE LA CADENA "TELEPIZZA": TIENDAS PROPIAS Y FRANQUICIAS (INCLUYE TIENDAS EN ESPAÑA Y EN EL EXTRANJERO)**

	1.999	1.998	1.997
Propias	37.063	28.333	20.228
Franquiciadas	18.325	20.201	16.941
<b>TOTAL</b>	<b>55.388</b>	<b>48.534</b>	<b>37.170</b>

La cadena "TelePizza" ha alcanzado un crecimiento en ventas de un 14,12% con respecto a 1998.

El hecho de que las tiendas más maduras sigan creciendo en ventas y que las aperturas hayan sido un éxito hace prever que el mercado permitirá, a futuro, continuar con el ritmo de aperturas de este último ejercicio.

### **DATOS OPERATIVOS DE LAS TIENDAS PROPIAS Y FRANQUICIAS DE LA CADENA "TELEPIZZA"**

**(Unidad: N° de tiendas, Millones de Pesetas y %)**

	1999	1998	1997
<b><u>1. Número de Establecimientos</u></b>			
Tiendas Propias	504	329	216
Tiendas en Franquicia	161	148	163
Tiendas en España	413	356	311
Tiendas Extranjero	252	121	68
<b>Total Tiendas</b>	<b>665</b>	<b>477</b>	<b>379</b>
% Variación s/ Año Anterior	39,4%	25,9%	32,1%
<b><u>2. Ventas en Tiendas</u></b>			
Tiendas Propias	37.063	28.333	20.228
Tiendas en Franquicia	18.325	20.201	16.942
Tiendas en España	46.081	42.779	33.178
Tiendas Extranjero	9.307	5.755	3.992
<b>Total Venta Cadena</b>	<b>55.388</b>	<b>48.534</b>	<b>37.170</b>
% Variación s/ Año Anterior	14,01%	30,6%	36,1%

<b>3. Venta Media por tienda/mes</b>			
Tiendas Propias(1)	10.358	9.419	9.479
Tiendas en Franquicia(1)	10.871	9.892	9.599
<b>Total Venta Media Cadena (1)</b>	<b>10.538</b>	<b>9.884</b>	<b>9.533</b>
% Variación s/ Año Anterior	6,6%	3,7%	10,6%

(1) La venta media por tienda mes se obtiene al dividir la venta total entre la suma del número meses operativos de cada tienda.

TelePizza siempre ha apostado por el marketing como una herramienta esencial en su estrategia. Así, en el transcurso de 1999 se han llevado a cabo importantes campañas de publicidad y promoción, destinadas a captar nuevos clientes e incrementar nuestra cuota de mercado, complementadas con “product placements” y una constante actividad en otros medios de carácter local, como prensa, radio y vallas publicitarias.

A lo largo del año se han realizado y emitido 17 nuevos spots para potenciar los lanzamientos de nuevos productos como la pizza marinera, los spaguetti, y las trufas, así como las promociones de regalo seguro y ofertas en precio.

De cara a potenciar la fidelidad del consumidor y a incrementar el importe medio del pedido, se han desarrollado con éxito campañas promocionales durante 1999 que denominamos: “videos”, “puzzles”, “set de explorador”, “playa”, “vuelta al cole”, “Come con Telepizza-Warner” y “juegos electrónicos.

### **DISTRIBUCION GEOGRAFICA DE LAS TIENDAS DE LA CADENA “TELEPIZZA” EN ESPAÑA**

Las tiendas de la cadena TelePizza en España a 31 de diciembre de 1999 se encuentran distribuidas por comunidades de la siguiente manera:

<b>Comunidad</b>	<b>Franquicias</b>	<b>Propias</b>	<b>Total</b>
Andalucía	21	56	77
Aragón	0	10	10
Asturias	11	0	11
Baleares	0	5	5
Canarias	0	12	12
Cantabria	6	0	6
Castilla y León	11	10	21
Castilla la Mancha	7	4	11
Cataluña	12	35	47
Ceuta y Melilla	0	2	2
Extremadura	3	4	7
Galicia	10	8	18
Madrid	31	67	98
Murcia	4	4	8
Pais Vasco	3	21	24
Rioja	0	4	4
Valencia	14	35	49
Navarra	0	3	3
<b>Total España</b>	<b>133</b>	<b>280</b>	<b>413</b>

## **LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS**

Durante 1999 han destacado tres lanzamientos: una nueva especialidad (la Telepizza Marinera), las nuevas trufas de chocolate blanco y los spaguetti.

La nueva Telepizza Marinera y los Spaguetti responden a la estrategia de ampliación de nuestra base de clientes.

### **IV.2.7. Informe de Operaciones Cadena “PIZZA WORLD”**

Se consideran tiendas de la cadena PIZZA WORLD, todas aquellas que operan bajo la marca registrada “Pizza World” independientemente de que sean franquicias o propias y de su localización geográfica.

Con fecha 28 de Mayo de 1997 se procedió a la adquisición de las sociedades Mixor S.A. y Circol, S.A. por importe de 1.710 Millones de pts., y de la marca “Pizza World” bajo la que operaban las tiendas propiedad de dichas compañías por importe de 130 Millones de pts., es decir un total de 1.840 Millones. Dichas sociedades poseían en conjunto un total de 110 tiendas, de las cuales 39 eran tiendas en propiedad y el resto franquiciadas.

Las principales oportunidades derivadas de esta adquisición residían, en primer lugar, en poder convertir en tiendas "TelePizza" los establecimientos "Pizza World" que por proximidad no compitieran con tiendas ya establecidas de la marca "TelePizza" y, en segundo lugar, se observó la oportunidad de potenciar las tiendas "Pizza World" restantes a través de una mejora en la gestión, realizando una gestión integrada de ambas cadenas, aunque manteniendo independencia en cuanto a las marcas, marketing, productos, etc.

El número de tiendas que a 31 de Diciembre de 1999 operaban bajo la marca "Pizza World" ascendía a 79, de las cuales 29 eran tiendas propias y 50 eran franquiciadas; 27 tiendas se traspasaron a la marca Telepizza durante el año 1999.

La facturación de la cadena durante los meses de operación de 1999 alcanzó un total de 5.857 millones de pesetas.

Las acciones de marketing llevadas a cabo durante los meses de actividad bajo la gestión del Grupo en el año 1999 han afectado, sobretodo, a la política de ofertas, con el fin de ajustarse a las demandas del mercado. En 1999 se ha realizado un importante lanzamiento en PizzaWorld: la nueva pizza Granjera, que por la calidad de sus ingredientes, ha pasado a ser una de las más demandadas de la cadena. Este lanzamiento fue apoyado por una importante campaña en TV3. Durante 1999 se han realizado campañas publicitarias en TV3, TeleMadrid y Canal Nou.

En cuanto a la gestión de compras, es realizada por el mismo departamento centralizado de compras del Grupo TELEPIZZA. Hay productos específicos para cada cadena y productos comunes unificados para conseguir una mejora en sus condiciones.

El reparto de los productos desde la fábrica a las tiendas, se realiza en camiones propiedad de la sociedad DELIVERY DELTA, S.A., perteneciente al grupo (ver Capítulo IV.2.10. apartado 3. Fabricación y distribución)

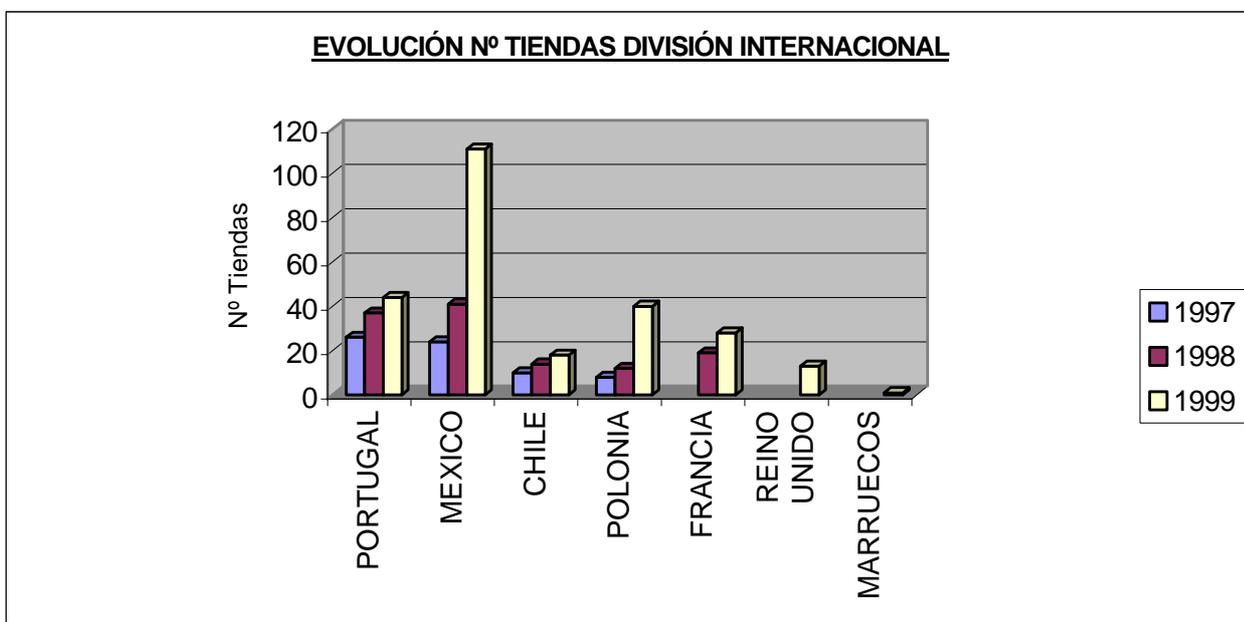
#### IV.2.8. Actividades de la División de TELEPIZZA INTERNACIONAL

El Grupo TelePizza cuenta, al margen de España, con tiendas en siete países (Portugal, México, Chile, Polonia, Francia, Reino Unido y Marruecos). En cada uno de ellos tiene su propia estructura de tiendas y administración.

Dichos países cuentan con el siguiente número de tiendas a 31 de diciembre de 1999:

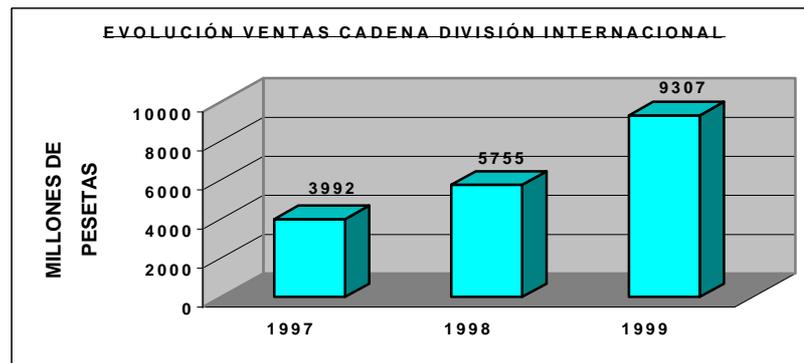
	<b>TELEPIZZA</b>	<b>TELEPIZZA</b>	<b>TELEGRILL</b>	
	<b>Tiendas Propias</b>	<b>Franquicias</b>		<b>Total</b>
<b>Portugal</b>	31	12	1	44
<b>México</b>	104	5	2	111
<b>Polonia</b>	40	0	--	40
<b>Chile</b>	16	2	--	18
<b>Francia</b>	28	0	--	28
<b>Reino Unido</b>	4	9	--	13
<b>Marruecos</b>	1	--	--	1
	224	28	3	255

Nuestro Grupo está en una fase de expansión en estos países, por lo que todavía no se puede beneficiar de economías de escala como las que cuenta en España. A pesar de esto, la mejora que ha experimentado en los últimos años la división internacional ha llevado a la cadena a acelerar el ritmo de aperturas de forma considerable. El 31/12/98 había 97 tiendas propias; a 31/12/99 se incrementaron hasta 224 tiendas propias (sin incluir las tres tiendas de la cadena TeleGrill).



Las ventas en estos países han crecido un 61,7% en 1999 frente a 1998, porcentaje que se sitúa por encima de la cifra de crecimiento de España. Todavía, como es lógico, debido a su menor volumen, sus márgenes operativos están por debajo de España, pero se están empezando a consolidar con rapidez.

La evolución que han experimentado las ventas de la cadena para el conjunto de estos siete países durante los últimos tres ejercicios es la siguiente:



Como puede observarse en el siguiente gráfico la venta al público de la división internacional representa cada año un porcentaje mayor con respecto al total de ventas de la cadena, alcanzando al término de 1999 el 14,9%. Las expectativas de crecimiento internacional de la compañía hacen prever que en el año 2.000 el porcentaje que representarán las ventas de internacional sobre el total de venta del grupo alcanzará el 20%.

#### IV.2.9. Estructura de Costes.

##### 1. Estructura de costes de la tienda.

La estructura de costes de una tienda propia a cierre del ejercicio de 1999, tomando como base las ventas netas (sin IVA ni descuentos), es la siguiente:

<b>VENTAS</b>	<b>100%</b>
COSTE DE VENTAS	33,8%
PERSONAL	30,8%
PUBLICIDAD	3,4%
ALQUILER	3,9%
AMORTIZACIÓN	3,9%
PROMOCIONES	3,1%
SUMINISTROS	2,7%
OTROS	7,5%
BENEFICIO A/IMP	10,9%

Esta estructura de costes representa la media sobre la totalidad de las tiendas propias nacionales.

El coste de producto representa en la actualidad el 33,8% e incluye las materias primas de las pizzas vendidas y el coste de las bebidas, postres y otros. Dicho coste se ve influenciado por las promociones de producto que haya en cada momento ( 2 pizzas por el precio de una, medianas a mil, etc.).

El coste de personal, que asciende al 30,8%, tiene una parte fija, correspondiente al personal con contratos de 40 horas semanales (jefe de tienda, encargados y responsable de ventas) y otra parte variable, que corresponde a pizzeros y repartidores.

El gasto de publicidad corresponde a la contribución al fondo de publicidad de la cadena y oscila entre el 4% para las tiendas situadas en Madrid, y el 3% para el resto de las tiendas en territorio nacional.

Los suministros principales que incluimos en la estructura de gastos de una tienda son la electricidad, teléfono, agua y gas (en caso de que lo hubiera).

El resto de los gastos, 7,5%, incluye conceptos como material de cocina, uniformes, seguros, impuestos locales, etc.

## 2. Estructura de costes del Grupo.

Los principales costes operativos de la compañía son:

\* Coste de ventas: Tiene dos componentes principales. Por una parte el coste de ventas de las tiendas propias, y por otra, el coste de ventas de fábrica, por todos los productos suministrados a los franquiciados y ventas externas de queso de Luxtor, S.A. (filial de TELE PIZZA).

\* Coste de personal: Incluye tanto el personal de las tiendas como de las fábricas y de las oficinas centrales.

\* Resto de gastos operativos: transporte de ventas, la publicidad, los suministros, servicios profesionales independientes, arrendamientos, seguros, limpieza, impuestos locales y cualquier otro tipo de gasto relacionado directamente con la actividad principal del Grupo.

El coste de producto para la compañía tiene como principales componentes:

- A) Coste de producto de la pizza:
  - \* Materia prima para la fabricación de las masas
  - \* Ingredientes
  - \* Bebida, helados y complementos a la pizza
  - \* Utensilios para la elaboración de la pizza
  - \* Envases para el reparto de la pizza
- B) Coste del resto de elementos suministrados a las tiendas:
  - \* Uniformes del personal
  - \* Regalos promocionales
  - \* Otros

### EVOLUCIÓN COSTES TOTALES DEL GRUPO CONSOLIDADO TELEPIZZA POR NATURALEZA DE GASTOS

<b>Unidad: Millones de Ptas y %</b>	1.999	1.998	1.997
+ Consumos y Otros Gastos Externos	14.172	12.949	9.276
+ Otros Gastos de Explotación(1)	10.976	8.295	6.139
+ Gastos de Personal	16.715	12.523	8.383
+ Amortizaciones Inmovilizado	2.804	2.168	1.219
+ Gastos Financieros	388	222	141
<b>= Total Gastos</b>	<b>45.055</b>	<b>36.157</b>	<b>25.158</b>
% sobre Ingresos Totales	88,3%	87,0%	86,9%

(1) Los gastos más relevantes incluidos en Otros Gastos de Explotación son: arrendamientos, publicidad, suministros y mantenimientos

## **2. Fabricación y distribución. Compras**

### **A. Fabricación y distribución.**

La Compañía dispone de cinco centros de fabricación y distribución, uno en Guadalajara, otro en Sant Quirçe del Vallés (Barcelona), dos en Móstoles (Madrid) y uno más en Ávila, cuya función principal es el servicio a las tiendas de la península. El Grupo también dispone de dos centros a menor escala en las Islas Canarias y Baleares (para cubrir las tiendas de dichos archipiélagos).

A nivel internacional contamos con 8 centros de fabricación y distribución, uno en Chile, dos en México, uno en Polonia, uno en Portugal, uno en Reino Unido, uno en Marruecos y uno en Francia.

Por otra parte, la puesta en marcha de un nuevo túnel de lavado y una nueva línea de producción en la central de Lisboa han posibilitado la cobertura del suministro a las tiendas de Extremadura y Andalucía Occidental, adicionalmente al servicio prestado a las tiendas en territorio portugués.

En las fábricas, se reciben tanto materias primas para la elaboración de las bolas de masa (único producto allí manufacturado) como ingredientes y productos terminados para su distribución a las tiendas.

La fabricación de las bolas de masa se efectúa en líneas paralelas pero independientes de producción, cada una de las cuales consta de sus propios equipos de amasado, división y embolado. Las masas, una vez emboladas, se introducen en unas bandejas de plástico o gavetas. Las gavetas conteniendo las bolas de masa, tras su paso por los túneles de frío en los que se baja la temperatura de la masa, son almacenadas en grandes cámaras de refrigeración a una temperatura entre 3º y 4º C, nunca congeladas.

En las cámaras, permanecen menos de 24 horas hasta su carga en camiones refrigerados para su reparto a las tiendas.

Los pedidos se reciben de las tiendas, propias y franquiciadas, diariamente por modem en la fábrica. Con ellos se planifica automáticamente por el ordenador la producción, que se efectúa a la mañana siguiente, saliendo el producto fresco para su destino al día siguiente de la producción.

En las fábricas se reciben también, como se mencionó anteriormente, el resto de ingredientes para la elaboración de las pizzas (salsa de tomate, queso, jamón, bacon, etc.), artículos promocionales, uniformes, utensilios de cocina, etc... de forma que las tiendas se surten de casi un único proveedor, que es la central de fabricación y distribución del Grupo TELEPIZZA. Con la excepción de los helados, cerveza, refrescos y ensaladas, todos los demás artículos son pedidos y servidos desde las fábricas.

Cada tarde queda preparada la carga de cada ruta en "pallets", salvo los productos que se guardan en cámaras que se mantienen refrigerados hasta el último momento, para su reparto mediante la flota de camiones que el GRUPO posee.

Cada país en que opera el grupo dispone de su propia central de fabricación y distribución, en los que se repite el mismo esquema proporcionalmente a sus ventas.

La elaboración centralizada de la masa tiene como ventaja el ofrecer una mayor uniformidad del producto, ya que la elaboración de la misma en cada una de las tiendas daría lugar a mayores diferencias en función de a qué tienda se pide la pizza. El resto de ingredientes utilizados en la elaboración de la pizza son también adquiridos de forma centralizada, lo que da al grupo una mayor capacidad de negociación derivada del volumen de compra.

En cuanto a nuevos productos, existe un departamento de investigación y desarrollo que se encarga del lanzamiento de nuevos productos (ver IV.2.7. Lanzamiento de nuevos productos).

Por último, se ha consolidado la integración de la empresa de transportes DELIVERY DELTA, S.A. prestando un servicio de la más alta calidad que contribuye a que el producto fresco llegue a la tienda en las mejores condiciones.

Esto se ha conseguido gracias a una ampliación de flota de 46 a 85 camiones y de 20 a 26 remolques. Dependiendo de la fábrica de origen, la citada flota lleva a cabo el reparto a las tiendas de las siguientes zonas:

Origen: Fábrica de	Origen: Fábrica de	Origen: Fábrica de
Guadalajara	Barcelona	Lisboa
Tiendas	Tiendas	Tiendas
Madrid	Barcelona	Huelva
Albacete	Gerona	Sevilla
Cádiz	Tarragona	Cádiz
Vizcaya	Lérida	Portugal
Almería	Alicante	
Málaga	Valencia	
Jaén	Castellón	
Burgos	Huesca	
Ávila	Pamplona	
Gijón	Zaragoza	
Badajoz		
Cáceres		
Murcia		
Ciudad Real		
Córdoba		
La Coruña		
Cuenca		
Sevilla		
Guipuzcoa		
Granada		
Asturias		
Huelva		
León		
Logroño		
Santander		
Orense		
Alicante		
Palencia		
Pontevedra		
Salamanca		
Segovia		
Soria		
Toledo		
Valladolid		
Alava		
Zamora		

### **Central de Guadalajara**

La planta de Guadalajara cuenta con 3500 m<sup>2</sup> más 800 m<sup>2</sup> de instalaciones cubiertas, distribuyéndose el espacio de la siguiente manera: 2310 m<sup>2</sup> de almacenamiento, 1800 m<sup>2</sup> para almacén de producto seco y 510 m<sup>2</sup> de cámaras; 315 m<sup>2</sup> para muelles y preparación de carga; 700 m<sup>2</sup> para producción, lavado y almacenamiento de gavetas; 510 m<sup>2</sup> para personal y el resto para otras zonas comunes.

La fábrica cuenta en la actualidad con una plantilla de 91 personas 58 fijos y 33 eventuales estableciéndose dos turnos de producción todos los días de la semana.

La producción se realiza en 2 turnos desde las 6 de la mañana a las 7 de la tarde empleándose 5 líneas completas, siendo una de ellas de apoyo. El grado de utilización de esta fábrica es del 68% sobre los parámetros teóricos de la maquinaria.

### **Central de San Quiçce**

Sobre una parcela de 5000 m<sup>2</sup> más 600 m<sup>2</sup>, cuenta con 2800 m<sup>2</sup> más 600 m<sup>2</sup> de instalaciones cubiertas. Dichos 3400 m<sup>2</sup> se distribuyen del siguiente modo: 382 m<sup>2</sup> para fabricación, 390 m<sup>2</sup> para espacio de preparación y carga ( muelles), 2100 m<sup>2</sup> de almacén (435 m<sup>2</sup> de espacio de cámara y el resto 1665 m<sup>2</sup> de almacén de producto no refrigerado) el resto de metros se distribuye entre servicios comunes (comedor, vestuarios, etc) y servicios anexos (oficinas, laboratorio control de calidad, etc).

La fábrica cuenta con una plantilla de 64 empleados de los que 56 son fijos y 8 eventuales que trabajan en dos turnos de lunes a viernes y un turno sábado y domingo.

Para la fabricación de masa la planta cuenta con tres líneas completas de fabricación utilizándose un 30% de su capacidad teórica.

### **Central de Luxtor**

Se encuentra en el área industrial de Vicolozano (Ávila), donde se reciben las materias primas para la elaboración y obtención del queso mozzarella rallado o en barra.

La superficie de la parcela donde se encuentra ubicada la fábrica es de 9.120 m<sup>2</sup> distribuidos en la siguiente manera: maquinaria de almacenamiento y tratamiento de leche; maquinaria de elaboración de mozzarella; maquinaria de manipulación de mozzarella; almacén y transporte interno; instalaciones de vapor, agua caliente y combustible y otras instalaciones.

La fábrica cuenta con una plantilla de 79 empleados de los que 33 son fijos y 46 eventuales.

La fábrica alcanzó este año una cifra de producción de 10.500 toneladas de producto terminado, mediante un proceso continuo basándose en distintos turnos en función del avance de la producción. Existen tres turnos, dos de ellos productivos y uno de mantenimiento y limpieza. El grado de utilización es del 65% sobre el grado de saturación.

### **Central de Móstoles**

En Septiembre de 1998 entró en funcionamiento la Central de Producción y Distribución de Telegrill en Móstoles (Madrid), para la fabricación de los productos cárnicos de Telegrill y desde donde se suministran todos los productos a las tiendas de la cadena.

Durante 1999 se ha ampliado la gama de productos elaborados con la producción del topping de pollo de Telepizza y el topping de pollo de Pizza World. Además se ha comenzado a dar servicios a la tienda de TeleOriental.

Dispone de una superficie de aproximadamente 2.850 m<sup>2</sup>, distribuidos en tres plantas, comunicadas entre sí por un montacargas de 1.500 kg de capacidad y escaleras.

Actualmente esta fábrica dispone de 20 empleados. Estos operarios están divididos en dos turnos de trabajo, de lunes a viernes.

Esta fábrica se encuentra actualmente al 55% de su utilización.

### **Central de Prenasa (Móstoles)**

Las instalaciones existentes de PRENASA en Móstoles van encauzadas a la producción de productos de pastelería con postres exclusivos de las diferentes cadenas:

- Trufas de Telepizza.
- Tartas de Telegrill, PizzaWorld y Telepizza.

Sobre una superficie del solar de 1.956 m<sup>2</sup> existe una superficie construida de 1.036 m<sup>2</sup>.

La fábrica cuenta con una plantilla de 27 empleados que trabajan en un solo turno.

Para la fabricación se utiliza un 40% de su capacidad teórica.

### **PLAN DE CONTINGENCIAS DE FABRICAS (PORTUGAL, BARCELONA Y GUADALAJARA)**

Ante una situación de accidente ó daños catastróficos ( incendios, inundaciones, etc.) que impidiera la fabricación y distribución de productos desde una de estas tres fábricas, la Sociedad ha adoptado el siguiente plan de contingencias cuyas líneas generales se resumen a continuación:

#### A. Imprevisto en la central de Lisboa

De forma inmediata la fabricación y distribución de masas se realizaría desde Guadalajara. La fabricación de masas no representaría ningún problema ya que en Guadalajara se cuenta con 1 línea adicional de producción de apoyo que podría prestar dicho servicio, reforzándose dicha producción con el resto de líneas.

En cuanto al tema de almacenamiento, casi el 100% de los productos consumidos por Portugal provienen de proveedores españoles (cajas de cartón, tomate, queso, fiambres etc.), productos que se recepcionarían en Guadalajara.

En cuanto a la distribución a tiendas la compañía trasladaría su actual flota de Portugal a Guadalajara. Los pedidos se recogerían en las oficinas de Lisboa quien a su vez los enviaría a Guadalajara.

Dicha operativa se mantendría hasta la reparación del perance.

#### B. Imprevisto en la central de Barcelona

Al igual que ocurre con el supuesto anterior, la fábrica de Guadalajara asumiría de inmediato el servicio que presta San Quirçe.

Para la fabricación de masas se reforzaría el turno actual en Guadalajara, utilizándose la línea de apoyo además de crear un tercer turno de trabajo. La masa de PIZZA WORLD se fabricaría en dos tramos: una primera parte de la producción se realizaría a primera hora de la mañana, completándose la producción en un segundo tramo a última hora de la tarde. Esta operativa se realizaría con el fin de optimizar el espacio en cámara requerido para el enfriamiento de la masa de PIZZA WORLD.

El almacenamiento de productos en las actuales instalaciones estaría restringido a los productos de alimentación. Del resto de productos (consumibles informáticos, material de cocina, etc ) se almacenarían las cantidades de picking ó recogida, así como una parte pequeña del stock correspondiente al consumo de 10 días. El resto de mercancía se almacenaría en las instalaciones de Móstoles (Telegrill) creándose un servicio semanal de aprovisionamiento a Guadalajara.

Para la distribución en tiendas se trasladaría la flota actualmente en Barcelona a Madrid, los pedidos se pasarían directamente a Guadalajara y los camiones se cargarían por la tarde en los cuatro muelles disponibles.

#### C. Imprevisto en la Central de Guadalajara.

La fabricación de masas y la distribución de mercancía a las tiendas se desdoblaría en dos:

##### 1. Servicio desde la fábrica de Portugal

Lisboa se encargaría de fabricar y repartir las tiendas de Andalucía, Galicia, Castilla-La Mancha, Castilla-León, y Extremadura. Desde Lisboa se serviría únicamente a tiendas TELEPIZZA; las tiendas de PIZZA WORLD de estas zonas serían servidas desde Barcelona con transporte externo.

En Lisboa la fabricación se realizaría añadiendo un turno de trabajo al turno actual. El nuevo túnel de lavado, el túnel de frío instalado y la divisora de apoyo permitirían atender sobradamente los requerimientos de producción añadidos.

Para que el mayor consumo no requiera de un gran incremento de espacio de almacenamiento adicional se incrementaría la frecuencia de recepción de producto fresco y cajas de cartón.

## 2. Servicio desde San Quirçe del Vallés

La fábrica atendería al resto de tiendas, es decir, País Vasco, Asturias, Navarra, Rioja, Alicante, Murcia, así como a las tiendas de Madrid.

Para absorber dicha producción se trabajaría con las tres líneas disponibles durante dos turnos y medio. El lavado de gavetas sería en continuo con paradas cada 4 horas para limpiar el túnel de lavado. Se trasladaría personal desde Guadalajara para las labores de control y supervisión, además la plantilla se incrementaría en turno y medio.

Para almacenamiento, una vez pasados los primeros días, se contratarían los servicios de un operador logístico en la zona centro que actuaría como almacén de producto.

La distribución se efectuaría en un primer momento desde Barcelona a todos los puntos, al cabo de unos días el operador actuaría como plataforma distribuidora, recepcionando producto seco y fresco así como la masa. Esta última sería fabricada en Barcelona y trasladada a Madrid de madrugada.

## **B. Compras.**

El departamento de Compras de TELE PIZZA, S.A. negocia el precio y las condiciones comerciales de todos los productos, desde harina a ciclomotores, pasando por artículos promocionales u ordenadores.

La política del Departamento de Compras es tener no menos de dos proveedores por artículo, por seguridad y rivalidad entre ellos, pero no más de tres, para que el volumen de cada uno sea suficientemente atractivo. En algunos casos (por ejemplo, cupones), hay que ir a cuatro proveedores para garantizar una rápida respuesta a las necesidades de marketing.

El volumen de compras generado por la cadena y su crecimiento sostenido permiten una fuerte posición negociadora con los proveedores, tanto en precio como en condiciones de pago, que promedian 90 días. No menos importantes son las condiciones de entrega, ya que gracias al frecuente suministro (diario de queso, dos veces por semana jamón, bacon y cajas de pizzas, 2/3 veces al mes productos enlatados), se puede mantener en la central de suministros un inventario entre 15 y 20 días de consumo.

#### IV.2.10. Aportación al resultado de las filiales

La aportación de cada sociedad a los resultados consolidados, una vez efectuados los ajustes de consolidación, es la siguiente:

	<u>Resultado individual</u>	<u>Ajustes Consolidación</u>	<u>Socios Externos</u>	<u>Total</u>
Tele Pizza, S.A.	3.513.186	559.099	-	4.072.285
<u>Sociedades Dependientes</u>				
TelePizza Córdoba, S.A.	27.614	(0.253)	(5.642)	21.719
TelePizza Logroño, S.A.	(11.092)	(0.367)	2.364	(9.095)
TelePizza Insular, S.A.	125.625	-	(61.556)	64.069
Telepizza Fuenlabrada, S.A.	4.305	-	(1.292)	3.013
TelePizza Chile, S.A.	148.514	-	(17.673)	130.841
TelePizza Portugal, S.A.	161.005	-	-	161.005
TelePizza Polonia, S.A.	(51.325)	-	-	(51.325)
TelePizza Moratalaz, S.A.	5.143	(1.552)	-	3.591
TelePizza Mexico, S.A. de C.V.	(29.083)	42.134	-	13.051
TelePizza Algeciras, S.L.	7.644	-	(3.746)	3.898
Mixor, S.A.	168.660	-	-	168.660
Circol, S.A.	(17.739)	-	-	(17.739)
Prenasa, S.A.	35.401	-	-	35.401
Delivery Delta, S.A.	45.496	-	-	44.634
Fawn, S.A.	210.266	(56.269)	-	153.997
Sedes, S.A.	120.399	(11.196)	-	109.203
Mineña, S.L.	20.143	(10.949)	(9.870)	(676)
Luxtor, S.A.	122.176	(9.578)	(7.482)	105.116
Eydal, S.A.	15.776	(125)	-	15.901
Telepizza Granada, S.A.	7.311	(3.030)	-	4.281
Telepizza Sabadell, S.A.	2.254	(0.512)	-	1.742
Telepizza Valencia, S.L.	5.601	(2.982)	-	2.619
Pizza Valencia, S.L.	5.795	(1.221)	-	4.574
Telepizza France, S.A.	(563.270)	-	-	(563.270)
Telepizza Maroc, S.A.	1.188	-	-	1.188
Telepizza UK, P.L.C.	3.785	-	-	3.785
Vending Universe, S.A.	-	-	-	-
Vending Pizza, S.L.	-	-	-	-
<u>Sociedades Asociadas</u>				
Fasgel, S.A.	-	17.659	-	17.659
<b>TOTAL</b>	<b>4.084.778</b>	<b>521.108</b>	<b>(104.897)</b>	<b>4.500.989</b>

#### **IV.2.11. SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y CONTROL**

El departamento de Organización y Sistemas, clave para el crecimiento de la compañía, se compone de 46 personas y se encuentra dividido en cinco áreas: Desarrollo, que se ocupa del control de los programas adquiridos a terceros y del desarrollo del software propio; Tecnología y Comunicaciones, que se ocupa de la investigación y pruebas de nuevos productos informáticos y soporte a usuarios de los servicios centrales; Explotación, cuya labor es el asesoramiento en la instalación de los sistemas informáticos en tiendas propias y franquicias y la atención a los usuarios de las mismas, Sistemas Internacional, que tiene la responsabilidad de homogeneizar los sistemas en todos los países y Sistemas de Información Financieros, compuesto por un equipo técnico y funcional que se encarga de la racionalización y optimización de nuestro ERP.

Los esfuerzos de desarrollo de programas se han centrado en dos frentes:

- La creación de aplicaciones propias para la gestión de áreas estratégicas (tiendas), análisis de la información y atención al cliente.
- La adquisición y posterior adaptación de paquetes “standard” para la gestión de personal, contabilidad y fábricas, entre los que cabe destacar:
  - META4 para la gestión de personal y recursos humanos
  - OneWorld de J.D. Edwards para la gestión contable, financiera y logística

Se dispone de diversas bases de datos, alimentadas principalmente por la información generada en las tiendas, que, a través de herramientas desarrolladas internamente, reportan información a los distintos departamentos para su análisis y toma de decisiones. Los programas que contienen estas bases de datos están dados de alta en la Agencia de Protección de Datos, en cumplimiento de lo establecido en la LORTAD.

#### **IV.2.12. DESCRIPCIÓN SISTEMA DE FRANQUICIA.**

En la actualidad, la duración media de los contratos de franquicia de todo el grupo en España (incluye franquicias de las cadenas “Telepizza” y “Pizza World”) es de ocho años y tres meses.

##### **1. Los Contratos de Franquicia: “TELEPIZZA”**

El sistema de franquicia desarrollado por TELE PIZZA S.A. consiste en la cesión mediante contrato del procedimiento para la producción y comercialización de pizzas, amparado por el nombre comercial y la marca “TelePizza”, así como un conjunto de métodos operativos para la instalación, puesta en marcha y funcionamiento de la franquicia. Así mismo, TELE PIZZA S.A. es titular del nombre comercial “TELE PIZZA S.A.”, amparada por el certificado de inscripción nº 122.374 en la Oficina Española de Patentes y Marcas y de las marcas nº 1.278.868, nº 1.922.305, nº 1.922.306, nº 2.121.066, nº 2.121.067, nº 2.126.254 y nº 1.755.278 “TELEPIZZA”.

Mediante el propio contrato de franquicia, TELE PIZZA S.A. concede un derecho de franquicia al Franquiciado para un local concreto, autorizándole para utilizar los signos distintivos de la cadena de franquicia, para ser empleados en las pizzas a producir y comercializar en y desde dicho local, así como los métodos y conocimientos secretos (“*know-how*”).

El Franquiciado es propietario-arrendatario del local comercial en el que se propone instalar el establecimiento dedicado a la explotación de la franquicia.

En relación con la vigencia de los contratos de franquicia, ésta suele tener un periodo de duración de 10 años, contados a partir de la fecha de la firma del mismo. No obstante, existen contratos anteriores con una vigencia superior. El contrato contempla, a la finalización de su vigencia, la posibilidad de solicitar la renovación del mismo por un periodo adicional.

El contrato concede una exclusividad territorial para la explotación por el Franquiciado de un establecimiento perfectamente identificado, obligándose el Franquiciador a no autorizar la apertura de ningún negocio de explotación de la marca en ese ámbito territorial concreto.

El Franquiciador se reserva el derecho a usar su nombre y sus signos distintivos para otros establecimientos, situados fuera del ámbito territorial de cada uno de los contratos de franquicia.

Por la autorización a utilizar el nombre, marca y símbolos, así como los métodos del Franquiciador, el Franquiciado debe abonar una cantidad fija inicial en concepto de canon de concesión que actualmente asciende a 2.500.000 Pts., más el IVA correspondiente, y posteriormente un importe equivalente al 5% del total de las ventas brutas mensuales (IVA excluido) en concepto de canon periódico ("royalty").

El Franquiciado adquiere del Franquiciador la materia prima y cualesquiera otras mercancías relacionadas con la explotación del negocio de "TELEPIZZA" que el Franquiciador determine. Para el caso de productos, equipos o servicios no suministrados directamente por TELE PIZZA S.A., esta se obliga a homologar al proveedor de los mismos para garantizar el mismo alto nivel de calidad.

Las principales obligaciones que asume el Franquiciador en virtud del contrato de franquicia son:

- \* Prestar asistencia técnica y asesoramiento al Franquiciado tanto en la instalación del negocio como durante la vigencia del contrato.
- \* Facilitar al Franquiciado un programa de entrenamiento relativo a la explotación de este negocio.
- \* Respetar la zona territorial asignada con carácter de exclusividad.
- \* Realizar publicidad del producto y de los signos distintivos del mismo.
- \* Cuidar el mantenimiento de la marca industrial.
- \* El Franquiciador comunicará al Franquiciado todas las modificaciones y mejoras que se introduzcan en los métodos operativos aplicados, para su inmediata implantación
- \* Mantener la confidencialidad de la información obtenida del Franquiciado y utilizar dicha información exclusivamente en beneficio de la Franquicia.

Las principales obligaciones que asume el Franquiciado en virtud del contrato de franquicia son:

- \* Utilizar exclusivamente el nombre, marca y símbolos del Franquiciador, y únicamente en la forma en que le marque éste en cada momento.
- \* Seguir con aprovechamiento los programas de entrenamiento establecidos por el Franquiciador.
- \* Seguir minuciosamente las instrucciones del Franquiciador, tanto en la instalación del negocio como en su desarrollo posterior.
- \* Adquirir la materia prima y demás productos suministrados, directa o indirectamente, por el Franquiciador.
- \* Mantener en estricto secreto la información facilitada y los conocimientos operativos y de todo tipo transmitidos por el Franquiciador.
- \* Disponer en cada momento del stock necesario de productos, tal y como le indique el Franquiciador.
- \* Tendrá a la venta en y desde el establecimiento todas las modalidades de pizzas, bebidas, ensaladas y demás productos que se le indique, prestando además de forma gratuita los servicios de entrega y transporte.
- \* Solucionar las reclamaciones de sus clientes cuidando la buena imagen de la Franquicia.

En relación con el apartado de publicidad, el Franquiciado, como regla general y salvo supuestos excepcionales, deberá pagar al Franquiciador un 3% (sobre su cifra de ventas brutas mensuales (IVA excluido), como contribución a la publicidad general de la cadena de franquicias. Las tiendas ubicadas en la comunidad autónoma de Madrid pagarán un 1% adicional.

Para que el Franquiciado pueda ceder los derechos derivados del contrato de franquicia, se requiere el previo consentimiento expreso y por escrito del Franquiciador.

Las principales causas que pueden dar lugar a una resolución del contrato son:

- \* Presentar el Franquiciado falsos datos sustanciales en la solicitud de la Franquicia.
- \* El incumplimiento por cualquiera de las partes de cualquiera de las obligaciones asumidas en virtud del contrato de franquicia salvo que el mismo fuera subsanado en el plazo máximo fijado a tal efecto.
- \* El presentarse o solicitarse judicialmente, para cualquiera de las partes, los supuestos legales de suspensión de pagos, quiebra o concurso de acreedores.
- \* El retraso, total o parcial, por parte del Franquiciado en el pago al Franquiciador de cualquiera de las prestaciones económicas a su cargo.

\* El no respetar el Franquiciado su obligación de mantener en secreto los métodos operativos (Know-how), conocimientos cedidos al mismo por el Franquiciador .

Dentro del Grupo consolidado correspondiente a TELE PIZZA S.A., existen sociedades con establecimientos que tienen la consideración de franquicia con respecto a la sociedad matriz del grupo, con los mismos derechos y obligaciones que el resto de franquicias no participadas por TELE PIZZA S.A.. El único aspecto diferencial de las sociedades participadas con las que no lo son es que las primeras están administradas desde la sociedad matriz.

## **2. Peculiaridades de las Franquicias Administradas.**

Las tiendas de la cadena “TELEPIZZA” se dividen en propias y franquicias, considerando propias aquellas tiendas que pertenecen a las sociedades que conforman el Grupo consolidado TELEPIZZA (es decir que Tele Pizza S.A. controla dichas sociedades por poseer más de un 50% y en la mayoría de los casos centraliza la administración y gestión) y franquicias al resto de tiendas. A fecha 31 de diciembre de 1999, las tiendas propias representaban 280 y las franquicias 133.

Las franquicias pertenecen a personas físicas o jurídicas, y entre estas últimas, hay sociedades en las que TELE PIZZA, S.A. participa con un porcentaje en su accionariado inferior al 50% ( y por tanto en el grupo se integran los resultados por puesta en equivalencia) y otras sociedades totalmente externas al Grupo TELEPIZZA, es decir en las que TELE PIZZA, S.A. no posee participación.

Las franquicias administradas por TELE PIZZA, S.A. son Telepizza Fuenlabrada, S.A., Telepizza Algeciras, S.L., Sedes, S.A., Fawn, S.A., Telepizza Córdoba, S.A. y Telepizza Granada, S.A..

## **3. Los Contratos de Franquicia: “PIZZA WORLD”**

El contrato de franquicia sigue la misma línea que el contrato de franquicia “Telepizza”, exceptuando el apartado de publicidad, donde el Franquiciado deberá contribuir a los gastos de publicidad nacional con una cantidad equivalente, en la mayoría de los casos y salvo supuestos excepcionales, al 3,20% de las ventas brutas mensuales, IVA excluido.

En cuanto a los contratos de franquicia existentes en la fecha de adquisición de la cadena “Pizza World”, se han mantenido los acuerdos pactados en su día entre los Franquiciados y Mixor, S.A., si bien algunos aspectos puntuales se han venido negociando para conseguir una homogeneización de todos los Franquiciados de la cadena PIZZA WORLD.

En el apartado IV.2.1.1 del presente Folleto aparece desglosada la aportación de los franquiciados a la cifra de negocio como canon de concesión por franquicia, canon periódico (royalty) y el canon de publicidad.

## **IV.3. CIRCUNSTANCIAS CONDICIONANTES.**

### **IV.3.1. Identificación de principales riesgos**

(Ver Capítulo 0.2.2.).

### IV.3.2. Grado de estacionalidad del negocio o negocios del emisor.

Si bien la pizza (actividad fundamental del negocio) se consume armónicamente a lo largo del año como cualquier otro producto de gran consumo, éste goza de una cierta estacionalidad en España.

Así, en Primavera, Otoño e Invierno, la pizza se consume preferentemente en los días del fin de semana (viernes, sábado y domingo). Por el contrario, en Verano, el consumo de la pizza crece más en las zonas costeras y de playa, estando su venta más equilibrada entre los siete días de la semana.

#### Datos seleccionados del Grupo Consolidado del ejercicio 1999. Análisis de Estacionalidad.

	1 Trim	2 Trim	3 Trim	4 Trim	TOTAL
Ingresos	22,76%	23,66%	26,21%	27,37%	51.002
Aprovisionamientos	22,41%	22,59%	27,60%	27,40%	-25.148
Personal	22,87%	24,26%	25,13%	27,74%	-16.715
Amortizaciones	23,88%	25,65%	25,84%	24,62%	-2.804
<b>=Resultado de Explotación</b>	<b>23,40%</b>	<b>25,47%</b>	<b>23,61%</b>	<b>27,52%</b>	<b>6.335</b>
Resultado Financiero	7,37%	7,91%	8,29%	76,43%	-292
Amort Fondo Comercio	47,63%	47,63%	47,63%	-42,90%	-198
Rdo Ptas Equivalencia	34,47%	30,59%	20,51%	14,43%	18
<b>=Rdo Act Ordinarias</b>	<b>23,42%</b>	<b>25,62%</b>	<b>23,55%</b>	<b>27,42%</b>	<b>5.863</b>
Resultado Extraordinario	42,05%	-0,47%	-39,47%	97,89%	138
Impuesto de Sociedades	29,42%	30,89%	18,79%	20,90%	-1.395
<b>=Rdo Ejercicio</b>	<b>22,19%</b>	<b>23,19%</b>	<b>22,99%</b>	<b>31,63%</b>	<b>4.606</b>
Rdo Atrib. Soc Externos	33,06%	21,35%	16,29%	29,30%	-105
<b>= Rdo Soc Dominante</b>	<b>21,94%</b>	<b>23,23%</b>	<b>23,14%</b>	<b>31,68%</b>	<b>4.501</b>
Rdo Explotación/Ingresos	0,1271	0,1331	0,1114	0,1243	0,1242
Rdo Ordinario/Ingresos	0,1177	0,1239	0,1028	0,1146	0,1150
Rdo ejercicio/ Ingresos	0,0847	0,0864	0,0777	0,1018	0,0883

### IV.3.3. Informaciones sucintas sobre la eventual dependencia del emisor respecto de patentes y marcas, especificando si se explotan en propiedad o bajo contratos de exclusivas o contratos industriales, comerciales financieros, o de nuevos procesos de fabricación, cuando estos factores revistan una importancia fundamental para la actividad o la rentabilidad del emisor.

TELE PIZZA, S.A. no depende de marcas ó patentes de terceros, siendo ella misma la que ostenta la titularidad de la marca "TelePizza", tanto a nivel nacional como, entre otros, en los países en los que tiene establecimientos abiertos al público, esto es Portugal, Chile, Polonia, México, Francia, Marruecos y Reino Unido.

Asimismo, TELE PIZZA, S.A. está al corriente en el pago de las tasas requeridas por todos los Registros en los que tiene sus marcas debidamente inscritas, y no tiene conocimiento de que las mismas infrinjan ó hayan sido contestadas por infringir otros Registros ó modalidades de propiedad industrial e intelectual que sean titularidad de terceros.

Para facilitar la expansión de la cadena, TELE PIZZA, S.A. viene cediendo el derecho al uso de la marca desde el año 1.990 a través de contratos de franquicia.

TELE PIZZA, S.A. también es titular de otra serie de marcas diferentes a las anteriores y que actualmente no se encuentran en fase de explotación.

Finalmente, indicar que con fecha 28 de mayo de 1997, la sociedad TELE PIZZA, S.A. adquirió de AGROLIMEN S.A. por 130 Millones de ptas las marcas correspondientes a la Cadena Pizza World, debidamente registradas en los diferentes registros.

#### **IV.3.4. Indicaciones relativas a la política de investigación y de desarrollo de nuevos productos y procesos durante los tres últimos ejercicios, cuando estas indicaciones sean significativas.**

##### **Gestión de la calidad del Grupo TelePizza.**

Dada la naturaleza de los productos que comercializa el Grupo, la Gestión de la Calidad es parte fundamental dentro de las actividades que se desempeñan en la Compañía.

A tal efecto se realizan las siguientes tareas:

- Inspección a la recepción de las materias primas y productos terminados. Se inspecciona el 100% de la materia recepcionada en los centros de producción del Grupo.
- Inspección de los procesos productivos que tienen lugar en las distintas factorías del Grupo. Labor diaria.
- Inspección de los productos terminados y procesados por nosotros. Labor realizada en cada fabricación.
- Auditorías continuas de los procesos productivos y de los productos suministrados por proveedores externos a los distintos centros manteniendo un listado de suministradores aprobados que acreditan la calidad por nosotros exigida.
- Elaboración y actualización continua de fichas técnicas de todos los productos bajo el estricto cumplimiento de la normativa legal vigente que les afecta y las exigencias de calidad del Grupo.
- Elaboración y mantenimiento de un plan de formación continua del personal de los centros de producción y distribución y de las tiendas en materia de higiene y manipulación de alimentos.
- Participación en la elaboración de los planes de higiene, limpieza y desinfección de las instalaciones y equipos de los centros de producción y distribución y las tiendas del Grupo. Supervisión y verificación del mantenimiento de los mismos.

- Diseño e implantación de Guías de Análisis de Riesgos y Control de Puntos Críticos para todos los centros de producción y distribución y para las tiendas del Grupo.
- Implantación de un Sistema de Aseguramiento de la Calidad en toda la Compañía. Las fábricas de Guadalajara y San Quirze han obtenido la certificación AENOR para sus sistemas de aseguramiento de la calidad conforme a las exigencias de la norma española UNE-EN ISO 9002:1994. Este certificado se ha renovado a finales del año 1999 y se ha ampliado a la fábrica de Móstoles "Telegrill". En esa misma fecha se ha iniciado el proceso de certificación AENOR del sistema de aseguramiento de la calidad en la fábrica de Luxtor, conforme a las exigencias de la norma española UNE-EN ISO 9001:1994. Para realizar estas tareas TelePizza cuenta con un Departamento de Gestión de la Calidad un equipo integrado por 15 personas repartidas por los centros de producción y distribución y las tiendas del Grupo, con experiencia en el sector de alimentación y amplios conocimientos en materia de calidad.

Para llevar a cabo los controles anteriores disponemos de laboratorios especializados en cada centro de producción en España y un laboratorio central de microbiología para el Grupo.

Toda la información generada se recoge, procesa y analiza en un programa informático de diseño propio, siguiendo la filosofía de las más avanzadas técnicas sobre LIMS (Laboratory Information Management Systems).

Como se desprende de lo dicho, el Departamento de Gestión de la Calidad desempeña un papel esencial a la hora de seleccionar los proveedores, controlar los procesos de producción internos y externos y, en suma, garantizar que el producto que llega al consumidor final es siempre el mismo y de la máxima calidad.

Todos estos procesos van encaminados a la reducción y eliminación de todos los riesgos alimentarios (biológicos, químicos y físicos).

#### **IV.3.5. Indicación de cualquier litigio o arbitraje que pueda tener, o haya tenido en un pasado reciente, una incidencia importante sobre la situación financiera del emisor o sobre la actividad de los negocios.**

La Sociedad no tiene conocimiento de ningún litigio en curso que pudiera afectar de manera significativa a los resultados económicos del grupo o a su situación patrimonial.

No obstante en el capítulo IV.3.1. del presente Folleto Informativo, se han identificado los principales riesgos que reconoce la Sociedad.

#### **IV.3.6. Activos hipotecados.**

A 31 de Diciembre de 1.999 el Grupo mantiene activos en garantía de devolución de créditos y préstamos hipotecarios cuyo valor neto contable asciende a 685 millones de pesetas. El importe pendiente de devolución de los mencionados créditos es de 367 millones de pesetas.

#### **IV.3.7. Avals y garantías y otros hechos significativos.**

A 31 de diciembre de 1.999 TELE PIZZA, S.A. tiene concedidos avales bancarios por un importe de 185 millones de pesetas.

#### **IV.3.8. Contingencias fiscales.**

Las sociedades que componen el grupo consolidado tributan individualmente por el Impuesto sobre Sociedades y se encuentran abiertas a inspección fiscal por todos los impuestos que le son aplicables para los últimos cuatro ejercicios o desde su fecha de constitución.

#### **IV.3.9. Riesgo de Latinoamérica.**

Consideramos que los riesgos derivados de la crisis económica de Latinoamérica no influyen significativamente en nuestra actividad en dichos países, dado que el sector en el que se engloba nuestra actividad no es un sector muy sensible a los ciclos económicos.

Los posibles riesgos derivados de devaluación de moneda tampoco tienen un impacto negativo, debido a que los beneficios obtenidos en dichos países se reinvierten en el mismo país.

#### **IV.3.10. Cobertura de seguros.**

Nuestros locales constan de varios tipos de seguros para subsanar posibles contingencias que se puedan originar, destacando la Póliza Multirriesgo o de Daños y la Póliza de Responsabilidad Civil. La prima neta que se ha abonado por dichos conceptos en el año 1.999 ha sido: 18 millones de pesetas, por la Póliza Multirriesgo o de Daños, y 6 millones de pesetas, por la Póliza de Responsabilidad Civil.

Todos los ciclomotores del Grupo Telepizza están debidamente asegurados con la cobertura obligatoria. La prima neta abonada por este concepto durante 1.999 ha sido de 240 millones de pesetas.

Independientemente, el Grupo tiene contratado para todo su personal (y conforme a Convenio Colectivo) un seguro de accidentes laborales, siendo la prima abonada por dicho seguro durante 1.999 de 12 millones de pesetas.

Por último, se ha contratado una póliza de seguro de vida y de accidente a favor de directivos y supervisores, siendo la prima abonada por dicho seguro durante 1.999 de 2,4 millones de pesetas, y una póliza de seguro de responsabilidad de altos cargos, siendo la prima abonada por dicho seguro durante el citado año es de 2,7 millones de pesetas.

#### **IV.3.11. Indicación de cualquier interrupción de las actividades del emisor que pueda tener o haya tenido en un pasado reciente una incidencia importante sobre la situación financiera del emisor.**

Desde el inicio de las actividades en el año 1.988, TELEPIZZA no ha interrumpido las mismas en ningún momento.

## **IV.4. INFORMACIONES LABORALES.**

### **IV.4.1. Número medio del personal empleado y su evolución durante los últimos tres años y un desglose por categorías y tipos de relación contractual.**

#### **1. Descripción tipos de contratos.**

La mayoría de las contrataciones que se realizan se llevan a cabo al amparo del Artículo 21 del III Convenio Colectivo Nacional de Elaboradores de Pizzas y Productos Cocinados para su venta a domicilio. En este artículo, se establece lo siguiente:

-Posibilidad de extender los contratos Eventuales hasta 13 meses y quince días dentro de un periodo de 18 meses.

- Se establece una compensación de 12 días de salario por año trabajado al causar baja por fin de contrato eventual a partir del año.

#### **2. Estructura del personal en la tienda y en la empresa.**

En Servicios Centrales, prácticamente la totalidad de trabajadores lo son a jornada completa. En las tiendas, sin embargo, ocurre lo contrario. Hay 4 o 5 trabajadores por centro que trabajan a jornada completa y el resto lo hacen a jornada parcial.

De los trabajadores con jornada parcial, la mayoría tienen un contrato de jornada de 47 horas al mes, existiendo también jornadas de 60, 80 y 100 horas mensuales.

#### **3. Recursos Humanos.**

El área de Recursos Humanos se diferencia en tres áreas diferenciadas que son: "Selección", "Organización y Evaluación" y "Formación y Desarrollo".

Durante el año 1999 se ha seguido una política de recursos humanos acorde a las necesidades del negocio, potenciando sobre todo la promoción interna a todos los niveles y tratando de conocer las expectativas de los empleados para poder desarrollarlas. La primacía de la promoción interna sobre la externa ha mantenido un alto grado de motivación entre los propios empleados al ver que sus expectativas de crecimiento continúan existiendo.

La plantilla equivalente a tiempo completo (normalizada a jornadas de 8 horas) ascendió a fecha 31 de Diciembre de 1999 a 9.954 personas, lo que supone un incremento del 18,8% con respecto al ejercicio anterior.

#### **PLANTILLA TOTAL GRUPO EN 1999**

Empleados territorio nacional	12.738
Empleados a nivel internacional	6.974
<b>TOTAL</b>	<b>19.712</b>

**PLANTILLA TOTAL GRUPO POR CENTROS DE TRABAJO  
EN 1999**

Servicios Centrales	652
Fábricas	551
Tiendas	18.509
<b>TOTAL</b>	<b>19.712</b>

En relación con el tipo de contrato de trabajo (indefinido ó temporal), la plantilla del Grupo TELEPIZZA a 31/12/99 se distribuiría como sigue:

	<b>CONTRATOS INDEFINIDOS</b>	<b>CONTRATOS TEMPORALES</b>	<b>TOTALES</b>
<b>NACIONALES</b>	4336	8402	<b>12738</b>
<b>INTERNACIONALES</b>	1709	5265	<b>6974</b>
<b>TOTALES</b>			<b>19712</b>

La edad media de los empleados en tienda es aproximadamente de 22 años, siendo la mayor parte estudiantes. La mayoría busca tan sólo ganar un dinero extra para sus gastos, pero un número respetable opta por desarrollar una carrera profesional en el Grupo, abundando los ejemplos de antiguos estudiantes repartidores que hoy desempeñan cargos de responsabilidad en la organización.

El constante flujo de nuevos empleados (para la mayoría de los cuales se trata del primer empleo) hace que el esfuerzo de formación sea considerable a fin de inculcar el sentido de responsabilidad, profesionalidad y espíritu de servicio.

Todos los empleados de la compañía gozan de una retribución mixta: parte fija y parte variable en función del nivel de consecución de los objetivos pactados para cada período y de los resultados obtenidos por la compañía. Paralelamente, con el fin de motivar a los empleados, se han articulado Planes de Opciones sobre acciones para empleados.

**PLANTILLA POR CATEGORIAS Y SALARIO MEDIO DE TELE  
PIZZA, S.A.:**

	<b><u>99</u></b>	<b><u>98</u></b>	<b><u>97</u></b>
Dirección	29	17	9
Jefes de tienda	209	206	116
Otro personal	<u>3.625</u>	<u>4.350</u>	<u>3.482</u>
	3.863	4.573	3.607
Coste de personal (en millones de pts)	9.277	8.551	6.330
Salario medio (en millones de pts/año)	2,4	1,87	1,75

**PLANTILLA POR CATEGORIAS Y SALARIO MEDIO DEL GRUPO CONSOLIDADO TELEPIZZA:**

	<u>99</u>	<u>98</u>	<u>97</u>
Dirección	63	29	16
Jefes de tienda	528	341	268
Otro personal	<u>9.363</u>	<u>8.007</u>	<u>5.908</u>
	9.954	8.377	6.192
Coste de personal (en millones de pts.)	16.715	12.498	8.384
Salario medio (en millones de pts/año)	1,68	1,49	1,35

**DESGLOSE DE PLANTILLA POR TIPO DE JORNADA:**

	<u>99</u>	<u>98</u>	<u>97</u>
Jornada parcial	5.733	6.397	5.303
Jornada Completa	<u>4.221</u>	<u>1.980</u>	<u>889</u>
Total	9.954	8.377	6.192

**IV.4.2. Negociación colectiva afectante al Grupo en España.**

TELE PIZZA regula las relaciones laborales con sus empleados en España a través del CONVENIO NACIONAL DE ELABORADORES DE PIZZAS Y PRODUCTOS COCINADOS PARA SU VENTA A DOMICILIO, suscrito de una parte por la Asociación Española de Comidas Preparadas para su Venta a Domicilio (PRODELIVERY) a la que TELE PIZZA, S.A. se encuentra asociada, y de otra parte por la Federación Estatal de Alimentación, Bebidas y Tabaco de la Unión General de Trabajadores (U.G.T.). En vigor hasta el 31 de Diciembre de 1.998.

En la actualidad se está negociando con los distintos sindicatos el IV Convenio Colectivo.

No existe un nivel significativo de afiliación a sindicatos. La Sociedad considera buenas las relaciones con sus trabajadores.

**IV.4.3. Descripción suficiente de la política seguida por el grupo en materia de ventajas al personal y, en particular, en materia de pensiones de toda clase.**

**1. Beneficios a los empleados.**

De forma añadida a las retribuciones dinerarias de los empleados del grupo TELEPIZZA, se ha concertado una póliza de seguro colectivo de fallecimiento por accidente o invalidez absoluta ocurrido exclusivamente durante la prestación del trabajo o "in itinere", con una cobertura de 1,5 millón de Ptas. por empleado.

Existe también una póliza de seguro de vida y accidentes suscrita para un reducido colectivo de directivos, cuya cobertura oscila entre 10 y 20 millones de Ptas. por cada asegurado, duplicada si la muerte o invalidez sobreviniese por accidente. Esta póliza se ha extendido a los supervisores de tiendas y al personal desplazado al extranjero, con una cobertura de 5 millones de Ptas. por cada asegurado y en las mismas condiciones que la anterior.

Existe una flota de vehículos de empresa en la compañía asignada a directivos, jefes de departamento y supervisores de tienda.

Existen distintos planes de opciones sobre acciones a favor de empleados, cuyo detalle se incluye en el Capítulo VI del presente folleto informativo.

## **2. Política de formación.**

La formación ha constituido siempre un elemento clave para el crecimiento y éxito del grupo.

Durante el año 1999 y en busca de una mayor eficacia se ha orientado el esfuerzo formativo en tres áreas, siempre teniendo en cuenta la orientación al Cliente, los resultados, la dirección y motivación del equipos.

Formación sobretodo para: - Puesto de trabajo actual.  
- Puesto de trabajo potencial.

El Plan Interno de Formación ha estado encaminado a dotar de herramientas que puedan aplicar directamente las personas en el desempeño de su puesto de trabajo.

En 1999 se han dedicado 16.704 horas de formación a la capacitación técnica de equipos gerentes de las distintas sociedades del grupo, por las que han pasado 1.044 personas, que han participado en acciones internas de desarrollo técnico.

En el desarrollo de habilidades y comportamientos directivos se han invertido 12.560 horas por las que han pasado 785 participantes.

Durante este año, se ha consolidado la política de formación externa involucrando a los mandos en la detección de necesidades, propuesta y aprobación de las distintas acciones formativas externas necesarias para mantener y mejorar las competencias y conocimientos técnicos de las personas en sus puestos, con un alto grado de compromiso entre jefes y empleados.

En noviembre se inició un programa de Reflexión Estratégica y Autodiagnóstico de las prácticas de gestión en Telepizza basado en el Modelo Europeo de Excelencia (EFQM), y en el que se ha involucrado a unas 30 personas entre el equipo directivo de la compañía y algunos mandos intermedios, constituyéndose un grupo de trabajo continuo que ha impulsado y supervisado la marcha del proyecto.

### 3. Política de personal.

Uno de los aspectos más complejos en la gestión de la compañía lo constituye la gestión de personal, como consecuencia de la elevada plantilla de la compañía y la alta rotación del personal, que se produce sobre todo en los niveles inferiores de la organización.

La plantilla de cada tienda está compuesta por unas 50 personas de las que sólo la gerencia de tienda (unas 4 o 5 personas) trabaja a jornada completa. El personal de gerencia está compuesto por un jefe de tienda y tres encargados.

El resto (unas 45 personas) lo constituyen fundamentalmente pizzeros y repartidores, que trabajan con jornadas fijas, bien de 47, 60, 80 ó 100 horas mensuales.

Las diferentes características de los distintos trabajadores de la compañía ha hecho que se haya producido una separación tanto a nivel de selección como de formación del personal para optimizar la gestión. Así, la selección y formación de la gerencia de tiendas se hace de una forma centralizada, mientras que la del personal de tienda (pizzeros y repartidores) se hace de una forma descentralizada a nivel de cada tienda.

## IV.5. POLÍTICA DE INVERSIONES.

### IV.5.1. Descripción cuantitativa de las principales inversiones, incluidos los intereses adquiridos en otras empresas, tales como acciones, participaciones, obligaciones, etc., realizadas durante los tres últimos ejercicios y en el ejercicio en curso.

Al tratarse de datos consolidados, los incrementos en los años 1997, 1998 y 1999 se deben tanto a nuevas aperturas realizadas en dichos ejercicios, como a la integración en los balances del Grupo de nuevas sociedades y de sus activos correspondientes.

#### **EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LAS ADICIONES DE INMOVILIZADO DEL GRUPO (INCLUYE INCORPORACIONES POR VARIACION DEL PERIMETRO DE CONSOLIDACION)**

(Cifras en millones de pesetas)

	<u>1.999</u>	<u>1.998</u>	<u>1.997</u>
INMOVILIZACIONES MATERIALES			
Terrenos y construcciones	422	948	209
Instalaciones técnicas y maquinaria	4.656	4.816	3.420
Otro inmovilizado	2.323	2.036	2.032
<b>TOTAL INM. MATERIALES</b>	<b>7.401</b>	<b>7.800</b>	<b>5.661</b>
	<u>1.999</u>	<u>1.998</u>	<u>1.997</u>

## INMOVILIZACIONES INMATERIALES

Concesiones, patentes, marcas	1.961	313	284
Derechos de traspaso	0	0	0
Aplicaciones informáticas	83	213	0
Arrendamiento financiero	280	303	18
<b>TOTAL INM. INMATERIALES</b>	<b>2.324</b>	<b>829</b>	<b>302</b>

INMOVILIZACIONES FINANCIERAS           **330**           **232**           **239**

**TOTAL INVERSIONES**                       **10.055**           **8.841**           **6.202**

## LOCALES PROPIOS O EN ALQUILER

Del total de tiendas propias que dispone el Grupo TELE PIZZA, un total de 57 establecimientos se encuentran en locales propiedad del Grupo TELEPIZZA, o contratados con una entidad financiera vía arrendamiento financiero en un plazo de 10 años, tal y como sigue:

	EN PROPIEDAD	EN LEASING	TOTAL
TELE PIZZA, S.A.	31	10	41
TELEPIZZA PORTUGAL COMERCIO DE PRODUCTOS ALIMENTARES, S.A.	2	4	6
TELEPIZZA CHILE, S.A.	4	1	5
TELEPIZZA POLONIA, S.A.	3		3
TELEPIZZA MÉXICO, S.A.	2		2

El resto de los locales del Grupo TELEPIZZA en España, 308 locales, están alquilados con las siguientes características, normalmente comunes a todos ellos:

- La duración del contrato mínima es de 10 años, existiendo un gran número de contratos con una duración superior (12 o 15 años); a la finalización del contrato se prevé la tácita reconducción por periodos anuales, no obstante según se vayan acercando las fechas de los vencimientos de los contratos y con tiempo suficiente se irá negociando con cada uno de los propietarios para que, en caso de que interese, se renueve por un nuevo periodo de tiempo.
- Se recoge la posibilidad de resolver anticipadamente, por nuestra parte, los contratos transcurrido un período mínimo de 1 ó 2 años o por denegación de licencia ( esta opción de resolución anticipada generalmente no se utiliza).
- La actualización de la renta pactada en los contratos, salvo contadas excepciones, es equivalente al IPC, incluyéndose además en dicha renta los gastos de comunidad.
- El contrato debe hacer constar que el local dispone de la salida adecuada de humos.
- Tele Pizza, S.A. está autorizada para realizar obras durante toda la vigencia del contrato.
- Se negocian plazos de carencia para la ejecución de las obras, como mínimo de dos o tres meses.

- Se autoriza la cesión ó subarriendo del contrato sin penalización a favor del Franquiciador o Franquiciados.

Todos los contratos que han ido venciendo se han ido renovando automáticamente con el acuerdo de las partes.

#### **IV.5.2 Principales inversiones futuras del grupo.**

Las inversiones futuras están directamente relacionadas con la política de crecimiento del Grupo, en la medida en que esta se dirija hacia la apertura de tiendas propias. Independientemente, cada tienda propia que se incorpore al balance del Grupo supondrá una inversión media aproximada de 35 millones de pesetas en tiendas Telepizza.

Durante el ejercicio 2000 se incluirá en el 97% de las tiendas Telepizza propias y un número todavía indeterminado de franquicias (se estima en unas 100 tiendas franquiciadas aproximadamente), las estaciones mixtas que permitirán la elaboración de hamburguesas, bocadillos y perritos calientes con un coste medio, entre maquinaria e instalación de entre 2 y 2,5 millones de pesetas.

A continuación se detalla la composición por epígrafes de la inversión media en una tienda Telepizza:

(Cifras en miles de pesetas)

	Telepizza
Instalaciones Técnicas	22.000
Maquinaria	5.200
Mobiliario	2.200
Informática	3.100
Motos	2.500
<b>TOTAL</b>	<b>35.000</b>

Por otro lado está prevista una adaptación de la fábrica de Móstoles por un importe aproximado de 100 millones para la elaboración de hamburguesas, bocadillos y perritos calientes.

En el ámbito de las fábricas se construirá una nueva línea de producción de queso fundido en la fábrica de Luxtor, S.A. (filial de TELE PIZZA), aprovechando las sinergias de la fábrica de elaboración de mozzarella. Para este proyecto se tiene prevista una inversión de unos 400 millones de pesetas.

En cuanto a las fábricas en general, están previstas reposiciones de activos, así como nuevas incorporaciones en cuanto a automatización o mejora de las actuales líneas de producción.

Para las tiendas existentes se prevé la reposición de 10 motos por tienda y año, así como un millón de pesetas por tienda para reponer parte del inmovilizado.

Uno de los epígrafes más importantes para el próximo ejercicio será la incorporación de un nuevo sistema de gestión en tiendas que ha sido desarrollado internamente.

La inversión de servicios centrales irá destinada, principalmente, a la mejora de las comunicaciones y optimización del hardware.

Está prevista la inversión en unas nuevas oficinas centrales que permitan el crecimiento del Grupo y la incorporación de las distintas administraciones de las sociedades.

El número de aperturas netas previsto para el año 2000 es de 182 tiendas (entre propias y franquicias), de las cuales corresponden a 35 establecimientos en España y 147 a nivel internacional.

A 31 de diciembre de 2000, se prevé tener 949 tiendas de las cuáles 687 serán propias y 262 franquicias.

Para el total del año 2000 se prevé una inversión de aproximadamente 11.000 Millones de ptas., inversión que se financiará principalmente con los fondos generados por el grupo, y en menor medida mediante endeudamiento (estando previsto que el incremento de la deuda neta en todo el año 2000 sea de aproximadamente 1.000 millones de pesetas). La distribución de la inversión prevista para este año 2000 es la siguiente:

- Inversión en España – 2.000 millones de pesetas.
- Inversión en instalación de estaciones mixtas – 650 millones de pesetas.
- Inversión en Internacional – 3.600 millones de pesetas.
- Compra de autocartera – 3.000 millones de pesetas.
- Otras inversiones (incluido el negocio de internet –Ver Capítulo VII- e inversión en nuevas oficinas centrales) – 1.750 millones de pesetas.

De estas cantidades, en total, a día de hoy, se han invertido aproximadamente unos 4.450 millones de pesetas, de los cuales:

- 350 millones han sido invertidos en España.
- 350 millones han sido destinados a la instalación de estaciones mixtas.
- 600 millones han sido invertidos en Internacional.
- 3.000 millones son de compra de autocartera (los cuales irán destinados, principalmente, a Planes de Opciones para empleados).
- 150 millones han sido destinados al grupo de “otras inversiones”.

#### **IV. 6. INFORMACIONES ADICIONALES RELATIVAS A LAS ACTIVIDADES PRINCIPALES DE TELECHEF CORPORACION, S.A.**

Con respecto a TELECHEF CORPORACION, S.A. las informaciones más significativas en relación con sus actividades principales a fecha 31 de diciembre de 1999 son las que a continuación se señalan:

##### **IV.6.1. Antecedentes y actividades principales de TELECHEF CORPORACION, S.A.**

Su objeto social lo constituye la promoción, instalación y explotación de todo tipo de establecimientos del ramo de hostelería, así como la adquisición, explotación y enajenación de bienes inmuebles.

TELECHEF CORPORACION, S.A. es una empresa de reparto a domicilio de comida rápida que opera en las principales ciudades de España. Su objetivo en el momento de la puesta en marcha, 1998, fue llenar un espacio vacío en el mercado de reparto a domicilio de este tipo de producto, donde se identificó una importante oportunidad de crecimiento. TELECHEF CORPORACION, S.A. no obstante, tiene su origen en una actividad empresarial anterior, sustancialmente distinta a su actual negocio, ya que ofrecía comida rápida de estilo mediterráneo para consumir en el propio local (es decir, no ofrecía el servicio de reparto a domicilio). Las cifras más significativas de la compañía al cierre de los ejercicios 1998 y 1999 son las que resultan de las cuentas anuales auditadas individuales y consolidadas del ejercicio 1999.

Tras la operación de reorganización empresarial llevada a cabo durante 1999, el conjunto de actividades de TELECHEF CORPORACION, S.A. de promoción y explotación hostelera en sus diferentes fases, que engloba las tareas de dirección, fabricación y producción, titularidad de marcas y know-how, gestión y titularidad de las tiendas, así como los diversos elementos de servicios centrales, laborales y de gestión inherentes a dicha actividad, ha quedado centralizado en la propia Compañía, lográndose una más eficiente estructura que ha redundado en la consecución de economías de escala y ahorros administrativos, de forma que su estructura ha quedado organizada de una manera más racional y sencilla.

Aparte lo anterior, se mantiene para dos establecimientos, que no forman parte de la cadena "Tele Chef", el servicio de restauración en sala con la marca "A Huevo" a través de sociedades participadas. Es de destacar que por la Compañía se viene suministrando comida preparada a la cadena de supermercados "Champion" del grupo Continente.

A continuación se indican las principales magnitudes consolidadas:

Balance de Situación Consolidado  
31 de diciembre de 1999  
(Expresado en miles de pesetas)

	<u>Activo</u>
Inmovilizado	3.249.063
Activo circulante	<u>470.415</u>
	<u>3.723.030</u>
	<u>Pasivo</u>
Fondos propios	1.602.610
Capital suscrito	353.280
Prima de emisión	3.815.822
Reservas en sociedades consolidadas	(417.864)
Resultados negativos de ejercicios anteriores	(881.938)
Pérdidas del ejercicio atribuidas a la sociedad dominante	<u>(1.266.690)</u>
Provisiones para riesgos y gastos	50.836
Ingresos a distribuir en varios ejercicios	2.359
Acreedores a largo plazo	182.484
Acreedores a corto plazo	<u>1.884.741</u>
	<u>3.723.030</u>

TELECHEF CORPORACION, S.A. Y  
 SOCIEDADES DEPENDIENTES  
 Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada  
 para el ejercicio anual terminado en  
 31 de diciembre de 1999  
 (Expresada en miles de pesetas)

	Nota	
Importe neto de la cifra de negocios		1.984.096
Otros ingresos de explotación		<u>14.891</u>
		<u>1.998.987</u>
Aprovisionamientos		(865.189)
Gastos de personal	15	(1.682.493)
Dotaciones para amortizaciones del inmovilizado		(205.753)
Variación de las provisiones de tráfico		(24.071)
Otros gastos de explotación		<u>(1.208.100)</u>
		<u>(3.985.606)</u>
Pérdidas de explotación		<u>(1.986.619)</u>
Ingresos financieros		20.984
Gastos financieros		
Por deudas con empresas asociadas		(13.260)
Por otras deudas		<u>(84.543)</u>
Resultados financieros negativos		<u>(76.819)</u>
Pérdidas de las actividades ordinarias		<u>(2.063.438)</u>
Resultados extraordinarios negativos	16	<u>(42.581)</u>
Pérdidas antes de impuestos		(2.106.019)
Impuesto sobre Sociedades	7	<u>839.329</u>
Pérdidas del ejercicio		<u>(1.266.690)</u>

#### **IV. 6.2. Descripción del segmento del reparto de pizza y otros productos a domicilio.**

Por tratarse del mismo mercado que el de la actividad de TELE PIZZA, en este apartado se pueden dar por reproducidas las mismas consideraciones que se hacían con respecto a TELE PIZZA. Adicionalmente y como se ha señalado con anterioridad se pueden señalar diferencias entre el consumo de pizza y de otros productos en cuanto a consumidores (niños para las pizzas y a partir de la adolescencia, más variedad de productos) , así como en cuanto a los hábitos de lugar de consumo del producto (el 70% de la pizza se consume mediante reparto a domicilio y el 100% de los otros productos en el local).

Dentro de lo que se consideran otros productos, se incluyen las hamburguesas, bocadillos y productos tex-mex, así como complementos.

#### **IV.6.3. TELECHEF CORPORACION y sus competidores.**

La cuota de mercado que ostentaba TELECHEF CORPORACION, S.A. a finales del ejercicio 1998 era de 1,2%.

El número de establecimientos que tenía abiertos a 31 de diciembre de 1999 era de 39 restaurantes TELECHEF, de los cuales 24 se encuentran en la región de Madrid, 4 en Cataluña, 3 en la Comunidad Valenciana, 5 en Andalucía, 1 en Aragón, 1 en Castilla-León y 1 en el País Vasco.

#### **IV.6.4. Descripción general del negocio.**

Las actividades principales del negocio son la venta al público de productos variados, que incluyen pizzas, hamburguesas, bocadillos y productos tex-mex, así como complementos y la fabricación y venta, tanto a las tiendas en propiedad como a los franquiciados, de las materias primas que componen dichos productos.

La venta de los productos al público se realiza desde establecimientos que trabajan en exclusiva bajo las marcas "Telechef" y "A Huevo". Dicha venta puede realizarse, al igual que se indica respecto de TELE PIZZA, de diversas formas: venta en el local y a domicilio, para cuyo transporte, cada establecimiento dispone igualmente de una flota de motocicletas.

La única fábrica, que está situada en Alcobendas (Madrid) a la que más adelante se hace referencia, proporciona a las tiendas la totalidad de los productos semi-preparados que ésta reparte a los clientes.

Desde la fábrica, al igual que se señalaba respecto de TELE PIZZA, se suministran las materias primas, que consisten en productos semiterminados, respecto de los cuales, en las tiendas únicamente se produce una mínima manipulación a efectos de servirlos al consumidor final; los envases de los productos, que son específicos para cada tipo de producto suministrado, y otros productos, tales como los regalos promocionales, etc.

La tienda, tanto si es propia como franquiciada, realiza a través del sistema informático, telefónicamente o vía fax el pedido correspondiente que le es suministrado a través de una flota de camiones frigoríficos propios.

Al igual que con respecto a TELE PIZZA se mencionaba, cada tipo de producto fresco, seco o congelado es transportado con la temperatura y frecuencia óptimas que garantizan el mantenimiento estricto de sus cualidades físicas y organolépticas.

Cada tienda del Grupo posee una flota de motos que depende del nivel de venta a domicilio de la tienda, siendo el número medio de motos de 20 a 30 por tienda, y que TELECHEF CORPORACION tiene mediante el sistema de renting a un plazo de tres años. Las motos son compradas a un mismo proveedor con el fin de guardar una imagen uniforme en toda la cadena. Todas las motos se encuentran matriculadas y aseguradas.

#### **IV.6.5. Líneas de producto.**

La línea de producto de los establecimientos se compone de 2 grupos fundamentales: un primer grupo referente a “pizza” y otros productos (hamburguesas, bocadillos y productos de comida tex-mex) y un segundo que supone un “complemento” a la actividad fundamental al negocio de la compañía de la venta de pizzas y otros.

Estos complementos en la actividad estarían formados por la venta de distintos tipos de refrescos, postres, y productos entrantes que complementan la degustación de la pizza.

##### **Grupo 1: Pizza y hamburguesas**

###### a) Descripción General:

En la actualidad, el Grupo vende 2 tamaños diferentes de pizza: individual y para dos personas. Cada una de estas pizzas puede ser combinada al gusto del consumidor por el número de ingredientes que éste desee a elegir.

En cuanto a las hamburguesas, hay tres tipos: normal, grande e infantil.

###### b) Imagen de producto:

Los productos del Grupo quedan identificados por la marca TELECHEF y A HUEVO.

La diversidad de productos que ofrece “TeleChef” ha sido posible gracias a una incesante labor de investigación y desarrollo, testando los productos con el propio mercado. Además, la Compañía ha desarrollado tecnología de vanguardia para la elaboración y procesamiento de los productos en la fábrica central de Alcobendas (Madrid). Asimismo, la tecnología desarrollada permite no sólo importantes ahorros en el coste de las

materias primas, sino también la posibilidad de que el 70% de los productos que se entregan a las tiendas estén semi-terminados, requiriendo por tanto mínima manipulación por los empleados del local. Gracias a ello, los pedidos están preparados para el reparto en un tiempo inferior a la media de otros productos elaborados mediante procedimientos tradicionales.

### **Grupo 2: Complementos**

Al igual que se menciona respecto de TELE PIZZA, se han venido incorporando nuevas extensiones a sus líneas de productos de pizza, hamburguesas y bocadillos, sin que dichos productos en ningún caso sean sustitutivos a los anteriormente citados, actividad básica y fundamental del negocio, sino que sirven para complementarlo.

#### **IV.6.6. Cadena TELECHEF y Cadena A HUEVO**

A 31 de diciembre de 1999 quedaban únicamente 2 tiendas de la cadena A HUEVO, situadas en centros comerciales. Por estar ubicadas en estos lugares, no pueden servir a domicilio los domingos ni hay un lugar seguro y vigilado donde guardar las motocicletas, razón por la cual se mantuvieron estas dos tiendas fuera de la cadena TELECHEF y por tanto, identificadas con la otra marca, A HUEVO.

Las ventas de ambas cadenas en el año 1999 han sido las siguientes:

VENTAS CADENA TELECHEF	862.998.354.- Pesetas.
VENTAS CADENA A HUEVO	49.128.208.- Pesetas.

#### **IV.6.7. Distribución por sectores geográficos**

De los 39 restaurantes TELECHEF, 24 se encuentran en la región de Madrid, 4 en Cataluña, 3 en la Comunidad Valenciana, 5 en Andalucía, 1 en Aragón, 1 en Castilla-León y 1 en el País Vasco.

#### **IV.6.8. Estructura de Costes.**

Los costes de personal y los inherentes a la actividad son los que resultan de las cuentas anuales de la sociedad que se encuentran auditadas y se acompañan al presente folleto.

La plantilla de Telechef Corporación, S.A a 31 de diciembre de 1999 ascendía a 1.725 empleados, que prestan sus servicios en la central y en un total de 37 establecimientos periféricos.

#### **IV.6.9. Fabricación y distribución. Compras**

##### **A. Fabricación y distribución.**

La Compañía dispone de un centro de fabricación y distribución, en Alcobendas (Madrid), cuya función principal es el servicio de los productos semiterminados a las tiendas de la península.

En el caso de que la fábrica no pudiera fabricar el producto, serían las propias tiendas las que elaborarían el producto terminado a partir de las materias primas.

## **B. Compras.**

El departamento de Compras negocia el precio y las condiciones comerciales de todos los productos, desde materias primas hasta maquinaria o mobiliario.

La política del Departamento de Compras es tener no menos de dos proveedores por artículo, por seguridad y rivalidad entre ellos, pero no más de tres, para que el volumen de cada uno sea suficientemente atractivo.

### **IV.6.10. Aportación al resultado de las filiales**

Las cifras son las que resultan del balance consolidado auditado que se acompaña al presente folleto.

### **IV.6.11. Sistemas de información y control**

El departamento de Organización y Sistemas, comprende el Departamento de Informática, compuesto por 5 personas, y el de Explotación y comunicaciones. El área de Desarrollo, se externaliza.

### **IV.6.12. El Contrato de Franquicia: “TELECHEF”**

Existe un único contrato de franquicia con un único franquiciado que en un primer momento se adoptó para la marca A HUEVO, y que posteriormente se autorizó la modificación por la marca TELECHEF.

### **IV.6.13. Informaciones sobre la eventual dependencia de TELECHEF CORPORACION, S.A. respecto de patentes y marcas.**

La totalidad de las marcas que utiliza la compañía son propiedad de TELECHEF CORPORACION, S.A.

### **IV.6.14. Indicaciones relativas a la política de investigación y de desarrollo de nuevos productos y procesos durante los tres últimos ejercicios, cuando estas indicaciones sean significativas. Gestión de la calidad.**

Periódicamente se realizan revisiones por el Departamento de Control de Calidad de la fábrica en cuanto a la calidad de los productos y asimismo se inspeccionan periódicamente las tiendas.

**IV.6.15. Indicación de cualquier litigio o arbitraje que pueda tener, o haya tenido en un pasado reciente, una incidencia importante sobre la situación financiera de TELECHEF CORPORACION, S.A. o sobre la actividad de los negocios.**

La Sociedad no tiene conocimiento de ningún litigio en curso que pudiera afectar de manera significativa a los resultados económicos del grupo o a su situación patrimonial.

**IV.6.16. Activos hipotecados.**

A 31 de Diciembre de 1.999 TELECHEF CORPORACION, S.A. no tiene ningún activo hipotecado.

**IV.6.17. Avales y garantías y otros hechos significativos.**

A 31 de diciembre de 1999 se tenían prestados 7 avales que correspondían a las fianzas en relación con los locales en los que se encuentran instaladas las tiendas.

**IV.6.18. Contingencias fiscales.**

TELECHEF CORPORACION, S.A tiene abiertos a inspección los ejercicios a partir del 1 de enero de 1998, dado que la última inspección completa abarca hasta diciembre de 1997.

**IV.6.19. Cobertura de seguros**

TELECHEF CORPORACION, S.A sigue una política en cuanto a seguros similar a la de TELE PIZZA.

**IV.6.20. Informaciones laborales.**

**Tipos de contratos**

Remitirse a lo descrito para TELE PIZZA (Capítulo IV.4.1.1. del presente Folleto).

**Estructura del personal en la tienda y en la empresa**

Remitirse a lo descrito para TELE PIZZA (Capítulo IV.4.1.2. del presente Folleto).

El número medio de empleados durante 1999 distribuido por categorías, ha sido el siguiente:

Gerentes	37
Encargados	134
Oficiales de producción	33
Auxiliar de producción	575
Repartidores	439
Personal de oficina	<u>58</u>
	<u>1.276</u>

Las cifras anteriores incluyen 1.014 empleados contratados a tiempo parcial que equivalen a 380 personas a tiempo completo.

#### Gastos de Personal

Su detalle es el siguiente:

	<u>Miles de pesetas</u>
Sueldos, salarios y asimilados	1.298.175
Cargas sociales	372.668
Otros gastos sociales	<u>11.650</u>
	<u>1.682.493</u>

De los contratos, un 84% eran temporales y un 16% indefinidos, a fecha 31 de diciembre de 1999.

Por otro lado, el 79% del personal estaba contratado a tiempo parcial y el 21% a tiempo completo, también a fecha 31 de diciembre de 1999.

#### **Negociación colectiva que afecta al personal de la sociedad**

La mayor parte del personal está afectado por el Convenio Nacional de Elaboradores de Pizzas y Productos Elaborados para su venta a domicilio.

No obstante, existe una parte, si bien, menor de personal adscrita al Convenio Nacional de Hostelería.

#### **Política en materia de ventajas al personal**

Ninguna.

#### **IV.6.21. Política de inversiones**

##### Inmovilizaciones Materiales

Un detalle del inmovilizado material es como sigue:

	<u>Miles de pesetas</u>
Coste	
Instalaciones técnicas y maquinaria	545.620
Otras instalaciones, utillaje y mobiliario	873.710
Elementos de transporte	12.637
Equipos para procesos de información	117.961
Otro inmovilizado	<u>33.553</u>
	<u>1.583.481</u>
Amortización acumulada	
Instalaciones técnicas y maquinaria	(111.914)
Otras instalaciones, utillaje y mobiliario	(268.975)
Elementos de transporte	(3.241)
Equipos para procesos de información	(36.820)
Otro inmovilizado	<u>(18.446)</u>
	<u>(439.396)</u>
Provisión por depreciación de las inmovilizaciones materiales	<u>(39.170)</u>
	<u>1.104.915</u>

##### Inmovilizaciones Financieras

Su detalle al 31 de diciembre de 1999 es como sigue:

	<u>Miles de pesetas</u>
Participaciones en empresas asociadas	19.000
Cartera de valores a largo plazo	470
Depósitos y fianzas constituidos a largo plazo	33.895
Otros créditos	<u>1.811.282</u>
	1.864.647
Menos, provisiones	<u>(19.000)</u>
	<u>1.845.647</u>

## **CAPÍTULO V**

**EL PATRIMONIO, LA SITUACIÓN FINANCIERA Y LOS RESULTADOS DEL EMISOR.**

## CAPÍTULO V

### EL PATRIMONIO, LA SITUACIÓN FINANCIERA Y LOS RESULTADOS DEL EMISOR.

#### V.1. INFORMACIONES CONTABLES CONSOLIDADAS:

##### V.1.1. Cuadro comparativo del balance y cuentas de pérdidas y ganancias del último ejercicio cerrado con los dos ejercicios anteriores.

Figura a continuación la Cuenta de Pérdidas y Ganancias y Balance de Situación Consolidados correspondientes al último ejercicio cerrado (1999) y los dos ejercicios anteriores.

Forma parte del presente Folleto el Informe de Auditoría de TELE PIZZA, S.A. y Sociedades dependientes (Grupo TELEPIZZA), junto con las Cuentas Anuales (Balance, Cta. de Pérdidas y Ganancias y Memoria) y el Informe de Gestión correspondientes al último ejercicio cerrado (1999).

**Tele Pizza, S.A. Y Sociedades Dependientes**Cuentas de Pérdidas y Ganancias Consolidadas al 31 de diciembre  
(Miles de Pesetas)

	<u>1999</u>	<u>1998</u>	<u>1997</u>
Importe neto de la cifra de negocios	48.541.727	38.740.690	26.875.949
Otros ingresos de explotación	2.460.587	2.795.028	2.081.487
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>51.002.314</b>	<b>41.535.718</b>	<b>28.957.436</b>
Consumos y otros gastos externos	(14.172.027)	(12.948.762)	(9.276.276)
Gastos de personal			
Sueldos y salarios	(13.267.005)	(10.344.640)	(7.018.883)
Cargas sociales	(3.447.795)	(2.178.053)	(1.364.510)
Dotaciones para amortizaciones de inmovilizado	(2.804.045)	(2.167.918)	(1.218.514)
Variación de las provisiones de tráfico	0	(22.318)	(32.500)
Otros gastos de explotación	(10.976.364)	(8.295.368)	(6.107.147)
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>(44.667.236)</b>	<b>(35.957.059)</b>	<b>(25.017.830)</b>
<b>BENEFICIOS DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>6.335.078</b>	<b>5.578.659</b>	<b>3.939.606</b>
Ingresos financieros	95.549	77.639	83.341
Gastos financieros	(388.063)	(221.978)	(141.135)
Diferencias negativas de cambio	0	(3.314)	(99)
<b>RESULTADOS FINANCIEROS</b>	<b>(292.514)</b>	<b>(147.653)</b>	<b>(57.893)</b>
Amortización del fondo de comercio de consolidación	(198.096)	(200.859)	(104.468)
Participación en beneficios de sociedades puestas en equivalencia	17.659	64.465	89.504
<b>BENEFICIOS DE LAS ACTIVIDADES ORDINARIAS</b>	<b>5.862.127</b>	<b>5.294.612</b>	<b>3.866.749</b>
Beneficios procedentes del inmovilizado	229.245	49.045	51.133
Beneficios por operaciones con acciones propias	64.819	199.092	0
Ingresos extraordinarios	142.432	170.729	70.287
Pérdidas procedentes del inmovilizado	(66.950)	(69.945)	(123.401)
Gastos y pérdidas extraordinarias	(230.604)	(292.583)	(158.846)
<b>RESULTADOS EXTRAORDINARIOS</b>	<b>138.942</b>	<b>56.338</b>	<b>(160.827)</b>
<b>BENEFICIOS CONSOLIDADOS ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>6.001.069</b>	<b>5.350.950</b>	<b>3.705.922</b>
Impuesto sobre Sociedades	(1.395.183)	(1.565.992)	(1.090.686)
<b>RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO</b>	<b>4.605.886</b>	<b>3.784.958</b>	<b>2.615.236</b>
Resultado atribuido a socios externos	(104.897)	(143.064)	(104.673)
<b>RESULTADO ATRIBUIDO A LA SOCIEDAD DOMINANTE</b>	<b>4.500.989</b>	<b>3.641.894</b>	<b>2.510.563</b>

## **TELE PIZZA S.A. – CASH FLOW CONSOLIDADO**

(en millones de pesetas)

	<b>1999</b>	<b>1998</b>	<b>1997</b>
<b><u>CASH FLOW POR OPERACIONES</u></b>			
Resultado después de impuestos	4.501	3.642	2.511
Ajustes al Resultado:			
* Amortizaciones de inmovilizado	2.804	2.168	1.219
* Amortización fondo de comercio	198	201	104
* Provisiones dotadas	148	30	72
* Intereses minoritarios	105	143	105
* Resultados enajenación de activos	-162	21	72
FONDOS GENERADOS	7594	6.205	4.083
Variación en el fondo de maniobra operativo	-340	-999	1.182
	<b>7.254</b>	<b>5.206</b>	<b>5.265</b>
<b><u>CASH FLOW POR OPERACIONES DE INVERSION</u></b>			
Inversión en Inmovilizado Material	-7.401	-7.800	-4.943
Inversión en Inmovilizado Inmaterial	-2.324	-829	-262
Inversión en Inmovilizado Financiero	-330	-232	-239
Variación Fondos de Comercio	-1.290	-2.216	-1.172
Inversión en gastos plurianuales	-447	164	0
Adquisición de acciones propias	-962	-999	-406
	<b>-12.673</b>	<b>-11.912</b>	<b>-7.022</b>
Desinversiones	684	1.440	246
Variación diferencias de conversión	120	-143	123
Variación otros pasivos L/P	-91	426	-82
	<b>-11.960</b>	<b>-10.189</b>	<b>-6.735</b>
<b><u>CASH FLOW POR ACTIVIDADES DE FINANCIACION</u></b>			
Préstamos y deudas financieras recibidos	5.351	5.368	2.094
Préstamos y deudas financieras canceladas	0	0	0
Dividendos distribuidos	0	0	0
	<b>5.351</b>	<b>5.368</b>	<b>2.094</b>
<b><u>VARIACION NETA DE TESORERIA</u></b>	<b>-645</b>	<b>-385</b>	<b>-624</b>

## COMENTARIOS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

En 1999 el importe neto de la cifra de negocios ha presentado un crecimiento del 25,3% sobre el ejercicio 1998, alcanzando los 48.542 millones de pesetas, que se desglosan en 40.866 MM de ventas de tiendas propias a consumidor final y 7.676 MM de ventas de fábrica a sociedades franquiciadas que no pertenecen al Grupo.

El coste de producto ha continuado disminuyendo, gracias a los efectos positivos de la integración vertical, tanto por la fábrica de queso, que se adquirió en mayo de 1998, como por la compra de franquicias.

En 1999 se ha experimentado un aumento de los gastos de explotación debido principalmente a:

- Consolidación durante el ejercicio completo de la estructura de costes de Luxtor, S.A. (fabricante de queso)
- Apertura de nuevos países; los cuales debido al lógico periodo de puesta en marcha no tienen los mismos ratios de eficiencia.
- Importante plan de expansión en Polonia y México, los cuales han tenido que soportar una mayor estructura de costes para atender a todas las aperturas realizadas.

Mención especial merecen dos proyectos que han afectado de forma muy importante a la cuenta de Pérdidas y Ganancias y que no van a ser recurrentes, en la misma cuantía, en ejercicios posteriores:

➔ TeleGrill: Esta línea de negocio ha aportado unas pérdidas en torno a 500 millones de pesetas, habiéndose decidido reorientar la diversificación a través de la introducción de productos (hamburguesas, bocadillos, perritos, etc.) con la tecnología TeleChef.

➔ Francia: El año 1999 ha supuesto el inicio de la actividad del Grupo en este país. Aunque su incorporación se llevó a cabo a través de una adquisición, la operativa tuvo que iniciarse desde cero, soportando unos altos costes de estructura. Este inicio de operaciones ha supuesto una contribución negativa a nivel operativo de 558 millones de pesetas. Sin embargo el potencial del mercado francés es muy importante, potencial que se empezará a materializar en el año 2000.

Sin estos dos proyectos el margen operativo se habría situado casi tres puntos por encima (15,8%) y el incremento en beneficio neto habría sido un 41,1%

La tasa efectiva del impuesto ha quedado reducida al 23,2% gracias a la utilización de las bases imponibles negativas de algunas sociedades y a las deducciones por actividad exportadora en relación con las inversiones realizadas fuera de España.

Con todo ello el incremento en beneficios que ha experimentado el Resultado Consolidado del Grupo ha sido de un 23,6% respecto al ejercicio de 1998.

En cuanto al Balance, caben destacar las siguientes partidas:

Durante 1999 el Grupo ha realizado un importante esfuerzo inversor, que se ha reflejado en el balance de situación y que se ha materializado principalmente en 177 aperturas, en la adquisición de franquicias en España, en el comienzo de la actividad en tres nuevos países (Francia, Reino Unido y Marruecos) y en la incorporación de nuevos negocios al perímetro de consolidación, con la constitución de Vending Pizza, S.A.

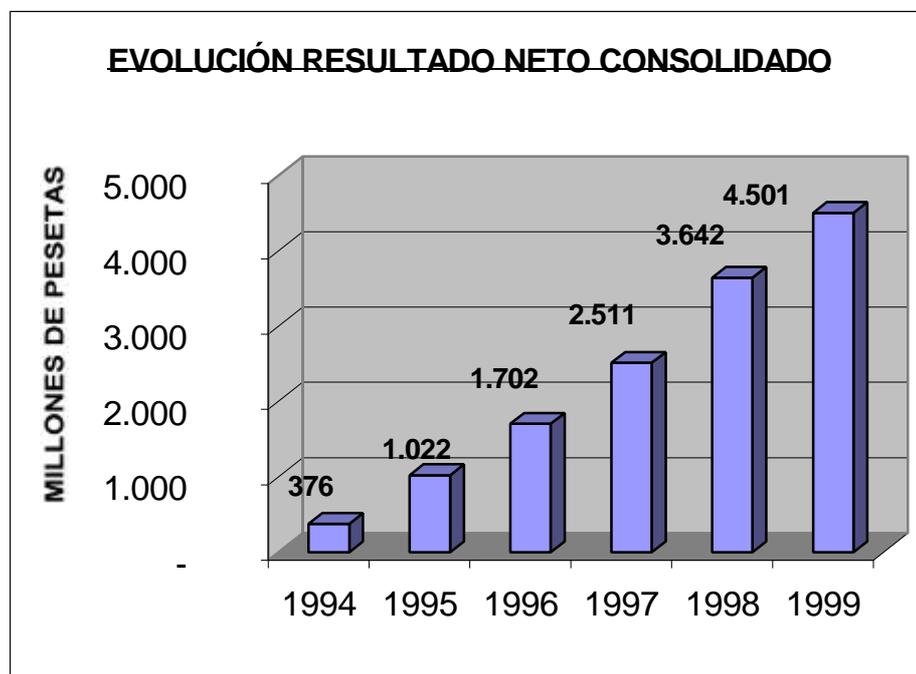
Las adquisiciones de sociedades y las nuevas creadas durante el año 1999 hacen que la comparación del balance de 1999 con el de 1998 no sea completamente homogénea.

Los aspectos más relevantes del balance de situación se detallan a continuación:

- Importante incremento en el Inmovilizado material e inmaterial debido fundamentalmente a las aperturas de tiendas y adquisiciones de sociedades.

➤ Incremento del Fondo de comercio de consolidación debido principalmente a la adquisición de las sociedades franquiciadas (Pizza Valencia, S.L., TelePizza Valencia, S.L., TelePizza Sabadell, S.A., TelePizza Granada, S.A.). De acuerdo con la modificación del artículo 194 de la Ley de Sociedades Anónimas por la Ley 37/1998 de 16 de Noviembre y con efecto 1 de enero de 1998, el Grupo ha ampliado en el presente ejercicio el plazo de amortización de los mencionados fondos de comercio de 10 a 20 años.

➤ Incremento del endeudamiento por el esfuerzo inversor llevado a cabo con la apertura de las tiendas, adquisición de sociedades y la expansión internacional.



## NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

### PERÍMETRO DE CONSOLIDACIÓN

Las sociedades incluidas en el perímetro de consolidación a 31 de Diciembre de 1999 son las siguientes:

Sociedad Dominante:

**TELE PIZZA, S.A.**

Sociedades dependientes:

**TELEPIZZA CÓRDOBA, S.A.**  
**TELEPIZZA LOGROÑO, S.A.**  
**TELEPIZZA INSULAR, S.A.**  
**MINEÑA, S.L.**  
**TELEPIZZA FUENLABRADA, S.A.**  
**TELEPIZZA CHILE, S.A.**  
**TODOPIZZA LIMITADA, S.A.**  
**TELEPIZZA PORTUGAL, S.A.**  
**PIZZANORTE, LDA.**  
**TELEPIZZA POLONIA, S.A.**  
**TELEPIZZA MORATALAZ, S.A.**  
**TELEPIZZA MEXICO, S.A. DE C.V.**  
**TODOPIZZA, S.A. DE C.V.**  
**PIZZAS DEL CENTRO, S.A. DE C.V.**  
**INMOBILIARIA LOMBARD, S.A. DE C.V.**  
**TELEPIZZA ALGECIRAS, S.L.**  
**MIXOR, S.A.**  
**CIRCOL, S.A.**  
**PRENASA, S.A.**  
**DELIVERY DELTA, S.A.**  
**LUXTOR, S.A.**  
**SEDES, S.A.**  
**FAWN, S.A.**  
**EYDAL, S.A.**  
**TELEPIZZA SABADELL, S.A.**  
**TELEPIZZA GRANADA, S.A.**  
**TELEPIZZA VALENCIA, S.L.**  
**PIZZA VALENCIA, S.L.**  
**TELEPIZZA FRANCIA, S.A.**  
**TELEPIZZA ATLAS, S.A.**  
**TELEPIZZA REINO UNIDO, S.A.**  
**VENDING PIZZA, S.A.**  
**VENDING UNIVERSE, S.L.**

Sociedades asociadas:

**FASGEL, S.A.**

Las sociedades dependientes han sido consolidados por el método de integración global. Las sociedades asociadas han sido consolidadas por el método de puesta en equivalencia.

Las principales adquisiciones y constituciones de sociedades llevadas a cabo durante 1999 se describen en el Capítulo III.6 del presente Folleto.

**Movimiento Fondos Propios 1997 - 1999: (GRUPO CONSOLIDADO)**

El movimiento de los fondos propios del grupo consolidado ha sido el siguiente durante el período 1997 - 1999:

(Datos en millones de pesetas y al final del correspondiente ejercicio)

**MOVIMIENTOS FONDOS PROPIOS**

(en millones de pesetas)	<b>1999</b>	<b>1998</b>	<b>1997</b>
Capital suscrito	1.071	1.073	1.073
Prima de emisión	0	0	0
Reservas de la sociedad dominante:			
Reservas distribuibles	5.262	2.841	1.235
Reservas no distribuibles	2.404	1.588	835
Reservas en sociedades consolidadas	660	261	41
Reservas en sociedades puestas en equivalencia	26	12	81
Diferencias de conversión	114	(6)	137
Pérdidas y ganancias	4.501	3.642	2.511
Dividendo a cuenta	0	0	0
<b>TOTAL FONDOS PROPIOS</b>	<b>14.038</b>	<b>9.412</b>	<b>5.913</b>

**DISTRIBUCION DEL RTDO. DEL EJERCICIO ANTERIOR**

(en millones de pesetas)	<b>1999</b>	<b>1998</b>	<b>1997</b>
Reservas distribuibles	2.352	2.197	1.408
Reservas no distribuibles	815	36	147
Reservas en sociedades consolidadas	458	191	98
Reservas en sociedades puestas en equivalencia	18	87	49
Diferencias de conversión	0	0	0
Dividendos	0	0	0

## ENDEUDAMIENTO FINANCIERO Y OTRAS DEUDAS NO COMERCIALES

### DEL GRUPO TELE PIZZA CONSOLIDADO

(en millones de pesetas)

	1999	1998	1997
+ Deudas contratos de arrendamiento financiero	537	748	633
+ Préstamos y créditos (*)	9.741	6.980	1.729
+ Otros Acreedores a Largo Plazo	101	75	70
+ Administraciones Públicas a Largo Plazo	158	189	225
<b>= Total Endeudamiento Financiero</b>	<b>10.537</b>	<b>7.992</b>	<b>2.657</b>
% s/Fondos Propios + Socios Externos	72,8%	80,7%	42,8%
+ Administraciones Públicas a Corto Plazo	1.245	1.276	667
+ Otros Acreedores no comerciales C/P	3.035	624	405
<b>= Total Deudas No Comerciales</b>	<b>14.817</b>	<b>9.892</b>	<b>3.729</b>
% s/ Total Pasivo	40,0%	38,2%	23,5%

El incremento en el endeudamiento financiero se debe al importante esfuerzo inversor del grupo durante el ejercicio 1.999, que se ha materializado en la apertura de tiendas, centros productivos y adquisición de actividades estratégicas y/o proveedores (integración vertical). Estas inversiones están especificadas en el capítulo III.

El importe disponible de las pólizas suscritas por el grupo a 31 de Diciembre de 1.999 asciende a 2.453 millones de pesetas siendo el límite de las mismas 13.983 millones de pesetas. El grupo tiene suscritas líneas de confirming por importe límite de 2.900 millones de pesetas, estando comprometidas en 1.021 millones de pesetas a 31 de diciembre de 1999.

## SERVICIO FUTURO DE LA DEUDA DEL GRUPO TELE PIZZA

### CONSOLIDADO

(en millones de pesetas)

	2000	2001	2002	2003	2004	RESTO	TOTAL
Administraciones Públicas	1.245	32	26	24	24	51	1.403
Deudas contratos de arrendamiento financiero	231	176	145	114	43	59	768
Préstamos y créditos	2.571	6.445	3.078	76	31	109	12.311
Otros Acreedores	233	16	11	11	9	55	335
	<b>4.280</b>	<b>6.669</b>	<b>3.261</b>	<b>225</b>	<b>108</b>	<b>274</b>	<b>14.818</b>

Nota : referido exclusivamente al endeudamiento financiero

## EVOLUCION DEL FONDO DE MANIOBRA DEL GRUPO

### TELE PIZZA CONSOLIDADO

(en millones de pesetas)

	1999	1998	1997
+ Existencias	1.843	1.696	808
+ Deudores	4.243	2.694	2.004
- Acreedores Comerciales	-6.588	-5.164	-5.286
- Otros Acreedores	-2.002	-1.960	-1.112
<b>= Fondo de Maniobra de Explotación</b>	<b>-2.504</b>	<b>-2.734</b>	<b>-3.586</b>
- Deudas con Entidades de Crédito a C/P	-2.802	-1.931	-287
+ Inversiones Financieras Temporales	359	323	29
+ Tesorería	1.701	1.092	1.001
<b>= Fondo de Maniobra Neto</b>	<b>-3.246</b>	<b>-3.250</b>	<b>-2.843</b>

La compañía realiza sus operaciones con un fondo de maniobra negativo que se debe a que el cobro a sus clientes lo realiza o bien al contado (venta de las tiendas al público) o bien a 30 días (venta de la central a los franquiciados), mientras que el pago a proveedores y acreedores se realiza por término medio a 90 días, por lo que supone una importante fuente de financiación a corto plazo.

### Fondo de Comercio de consolidación

El fondo de comercio de consolidación asciende a 4.551 Millones de pts.

El fondo de comercio corresponde a la diferencia positiva existente entre el valor contable de las participaciones en empresas del grupo, absorbidas y asociadas y el valor de la parte proporcional de los fondos propios de dichas sociedades en la fecha de primera consolidación, así como en las fechas que, en su caso, se produce un aumento en el porcentaje de participación. El fondo de comercio se amortiza de forma sistemática por el método lineal en el plazo de veinte años, en función de la proyección temporal de la evolución de resultados de las sociedades dependientes que lo originan, en el caso del fondo de comercio de consolidación.

A 31 de diciembre de 1999, el detalle del fondo de comercio en las sociedades consolidadas por integración global era el siguiente:

### FONDO DE COMERCIO DE CONSOLIDACION

(en millones de pesetas)

#### Sociedades consolidadas por integración global:

	<b>COSTE</b>	<b>A.A.</b>	<b>NETO</b>
Telepizza Insular, S.A.	140	49	91
Telepizza Portugal, S.A.	182	45	137
Pizzanorte, Ltda.	23	23	0
Fawn,S.A.	1.125	56	1.069
Eydal, S.A.	5	1	4

Sedes, S.A.	418	33	385
Telapizza Moratalaz, S.A.	37	2	35
Mineña, S.L.	263	15	248
TelePizza Córdoba, S.A.	30	0	30
TelePizza Sabadell, S.A.	152	1	151
TelePizza Granada, S.A.	378	3	375
TelePizza Valencia, S.L.	372	3	369
TelePizza Logroño, S.A.	44	0	44
Pizza Valencia, S.L.	151	1	150
Luxtor, S.A.	483	33	450
Mixor, S.A.	1.121	177	944
Circol, S.A.	82	13	69
	<b>5.006</b>	<b>455</b>	<b>4.551</b>

**Diferencias Negativas Consolidación:**

El detalle de las diferencias negativas de consolidación a 31 de diciembre de 1999 es el siguiente:

**DIFERENCIAS NEGATIVAS DE CONSOLIDACION**

(en millones de pesetas)

	<b>1999</b>
Telepizza Polonia, S.A.	17
Telepizza Chile, S.A.	51
Telepizza México, S.A. de C.V.	165
	<b>233</b>

**Transacciones en moneda extranjera:**

Durante el ejercicio 1999 las transacciones con empresas del grupo han sido las siguientes:

**TRANSACCIONES EN MONEDA EXTRANJERA**

(en millones de pesetas)

	Compras	Ventas	Servicios Prestados	Servicios Recibidos
Telepizza Portugal, S.A.	755	2.877	92	448
Telepizza Chile, S.A.	318	1.045	11	269
Telepizza México, S.A.	701	2.329	31	749
TelePizza France, S.A.	138	632	1	414
TelePizza UK, S.A.	55	197	17	42
Telepizza Polonia, S.A.	303	1.107	0	282

**Bases Negativas:**

Las Bases imponibles negativas, pendientes de compensar, a 31 de diciembre de 1999 son las siguientes:

**BASES IMPONIBLES NEGATIVAS**

(en millones de pesetas)

	<b>Base Imponible</b>
Telepizza Polonia, S.A.	69
Telepizza Chile, S.A.	190
Prenasa, S.A.	26
Eydal, S.A.	30
TelePizza France, S.A.	563
TelePizza Logroño, S.A.	11
Circol, S.A.	141
Telepizza México, S.A. de C.V.	320
Otras menores	3
	<b>1.352</b>

**V.2. INFORMACIÓN CONTABLE INDIVIDUAL.**

**V.2.1 Balance y Cuenta de Pérdidas y Ganancias.**

A continuación, figura el Balance de Situación y las Cuentas de Pérdidas y Ganancias correspondientes al último ejercicio cerrado (1999) y los dos ejercicios anteriores.

**Tele Pizza, S.A.**Cuentas de Pérdidas y Ganancias Consolidadas al 31 de diciembre  
(Miles de Pesetas)

	<u>1999</u>	<u>1998</u>	<u>1997</u>
Importe neto de la cifra de negocios			
Ventas	30.701.329	28.658.865	21.691.324
Otros ingresos de explotación			
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	2.671.577	2.316.208	1.891.034
Subvenciones	93.260	78.795	0
Exceso de provisión para riesgos y gastos	103.907	0	0
<b>Total ingresos de explotación</b>	<b>33.570.073</b>	<b>31.053.868</b>	<b>23.582.358</b>
Aprovisionamientos			
Consumo de materias primas y otros materiales consumibles	(10.687.465)	(10.545.957)	(8.231.037)
Gastos de personal			
Sueldos, salarios y asimilados	(7.272.953)	(6.937.682)	(5.231.719)
Cargas sociales	(2.004.021)	(1.543.923)	(1.098.286)
Dotaciones para amortización de inmovilizado	(1.320.673)	(1.276.846)	(885.855)
Variación de provisiones de tráfico	0	0	(32.500)
Otros gastos de explotación			
Servicios exteriores	(7.005.162)	(6.263.156)	(4.623.237)
Tributos	(83.123)	(71.145)	(45.179)
<b>Total Gastos de explotación</b>	<b>(28.373.397)</b>	<b>(26.638.709)</b>	<b>(20.147.813)</b>
<b>BENEFICIO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>5.196.676</b>	<b>4.415.159</b>	<b>3.434.545</b>
Ingresos de participaciones en capital			
En empresas del grupo	52.233	98.965	29.762
En empresas asociadas	12.004	8.003	24.619
Otros intereses e ingresos asimilados			
De empresas del grupo	268.121	28.414	21.631
Otros intereses	2.932	28.596	35.242
Gastos financieros y gastos asimilados			
Por deudas con empresas del grupo	(50.564)	(18.518)	(13.585)
Por deudas con terceros y gastos asimilados	(281.032)	(147.633)	(82.866)
Variación de las provisiones de inversiones financieras	(9.384)	0	0
Diferencias negativas de cambio	(1.267)	0	(33)
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>(6.957)</b>	<b>(2.173)</b>	<b>14.770</b>
<b>BENEFICIO DE LAS ACTIVIDADES ORDINARIAS</b>	<b>5.189.719</b>	<b>4.412.986</b>	<b>3.449.315</b>
Beneficio de enajenación de inmovilizado	120.005	37.404	8.625
Beneficio por operaciones con acciones propias	64.819	199.092	0
Ingresos extraordinarios	7.835	27.441	17.363
Ingresos de otros ejercicios	47.638	89.382	1.826
Variación de provisiones de la cartera de control	(632.334)	(55.324)	(60.186)
Pérdidas procedentes del inmovilizado	(38.385)	(47.757)	(53.237)
Gastos extraordinarios	(70.179)	(59.011)	(38.986)
Gastos de ejercicios anteriores	(154.759)	0	(1.953)
<b>RESULTADO EXTRAORDINARIO</b>	<b>(655.360)</b>	<b>191.227</b>	<b>(126.548)</b>
<b>BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>4.534.359</b>	<b>4.604.213</b>	<b>3.322.767</b>
Impuesto sobre Sociedades	(1.021.173)	(1.353.499)	(1.010.128)

**RESULTADOS DEL EJERCICIO****3.513.186****3.250.714****2.312.639****TELE PIZZA S.A. – CASH FLOW**

(en millones de pesetas)

	1999	1998	1997
<b><u>CASH FLOW POR OPERACIONES</u></b>			
Resultado después de impuestos	3.513	3.251	2.313
Ajustes al Resultado:			
* Amortizaciones	1.321	1.277	886
* Provisiones dotadas	107	93	95
* Resultados enajenación de activos	-82	11	44
FONDOS GENERADOS	4.859	4.632	3.338
Variación en el fondo de maniobra operativo	-305	-1.248	1.523
	4.554	3.384	4.861
<b><u>CASH FLOW POR OPERACIONES DE INVERSION</u></b>			
Inversión en Inmovilizado Material	-1.957	-2.549	-2.849
Inversión en Inmovilizado Inmaterial	-260	-307	-142
Inversión en Inmovilizado Financiero	-7.462	-3.157	-2.668
Inversión en gastos plurianuales	27	71	0
Aplicación de provisiones	-59	-38	-62
Adquisición de acciones propias	-962	-999	-406
	-10.673	-6.979	-6.127
Desinversiones	829	662	133
	-9.844	-6.317	-5.994
<b><u>CASH FLOW POR ACTIVIDADES DE FINANCIACION</u></b>			
Préstamos y deudas financieras a L/P recibidos	4.470	3.057	1.532
Préstamos y deudas financieras a L/P canceladas	0	0	-151
Dividendos distribuidos	0	0	0
	4.470	3.057	1.532
<b><u>VARIACIÓN DE TESORERÍA</u></b>	820	-1247	-248

## NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

### MOVIMIENTOS FONDOS PROPIOS TELE PIZZA, S.A. (INDIVIDUAL)

(en millones de pesetas)	1999	1998	1997
Capital suscrito	1.071	1.073	1.073
Prima de emisión	0	0	0
Reserva legal	215	215	178
Reserva acciones propias	2.188	1.373	656
Reservas voluntarias	5.325	2.887	1.327
Pérdidas y ganancias	3.513	3.251	2.313
Dividendo a cuenta	0	0	0
<b>TOTAL FONDOS PROPIOS</b>	<b>12.312</b>	<b>8.799</b>	<b>5.547</b>

### DISTRIBUCION DEL RTDO. DEL EJERCICIO ANTERIOR

(en millones de pesetas)	1999	1998	1997
Reserva legal	0	37	147
Reserva acciones propias	0	0	0
Reservas voluntarias	3.251	2.276	1.326
Dividendos	0	0	0

### **V.3. BALANCE DE SITUACIÓN Y CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CONSOLIDADAS PROFORMA.**

#### **V.3.1. Balance de Situación Consolidados Proforma de los Grupos TELEPIZZA y TELECHEF.**

Se relaciona a continuación el Balance de Situación Consolidado Proforma, resultante de la agregación de los del Grupo TELEPIZZA y el Grupo TELECHEF con los de sus respectivas sociedades dependientes. Como Anexo núm. 9 se incorpora al presente folleto copia del Informe de Auditoría del Balance de Situación Consolidado Proforma por Ernst & Young de fecha 11 de abril de 2000, donde se incorpora el citado Balance.

**TELE PIZZA, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**  
**Balance de Situación Consolidado Proforma**  
**(Expresado en miles de pesetas)**

<u>ACTIVO</u>	<u>31.12.99</u>
<b>INMOVILIZADO</b>	
Gastos de establecimiento	611.004
Inmovilizaciones inmateriales	
Concesiones, patentes, licencias, marcas y similares	1.527.919
Fondo de comercio	1.682.235
Aplicaciones informáticas	348.797
Derechos sobre bienes en régimen de arrendamiento financiero	1.361.139
Anticipos de inmovilizaciones inmateriales	18.052
Amortizaciones	<u>(634.959)</u>
	4.303.183
Inmovilizaciones materiales	
Terrenos y construcciones	2.344.855
Instalaciones técnicas y maquinaria	16.076.553
Otro inmovilizado	7.573.371
Amortizaciones	(8.231.415)
Provisiones	<u>(85.293)</u>
	17.678.071
Inmovilizaciones financieras	
Participaciones puestas en equivalencia	46.118
Participaciones en empresas asociadas	19.000
Cartera de valores a largo plazo	17.353
Otros créditos	1.971.940
Depósitos y fianzas constituidas a largo plazo	495.421
Provisiones	<u>(19.000)</u>
	2.530.832
Acciones de la sociedad dominante	2.187.521
<b>FONDO DE COMERCIO PROFORMA</b>	333.702
<b>FONDO DE COMERCIO DE CONSOLIDACIÓN</b>	
De sociedades consolidadas por integración global	4.550.391
<b>GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS</b>	98.024
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	
Existencias	1.914.892
Deudores	
Clientes por ventas y prestación de servicios	1.973.933
Empresas puestas en equivalencia	166.094
Personal	114.331
Administraciones Públicas	1.012.430
Otros deudores	<u>1.269.999</u>
	4.563.787
Inversiones financieras temporales	
Cartera de valores a corto plazo	226.502
Otros créditos	17.025
Depósitos y fianzas constituidos a corto plazo	<u>148.740</u>
	392.267
Tesorería	1.731.419
Ajustes por periodificación	<u>271.635</u>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b><u><u>41.166.728</u></u></b>

<u>PASIVO</u>	<u>31.12.99</u>
FONDOS PROPIOS	
Capital suscrito	1.116.106
Prima de emisión	1.891.692
Otras reservas de la sociedad dominante	
Reservas distribuibles	5.262.271
Reservas no distribuibles	2.403.986
Reservas en sociedades consolidadas	659.714
Reservas en sociedades puestas en equivalencia	25.950
Diferencias de conversión	113.749
Pérdidas y ganancias atribuibles a la sociedad dominante (beneficio)	<u>4.500.989</u>
	15.974.457
SOCIOS EXTERNOS	439.021
DIFERENCIA NEGATIVA DE CONSOLIDACION	232.737
INGRESOS A DISTRIBUIR	251.585
PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS	278.974
ACREEDORES A LARGO PLAZO	
Deudas con entidades de crédito	10.460.471
Otros acreedores	101.448
Administraciones públicas a largo plazo	<u>151.606</u>
	10.713.525
ACREEDORES A CORTO PLAZO	
Deudas con entidades de crédito	4.136.722
Deudas con empresas asociadas	9.773
Acreedores comerciales	7.045.767
Administraciones Públicas	1.251.410
Otros acreedores	315.470
Remuneraciones pendientes de pago	441.041
Ajustes por periodificación	<u>76.246</u>
	13.276.429
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b><u><u>41.166.728</u></u></b>

### V.3.2. Bases de presentación del Balance de situación consolidado proforma.

#### a) Balance de situación consolidado proforma

El balance de situación consolidado proforma representa lo que hubiera sido para el Grupo Tele Pizza la agregación del balance de situación consolidado del Grupo Telechef desde el 31 de diciembre de 1999. La diferencia entre el patrimonio contable del Grupo Telechef y la inversión realizada por Tele Pizza, S.A. mediante la ampliación de capital, con prima de emisión, se ha contabilizado como fondo de comercio proforma, según el siguiente detalle:

	<u>Miles de pesetas</u>
Ampliación de capital al 31.12.1999	
- Valor nominal	44.620
- Prima de emisión	<u>1.891.692</u>
	<u>1.936.312</u>
Fondos Propios Consolidados del Grupo Telechef al 31.12.1999	<u>1.602.610</u>
Fondo de Comercio Proforma	<u><u>333.702</u></u>

#### b) Cuenta de pérdidas y ganancias consolidadas proforma

Durante el ejercicio 1999 el Grupo Tele Pizza ha generado un beneficio después de impuestos de 4.501 millones de pesetas, mientras que el Grupo Telechef ha incurrido en unas pérdidas después de impuestos que ascienden a 1.267 millones de pesetas. Se ha considerado que la presentación de unas cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas proforma podría inducir a errores de interpretación significativos dado que no reflejarían las sinergias, que se producirán en el año 2000, que se derivan de la integración de ambos Grupos y que se concretan en lo siguiente:

- Incremento significativo en la cifra de ingresos prevista por la incorporación, con un volumen reducido de inversión, de una nueva línea de actividad en las tiendas Tele Pizza consistente en la venta de hamburguesas, bocadillos y perritos calientes.
- Reducciones de costes alcanzados en el año 2000, derivados del redimensionamiento de los activos productivos del Grupo Telechef y de su estructura, e incremento de ingresos previstos por la incorporación de los productos Tele Pizza que van a ser ofertados por las tiendas Telechef que permanezcan operativas.

#### c) Imagen fiel

El balance de situación consolidado proforma ha sido preparado a partir de los registros contables de los Grupos Tele Pizza y Telechef, e incluye determinados ajustes con objeto de mostrar la imagen fiel del patrimonio y situación financiera proformas al 31 de diciembre de 1999. Para la obtención de este balance de

situación se han aplicado los principios y criterios contables vigentes y, en particular, las normas establecidas en el Real Decreto 1815/1991 de 20 de diciembre.

### V.3.3. Ajustes realizados y otros datos significativos.

La composición del epígrafe de Fondos Propios del balance de situación al 31 de diciembre de 1999 es la siguiente:

	<u>Miles de pesetas</u>
Capital suscrito	1.116.106
Prima de emisión	1.891.692
Reservas de la sociedad dominante	
Reservas distribuibles	9.763.260
Reservas no distribuibles	2.403.986
Reservas en sociedades consolidadas	659.714
Reservas soc. puestas equivalencia	25.950
Diferencias de conversión	113.749
	<u>15.974.457</u>

La cifra del capital suscrito que figura en el balance de situación consolidado proforma al 31 de diciembre de 1999 está compuesto de la forma siguiente:

	<u>Miles de pesetas</u>
Capital suscrito al 31.12.1999	1.071.486
Ampliación de capital del 28.02.2000 (ver apartados 1 y 2)	44.620
	<u>1.116.106</u>
Prima de emisión	<u>1.891.692</u>

A efectos de la preparación de los estados financieros proforma se ha considerado que la ampliación de capital aprobada por la Junta General Extraordinaria de Accionistas de TELE PIZZA celebrada el 28 de febrero de 2000, que se realizó mediante la aportación no dineraria de las acciones representativas del 100% del capital social de TELECHEF CORPORACIÓN, S.A. tuvo efecto al comienzo del ejercicio 1999. Este incremento consistió en la emisión de 8.938.900 acciones con un valor nominal de 0,03 euros cada una con una prima de emisión de 1,27189 euros por acción. Estas acciones disfrutaban de los mismos derechos políticos y económicos que las ya existentes.

### V.3.4. Cuadro comparativo de las Cuentas de Pérdidas y Ganancias Consolidadas del Grupo TELECHEF y TELEPIZZA.

Para la elaboración del siguiente cuadro, que se incorpora al Informe de Auditoría del Balance de Situación Consolidado Proforma como información suplementaria, se han tomado como base las Cuentas de Pérdidas y Ganancias contenidas en las respectivas cuentas anuales/estados financieros consolidados del ejercicio 1999.

	Miles de pesetas	
	<b>Grupo Tele Pizza</b>	<b>Grupo Telechef</b>
Importe neto de la cifra de negocios	48.541.727	1.984.096
Otros ingresos de explotación	2.460.587	14.891
	<u>51.002.314</u>	<u>1.998.987</u>
Consumos y otros gastos externos	(14.172.027)	(865.189)
Gastos de personal	(16.714.800)	(1.682.493)
Dotaciones para amortizaciones de inmovilizado	(2.804.045)	(205.753)
Variación de las provisiones de tráfico	-	(24.071)
Otros gastos de explotación	(10.976.364)	(1.208.100)
	<u>(44.667.236)</u>	<u>(3.985.606)</u>
<b>BENEFICIOS/(PÉRDIDAS) DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>6.335.078</b>	<b>(1.986.619)</b>
Ingresos financieros	95.549	20.984
Gastos financieros	(388.063)	(97.803)
RESULTADOS FINANCIEROS POSITIVOS/ (NEGATIVOS)	(292.514)	(76.819)
Amortización del fondo de comercio de consolidación	(198.096)	-
Participación en beneficios de sociedades puestas en equivalencia	17.659	-
<b>BENEFICIOS/(PÉRDIDAS) DE LAS ACTIVIDADES ORDINARIAS</b>	<b>5.862.127</b>	<b>(2.063.438)</b>
RESULTADOS EXTRAORDINARIOS POSITIVOS/ (NEGATIVOS)	138.942	(42.581)
<b>BENEFICIOS/ (PÉRDIDAS) CONSOLIDADOS ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>6.001.069</b>	<b>(2.106.019)</b>
Impuesto sobre Sociedades	(1.395.183)	839.329
<b>RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO (BENEFICIO/ (PÉRDIDA))</b>	<b>4.605.886</b>	<b>(1.266.690)</b>
Resultado atribuido a socios externos (Beneficio)	(104.897)	-
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO ATRIBUIDO A LA SOCIEDAD DOMINANTE</b>	<b>4.500.989</b>	<b>(1.266.690)</b>

#### V.4. INFORMACIONES CONTABLES DE TELECHEF CORPORACION, S.A.

##### V.4.1. Informaciones Contables del Grupo Consolidado de TELECHEF CORPORACION, S.A.

Figura a continuación el Balance de Situación y la Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidados correspondientes al ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 1999 (únicamente se incluye la información relativa al ejercicio 1999 ya que el Grupo Telechef Corporación ha formulado su primera consolidación en dicho ejercicio).

Forma parte del presente Folleto como Anexo núm. 10 el Informe de Auditoría de TELECHEF CORPORACION, S.A. y Sociedades dependientes (Grupo TELECHEF), junto con las Cuentas Anuales (Balance, Cta. de Pérdidas y Ganancias y Memoria) y el Informe de Gestión correspondientes al ejercicio cerrado el 31 de diciembre 1999.

**TELECHEF CORPORACION, S.A y Sociedades Dependientes**

**BALANCE DE SITUACION CONSOLIDADO (a 31 de Diciembre)**

(en miles de pesetas)

<b><u>Activo</u></b>	_____
Inmovilizado	
Gastos de establecimiento	132.439
Inmovilizaciones inmateriales	166.062
Inmovilizaciones materiales	1.104.915
Inmovilizaciones financieras	<u>1.845.647</u>
	3.249.063
Gastos a distribuir en varios ejercicios	3.552
Activo circulante	
Existencias	72.024
Deudores	320.549
Inversiones financieras temporales	33.738
Tesorería	30.374
Ajustes por periodificación	<u>13.730</u>
	<u>470.415</u>
	<u><u>3.723.030</u></u>
<b><u>Pasivo</u></b>	
Fondos propios	
Capital suscrito	353.280
Prima de emisión	3.815.822
Reservas en sociedades consolidadas	(417.864)
Resultados negativos de ejercicios anteriores	(881.938)
Pérdidas del ejercicio atribuidas a la sociedad dominante	<u>(1.266.690)</u>
	1.602.610
Provisiones para riesgos y gastos	50.836
Ingresos a distribuir en varios ejercicios	2.359
Acreedores a largo plazo	182.484
Acreedores a corto plazo	<u>1.884.741</u>
	<u><u>3.723.030</u></u>

**TELECHEF CORPORACION, S.A y Sociedades Consolidadas**

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada (31 de diciembre)

(Expresada en miles de pesetas)

Importe neto de la cifra de negocios	1.984.096
Otros ingresos de explotación	<u>14.891</u>
	<u>1.998.987</u>
Aprovisionamientos	(865.189)
Gastos de personal	(1.682.493)
Dotaciones para amortizaciones del inmovilizado	(205.753)
Variación de las provisiones de tráfico	(24.071)
Otros gastos de explotación	<u>(1.208.100)</u>
	<u>(3.985.606)</u>
Pérdidas de explotación	<u>(1.986.619)</u>
Ingresos financieros	20.984
Gastos financieros	
Por deudas con empresas asociadas	(13.260)
Por otras deudas	<u>(84.543)</u>
Resultados financieros negativos	<u>(76.819)</u>
Pérdidas de las actividades ordinarias	<u>(2.063.438)</u>
Resultados extraordinarios negativos	<u>(42.581)</u>
Pérdidas antes de impuestos	(2.106.019)
Impuesto sobre Sociedades	<u>839.329</u>
Pérdidas del ejercicio	<u>(1.266.690)</u>

### V.3.2. Informaciones Contables Individuales de TELECHEF CORPORACION, S.A.

Figura a continuación el Balance de Situación y la Cuenta de Pérdidas y Ganancias Individuales correspondientes al ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 1999.

Forma parte del presente Folleto como Anexo núm.11 el Informe de Auditoría de TELECHEF CORPORACION, S.A, junto con las Cuentas Anuales (Balance, Cta. de Pérdidas y Ganancias y Memoria) y el Informe de Gestión correspondientes al ejercicio cerrado el 31 de diciembre 1999.

#### **TELECHEF CORPORACION, S.A.**

Balances de Situación (31 de diciembre de 1999 y 1998)

(Expresado en miles de pesetas)

<u>Activo</u>	<u>1999</u>	<u>1998</u>
Inmovilizado		
Gastos de establecimiento	131.254	50.316
Inmovilizaciones inmateriales	121.463	118.520
Inmovilizaciones materiales	1.048.732	415.058
Inmovilizaciones financieras	<u>1.910.914</u>	<u>1.091.325</u>
	3.212.363	1.675.219
Gastos a distribuir en varios ejercicios	2.967	6.598
Activo circulante		
Existencias	68.463	16.875
Deudores	655.412	546.639
Inversiones financieras temporales	33.590	94.830
Tesorería	23.469	25.474
Ajustes por periodificación	<u>11.726</u>	<u>3.549</u>
	<u>792.660</u>	<u>687.367</u>
	<u>4.007.990</u>	<u>2.369.184</u>
<u>Pasivo</u>		
Fondos propios		
Capital suscrito	353.280	189.000
Prima de emisión	3.815.822	-
Resultados negativos de ejercicios anteriores	(1.270.409)	(887.475)
Pérdidas del ejercicio	<u>(1.268.990)</u>	<u>(382.934)</u>
	1.629.703	(1.081.409)
Préstamo participativo	-	1.650.000
Provisiones para riesgos y gastos	384.593	356.054
Acreedores a largo plazo	176.741	635.338
Acreedores a corto plazo	<u>1.816.953</u>	<u>809.201</u>
	<u>4.007.990</u>	<u>2.369.184</u>

**TELECHEF CORPORACION, S.A.**

Cuentas de Pérdidas y Ganancias para los ejercicios anuales cerrados el 31 de diciembre de 1999 y 1998  
(Expresadas en miles de pesetas)

	<u>1999</u>	<u>1998</u>
Importe neto de la cifra de negocios	1.777.560	898.510
Otros ingresos de explotación	<u>29.671</u>	<u>34.359</u>
	1.807.231	932.869
Aprovisionamientos	(819.277)	(431.533)
Gastos de personal	(1.527.390)	(859.767)
Dotaciones para amortizaciones del inmovilizado	(174.886)	(95.471)
Variación de las provisiones de tráfico	(24.071)	(5.717)
Otros gastos de explotación	<u>(1.130.674)</u>	<u>(531.484)</u>
	<u>(3.676.298)</u>	<u>(1.923.972)</u>
Pérdidas de explotación	<u>(1.869.067)</u>	<u>(991.103)</u>
Ingresos financieros	25.158	9.695
Gastos financieros		
Por deudas con empresas del grupo	(13.259)	(23.767)
Por otras deudas	(82.478)	(62.213)
Variación de las provisiones de inversiones financieras	-	(93.863)
Diferencias negativas de cambio	<u>-</u>	<u>(12)</u>
Resultados financieros negativos	<u>(70.579)</u>	<u>(170.160)</u>
Pérdidas de las actividades ordinarias	(1.939.646)	(1.161.263)
Resultados extraordinarios negativos	<u>(87.240)</u>	<u>(160.391)</u>
Pérdidas antes de impuestos	(2.026.886)	(1.321.654)
Impuesto sobre Sociedades	<u>757.896</u>	<u>938.720</u>
Pérdidas del ejercicio	<u>(1.268.990)</u>	<u>(382.934)</u>

## **CAPÍTULO VI**

### **LA ADMINISTRACIÓN, LA DIRECCIÓN Y EL CONTROL DEL EMISOR.**

**CAPITULO VI**  
**LA ADMINISTRACIÓN, LA DIRECCIÓN Y EL CONTROL**  
**DEL EMISOR.**

---

**VI.1. IDENTIFICACIÓN Y FUNCIÓN EN LA SOCIEDAD DE LAS PERSONAS QUE SE MENCIONAN.**

**VI.1.1. Miembros del Órgano de Administración.**

A la fecha de este Folleto Informativo, el **Consejo de Administración** de la Sociedad está integrado como sigue:

NOMBRE	CARGO	EXTERNO/ EJECUTIVO	FECHA	FECHA
			NOMBRAMIENTO POR COOPTACIÓN POR CONSEJO	RATIFICACIÓN/ NOMBRAMIENTO POR JUNTA
D. PEDRO BALLVÉ LANTERO	PRESIDENTE	DOMINICAL	24/10/99	28/02/00
D. CARLOS LÓPEZ CASAS	CONSEJERO DELEGADO	EJECUTIVO	19/05/99	30/06/99
D. ANTONIO CATALÁN DÍAZ	VOCAL	INDEPENDIENTE		15/10/96
D. CLAUDIO BOADA PALLERES	VOCAL	INDEPENDIENTE	24/10/99	28/02/00
D. ALFONSO MARTÍNEZ DE IRUJO FITZ-JAMES STUART	VOCAL	INDEPENDIENTE		15/10/96
D. GUILLERMO DE LA DEHESA ROMERO	VOCAL	INDEPENDIENTE	24/10/99	28/02/00
D. JOAQUÍN CAYUELA VERGES	VOCAL	INDEPENDIENTE		15/10/96
D. ANGEL LOZANO ROY	VOCAL	INDEPENDIENTE		15/10/96
D. RANIERO VANNI D'ARCHIRAFI	VOCAL	INDEPENDIENTE	3/11/99	28/02/00
D. JOSÉ CARLOS OLCESE SANTONJA	VOCAL	DOMINICAL		26/04/00
D. ALDO OLCESE SANTONJA	VOCAL	DOMINICAL		26/04/00
D. JAVIER GASPAR PARDO DE ANDRADE	SECRETARIO NO CONSEJERO		24/10/99	28/02/00
D. ENRIQUE CARRETERO GIL DE BIEDMA	LETRADO ASESOR		24/10/99	

- **Dominical:** Son consejeros que ejercen su cargo de miembros del Consejo en representación de uno o varios accionistas.
- **Ejecutivo:** Son consejeros que tienen un puesto ejecutivo en la sociedad.
- **Independiente:** Son consejeros que han sido designados por su prestigio a nivel empresarial.

El Consejo de Administración, conforme a los Estatutos Sociales, estará integrado por un mínimo de cinco (5) miembros y un máximo de once (11) miembros, y tiene la siguiente regulación específica en los Estatutos Sociales:

**Artículo 23.- Estructura del órgano de administración.**

1. *El Consejo de Administración es el Órgano encargado de dirigir, administrar y representar a la Sociedad.*
2. *El Consejo de Administración estará integrado por un mínimo de cinco (5) miembros y un máximo de once (11) miembros.*
3. *Para ser nombrado administrador, se requiere poseer, al menos, el 5 por 100 de las acciones de la Sociedad con derecho a voto, con una antelación de, al menos, dos años al momento de la designación, quedando a salvo lo dispuesto en el Artículo 137 de la Ley de Sociedades Anónimas. La mencionada antelación de, al menos, dos años en la posesión de las acciones y el requisito de poseer al menos el 5% del capital de la Sociedad no serán precisos cuando la designación o ratificación del administrador se lleve a cabo por la Junta General con el voto favorable de, al menos, el 66 por 100 del capital presente o representado en la Junta General.*

**Artículo 25.- Retribución del cargo.**

*El cargo de los administradores es remunerado. Dicha remuneración consistirá en una asignación fija, en dietas por asistencia a la reuniones del Consejo y en una participación en los beneficios líquidos de la Sociedad. En lo que respecta a la remuneración por participación en beneficios, su porcentaje tendrá un máximo de hasta un 10 por 100 de los beneficios líquidos según balance, y siempre y cuando se hallen cubiertas las atenciones de la reserva legal y se haya atribuido a los accionistas un dividendo no inferior al 25 por 100. La cuantía exacta de dicho porcentaje, sin sobrepasar nunca el máximo establecido, será fijada anualmente por la Junta General Ordinaria..*

**Artículo 25 bis.- Retribución referenciada al valor de las acciones.**

*Se prevé expresamente que con carácter acumulativo respecto de lo previsto en el Art. 25 anterior, los Administradores sean retribuidos mediante la entrega de obligaciones convertibles y/o canjeables, acciones, derechos de opción sobre éstas u otro sistema referenciado al valor de las acciones. De conformidad con lo previsto en el Art. 130.2 de la Ley de Sociedades Anónimas, el acuerdo de la Junta que adopte la aplicación de este sistema expresará, en su caso, el número de acciones u obligaciones convertibles y/o canjeables a entregar, el precio de ejercicio de los derechos de opción, conversión o canje, el valor de las acciones que se tome como referencia y el plazo de duración de este sistema de retribución.*

**Artículo 26.- Cargos del Consejo de Administración.**

1. *El Consejo de Administración designará a su Presidente y, potestativamente, a uno o varios Vicepresidentes. En caso de pluralidad de Vicepresidentes, cada una de las Vicepresidencias irá numerada. La prioridad de número determinará el orden en que los Vicepresidentes sustituirán al Presidente en casos de ausencia, incapacidad o vacante.*
2. *Para que un administrador pueda ser designado Presidente del Consejo de Administración, será necesaria la concurrencia en el mismo de, al menos, una de las siguientes circunstancias:*

- a) *Haber formado parte del Consejo de Administración durante, al menos, los tres (3) últimos años anteriores a dicha designación, o*
- b) *haber ostentado anteriormente la Presidencia del Consejo de Administración de la sociedad cualquiera que fuera su antigüedad en el cargo de administrador.*

*No será necesaria la concurrencia de ninguna de las circunstancias anteriores en el administrador a designar Presidente cuando tal designación se lleve a cabo por acuerdo de cuatro quintas partes (4/5) de todos los administradores que integran el Consejo de Administración.*

3. *El Consejo de Administración designará un Secretario y, potestativamente, un Vicesecretario, pudiendo recaer el nombramiento en quienes no sean administradores, en cuyo caso actuarán con voz pero sin voto. El Vicesecretario sustituirá al Secretario en los casos de ausencia, incapacidad o vacante.*

El Consejo de Administración será convocado por el Presidente, o en caso de fallecimiento, ausencia, incapacidad o imposibilidad de éste, por el Vicepresidente, siempre que lo considere necesario o conveniente. Deberá ser convocado necesariamente siempre que lo soliciten, al menos, dos miembros del órgano de administración. En el caso de que hubieran transcurrido 15 días naturales desde la recepción de la solicitud sin que el Presidente hubiera convocado el Consejo, éste deberá ser convocado por el Vicepresidente.

El Consejo de Administración tiene competencia exclusiva sobre cuantos asuntos no estén atribuidos por la Ley o por los estatutos sociales a la competencia de otro órgano social.

El Consejo de Administración no tiene un Código de Conducta público, y se rige por los artículos estatutarios.

Los únicos consejeros con facultades solidarias de representación en la sociedad son D. Pedro Ballvé Lantero y D. Carlos López Casas; dichas facultades consisten en representación de la sociedad ante Juzgados, Tribunales y Organismos Públicos en general. D. Pedro Ballvé Lantero, D. Carlos López Casas y D. Javier Gaspar Pardo de Andrade (Secretario no Consejero) además, tienen facultades mancomunadas (dos cualesquiera de ellos), sin limitación de cantidad, para celebrar toda clase de contratos sobre cualquier clase de bienes o derechos, decidir la participación de la Sociedad en otras empresas o Sociedades, llevar las firmas y actuar en nombre de la Sociedad en toda clase de operaciones bancarias.

D. Carlos López Casas además, como Consejero Delegado, tiene unas facultades solidarias limitadas (límite general de 2.000 millones de pesetas), y otras facultades mancomunadas con otros directivos de la Sociedad para disposición de dinero, compras, ventas, etc., también limitadas dependiendo del tipo de operación.

El Consejo de Administración, en su reunión de 15 de Octubre de 1.996, designó, (además de otras Comisiones de trabajo no-ejecutivas), una Comisión Ejecutiva, formada por algunos de los miembros del Consejo de Administración, en la cual delegó todas las facultades del Consejo de Administración, excepto las que por Ley o por Estatutos sean indelegables. La operatividad fue el motivo principal por el cual se constituyó esta Comisión. La reunión del Consejo de Administración de 3 de Noviembre de 1999 determinó nuevos miembros de dicha Comisión, y estableció que, entre sus funciones, se encuentre la aprobación de concesión de nuevas franquicias y la adopción de decisiones relativas a la política de inversiones cuando supongan un importe económico sustancial.

La Comisión de Auditoría y Cumplimiento (antes Comisión de Auditoría) y la Comisión de Nombramientos y Retribuciones (antes Comisión de Compensación y Personal) son comisiones no ejecutivas. En la reunión del Consejo de Administración de fecha 3 de Noviembre de 1999, se decidió sustituir la denominación de ambas Comisiones. En la misma reunión del Consejo de Administración especificada anteriormente se acordó que los cometidos de estas dos Comisiones fueran:

- Comisión no ejecutiva de Auditoría y Cumplimiento:
  - Seguimiento trimestral de la información contable de la sociedad.
  - Vigilancia del sistema de control interno de la información contable.
  - Revisión de las cuentas de la sociedad, vigilando su cumplimiento y la aplicación de los principios contables.
  - Revisión de los folletos de emisión y la información financiera periódica que deba suministrar el consejo.
  - Velar por la independencia del auditor externo.
  - Proposición de la designación y revocación de Auditores.
  - Examen del cumplimiento del reglamento Interno de Conducta en los Mercados de Valores y en general de las reglas de gobierno de la compañía, revisando sus resultados y elevando al Consejo la propuesta de reforma.
  - Control de métodos y procedimientos.
  
- Comisión no Ejecutiva de Nombramientos y Retribuciones:
  - Cuidar la integridad del proceso de selección y supervisión de la política de remuneraciones de la Compañía.
  - Proponer al Consejo la política de retribuciones a través de prestaciones accesorias.
  - Informar sobre las transacciones que puedan implicar conflicto de intereses.

La Junta Ordinaria de Accionistas de 26 de Abril de 2000, aparte de regular expresamente en los Estatutos Sociales las Comisiones anteriormente mencionadas, designó una nueva Comisión de Internacional y Desarrollo Estratégico, y estableció, como responsabilidades básicas:

- Efectuar un seguimiento permanente del desarrollo y evolución del área internacional de la Sociedad.

- Auxiliar al Consejo y elevar propuestas en relación con proyectos de desarrollo estratégico para la Sociedad.

En el Consejo de Administración de 3 de Noviembre de 1999 se creó, además, la Comisión no Ejecutiva de Seguimiento del Proceso de Integración Telepizza/Telechef. Se trata de una Comisión creada “ad hoc” con la finalidad de desarrollar un seguimiento permanente del citado proceso, garantizar los principios rectores del mismo (independencia y neutralidad) y mantener informado al Consejo de Administración sobre su evolución. Esta comisión se mantendría en funcionamiento hasta la culminación del proceso de integración, y se reuniría tantas veces como lo estimase necesario su Presidente o lo requiriera el Comité de Integración. Se acordó su constitución y su integración (con especial atención al dato de que sus integrantes serían Consejeros independientes).

A continuación se citan las Comisiones mencionadas y los miembros que las componen, no habiéndose establecido en el Consejo de 15 de Octubre de 1.996 ni en el de 3 de Noviembre de 1999, ningún sistema especial de designación de sus miembros, quienes serán designados por el propio Consejo de Administración:

**Comisión Ejecutiva:** D. Pedro Ballvé Lantero (P)  
D. Carlos López Casas (V)  
D. Antonio Catalán Díaz (V)  
D. Claudio Boada Palleres (V)  
D. Guillermo de la Dehesa (V)  
D. Joaquín Cayuela Verges (V)  
D. José Carlos Olcese Santonja (V)  
D. Aldo Olcese Santonja (V)

Secretario no Consejero: D. Javier Gaspar Pardo de Andrade

La Junta de Accionistas de 26 de Abril de 2000 acordó que esta Comisión celebrará sus sesiones ordinarias con periodicidad quincenal.

**Comisión no Ejecutiva de**

**Auditoría y Cumplimiento:** D. Raniero Vanni D`Archirafi (P)  
D. Alfonso Martínez de Irujo Fitz James Stuart (V)  
D. Ángel Lozano Roy (V)  
D. Carlos López Casas (V)  
D. Antonio Catalán Díaz (V)  
D. Aldo Olcese Santonja (V)

Secretario no Consejero: D. Javier Gaspar Pardo de Andrade

La Junta de Accionistas de 26 de Abril de 2000 acordó que se reunieran periódicamente en función de las necesidades y, al menos, cuatro veces al año.

***Comisión no Ejecutiva de***

***Nombramientos y Retribuciones:*** D. Claudio Boada Palleres (P)  
D. Carlos López Casas (V)  
D. Joaquín Cayuela Verges (V)  
D. Guillermo de la Dehesa Romero (V)  
D. Javier Gaspar Pardo de Andrade

Secretario no Consejero:

La Junta de Accionistas de 26 de Abril de 2000 acordó que se reunieran periódicamente en función de las necesidades y, al menos, cuatro veces al año.

***Comisión no Ejecutiva de  
Internacional y Desarrollo  
Estratégico***

D. José Carlos Olcese Santonja (P)  
D. Carlos López Casas (V)  
D. Raniero Vanni D'Archirafi (V)  
D. Guillermo de la Dehesa Romero (V)  
D. Aldo Olcese Santonja (V)  
D. Javier Gaspar Pardo de Andrade

Secretario no Consejero:

La Junta de Accionistas de 26 de Abril de 2000 acordó que se reunieran periódicamente en función de las necesidades y, al menos, cuatro veces al año.

***Comisión no Ejecutiva de  
Seguimiento del Proceso de  
Integración Telepizza/Telechef:***

D. Antonio Catalán Díaz (P)  
D. Guillermo de la Dehesa Romero (V)  
D. Alfonso Martínez de Irujo Fitz James Stuart (V)  
D. Raniero Vanni D'Archirafi (V)  
D. Javier Gaspar Pardo de Andrade

Secretario no Consejero:

El Consejo de Administración ha entendido que determinados acuerdos adoptados desde Octubre de 1999, todos ellos en relación con cuestiones organizativas internas del propio Consejo, y siempre siguiendo con las recomendaciones del "Código de Buen Gobierno" de las Sociedades, deben tener reflejo estatutario a los efectos de adquirir una mayor fuerza obligacional, y demostrar el efectivo compromiso del Consejo de Administración de TELE PIZZA, S.A. con el cumplimiento del contenido del citado Código. Es por ello por lo que el Consejo de Administración propuso a la Junta Ordinaria de Accionistas de 26 de Abril de 2000, la cual aprobó, la modificación de los siguientes artículos estatutarios:

- Artículo 31.4 en relación con la auto-evaluación del funcionamiento y reglas del Consejo. El “Código de Buen Gobierno” alude a la necesidad de que el Consejo realice un trabajo introspectivo dedicado, al menos durante una sesión al año, a valorar la calidad de sus trabajos y su propia funcionalidad, para de esta manera ser capaz de corregir y mejorar sus propios resultados. El Consejo de Administración considera que es tal la importancia de esta auto-evaluación que requiere su reflejo estatutario en este artículo.
- Artículo 32 en relación con el Secretario del Consejo de Administración. El “Código de Buen Gobierno” insiste en la importancia de la figura del Secretario no sólo como custodio de la documentación social y de los libros de Actas, sino también como persona encargada de auxiliar al Presidente en sus funciones relacionadas con el buen funcionamiento del Consejo, responsable del tráfico de información a los Consejeros así como al exterior, garante de los procedimientos y reglas de gobierno y prestador de asesoramiento e información a los Consejeros para desempeñar sus cargos, todo ello en el marco de una actuación independiente y responsable. Por ello se propone una nueva redacción de dicho artículo, en el que se detallan las diferentes funciones, atribuciones y responsabilidades de la Secretaría del Consejo.
- Artículo 33 h) en relación con las Comisiones del Consejo. Las comisiones del Consejo de Administración constituyen objeto de especial atención por parte del “Código de Buen Gobierno”, como instrumentos esenciales para un adecuado reparto de los trabajos, una mayor eficacia y una garantía de objetividad e independencia en aquéllos casos en los que la misma sea requerida. El Consejo decidió en su momento designar una Comisión Ejecutiva, una Comisión de Nombramientos y Retribuciones, y una Comisión de Auditoría y Cumplimiento, respetando la nomenclatura y el contenido y atribuciones propuestos por el citado Código. A las anteriores se une una Comisión de Internacional y Desarrollo Estratégico, que aun no prevista en el citado texto orientativo, debe desarrollar una importante misión de auxilio al Consejo, teniendo en cuenta el cada vez mayor peso del área internacional, y la importancia de enfocar adecuadamente la estrategia de crecimiento de la sociedad. Por ello se propone una nueva redacción del artículo 33 h), incluyendo las Comisiones del Consejo y asignándoles sus responsabilidades básicas.

El Reglamento Interno de Conducta está depositado, aunque no con carácter público, en la Comisión Nacional de Mercado de Valores (C.N.M.V.) y se encuentra en estos momentos en proceso de revisión y modificación.

### **VI.1.2. Directores y demás personas que asumen la gestión de la Sociedad al nivel más elevado.**

A la fecha de este Folleto Informativo, los Directores son los siguientes:

<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>NOMBRE DEL DIRECTOR</b>
<b>Consejero Delegado</b>	D. Carlos López Casas
<b>Dirección General de Recursos</b>	D. Salvador Peñarrubia Sánchez
<b>Director de la Dirección General España</b>	D. Gustavo Durán San Román
<b>Director de la Dirección Internacional</b>	D. Eduardo Hernández de Armijo
<b>Subdirección General Planificación e Inversiones</b>	D. Alfonso Fernández de Gabriel
<b>Subdirección Proyectos Corporativos</b>	D. Félix Díez Triguero
<b>Responsable de Comunicación</b>	D <sup>a</sup> . Inés Bausa Alonso
<b>Responsable de Relación con los Inversores</b>	D <sup>a</sup> . Rosa Gambero García
<b>Dirección del Departamento de Sistemas</b>	D. Juan Carlos García Rodríguez
<b>Dirección del Departamento de Personal</b>	D. Fernando Echeopar Florez
<b>Dirección del Departamento de Administración</b>	D. Enrique Chao Lumbreras
<b>Dirección del Departamento Jurídico</b>	D <sup>a</sup> . Ana Domingo Sanz
<b>Dirección del Departamento de Operaciones</b>	D. Eduardo Robayna Genthe
<b>Dirección del Departamento de Marketing</b>	D <sup>a</sup> . María Calvo Pessini
<b>Dirección del Departamento de Nuevos Negocios</b>	D. Ricardo Santiago Dios
<b>Dirección de Fábrica, Logística y Compras</b>	D. Manuel Capelo García
<b>Dirección del Departamento de Control de Calidad</b>	D <sup>a</sup> .M <sup>a</sup> Luisa Zabaleta Alonso y D <sup>a</sup> . Clotilde Fernández Alvarez
<b>Dirección del Departamento de Expansión</b>	D <sup>a</sup> . Ana Sumastre Treviño

No existe Comité de Dirección, aunque los directores sí realizan reuniones periódicas.

### **VI.1.3. Fundadores de la Sociedad si fue fundada hace menos de cinco años.**

No procede.

## **VI.2. CONJUNTO DE INTERESES EN LA SOCIEDAD DE LAS PERSONAS CITADAS EN EL APARTADO VI.1.**

**VI.2.1. Acciones con derecho de voto y otros valores que den derecho a su adquisición, de los que dichas personas sean titulares o representantes, directa o indirectamente.**

Cuadro realizado a fecha 15 de Marzo de 2000 (no tiene en cuenta la situación resultante tras el aumento de capital objeto del presente folleto informativo)

CONSEJERO	ACCIONES POSEIDAS <sup>1</sup>		%	OPCIONES POSEIDAS
	Directas	Indirectas		
<b>D. PEDRO BALLVE LANTERO</b>	1	11.591.559 <sup>2</sup>	5,39	9.660.000 <sup>3</sup>
<b>D. CARLOS LOPEZ CASAS</b>	136.616	1560	0.064	19.346
<b>D. CLAUDIO BOADA PALLERES</b>	1	0	0	0
<b>D. GUILLERMO DE LA DEHESA ROMERO</b>	1	0	0	0
<b>D. ALFONSO MARTINEZ DE IRUJO</b>	10.110	4.300	0.006	0
<b>D. ANTONIO CATALAN DIAZ</b>	22.220	1	0.01	0
<b>D. ANGEL LOZANO ROY</b>	22.220	0	0.01	0
<b>D. RANIERO VANNI D'ARCHIRAFI</b>	5.001	0	0,002	
<b>D. JOAQUIN CAYUELA VERGES</b>	0	4.760	0.002	

Como consecuencia de la ampliación de capital, la participación de los Consejeros en el capital social es la siguiente, en la que, a excepción de D. Pedro Ballvé, se puede constatar la dilución de las participaciones de los restantes Consejeros:

<sup>1</sup> Ningún consejero representa en la sociedad a accionistas de la misma, a excepción de D. Pedro Ballvé Lantero.

<sup>2</sup> Incluye la participación total de la que son titulares las entidades BITONCE, S.L., CARBAL, S.A. y UNIBALL, S.L., sociedades controladas por D. Pedro Ballvé Lantero, D. Fernando Ballvé Lantero, D. Aldo Olcese Santonja, D. José Carlos Olcese Santonja y D. Gustavo Durán San Román, constituyendo todos ellos un grupo concertado a efectos de lo previsto en el artículo 2.1. del Real Decreto 377/91 .

<sup>3</sup> Incluye las opciones sobre acciones de TELE PIZZA de las que son titulares las entidades BITONCE, S.L. y UNIBALL, S.L., las cuales resultan sujetas al mismo régimen mencionado en la nota anterior.

<b>Consejero</b>	<b>% post-ampliación</b>
<b>D. PEDRO BALLVE LANTERO</b>	9,17
<b>D. CARLOS LOPEZ CASAS</b>	0.064
<b>D. CLAUDIO BOADA PALLERES</b>	0
<b>D.GUILLERMO DE LA DEHESA ROMERO</b>	0
<b>D. ALFONSO MARTINEZ DE IRUJO</b>	0.006
<b>D. ANTONIO CATALAN DIAZ</b>	0.009
<b>D. ANGEL LOZANO ROY</b>	0.01
<b>D. RANIERO VANNI D'ARCHIRAFI</b>	0,002
<b>D. JOAQUIN CAYUELA VERGES</b>	0.002

## **DIRECTIVOS**

<b>NOMBRES</b>	<b>ACCIONES POSEIDAS</b>	<b>%</b>	<b>OPCIONES POSEIDAS</b>	<b>%</b>
<b>D. Salvador Peñarrubia Sánchez</b>	850	0.003	15.417	0.007
<b>D. Gustavo Durán San Román</b>	0	0	0	0
<b>D. Eduardo Hernández de Armijo</b>	5.565	0.002	21.580	0.010
<b>D. Alfonso Fernández de Gabriel</b>	6.140	0.002	12.091	0.005
<b>D. Félix Díez Triguero</b>	0	0	12.854	0.005
<b>D<sup>a</sup> Inés Bausa Alonso</b>	0	0	0	0
<b>D<sup>a</sup> Rosa Gambero García</b>	0	0	0	0
<b>D. Juan Carlos García Rodríguez</b>	9.410	0.004	9.673	0.004
<b>D. Fernando Echeopar Florez</b>	0	0	0	0
<b>D. Enrique Chao Lumbreras</b>	0	0	6.045	0.002
<b>D<sup>a</sup> Ana Domingo Sanz</b>	0	0	0	0
<b>D. Eduardo Robayna Genthe</b>	0	0	11.669	0.005
<b>D<sup>a</sup> María Calvo Pessini</b>	0	0	0	0
<b>D. Ricardo Santiago Dios</b>	200	0.000	9.072	0.004
<b>D. Manuel Capelo García</b>	0	0	0	0
<b>D<sup>a</sup>.M<sup>a</sup>Luisa Zabaleta Alonso</b>	0	0	0	0
<b>D<sup>a</sup> Clotilde Fernández Alvarez</b>	0	0	0	0
<b>D<sup>a</sup> Ana Sumastre Treviño</b>	0	0	0	0

El total de acciones de las que son titulares consejeros y directivos, directa e indirectamente, asciende a un total de 11.820.515 acciones, representativas de un 5,50 % del capital social antes de la ampliación de capital objeto del presente folleto informativo. Como resultado de la ampliación de capital, D. Pedro Ballvé Lantero adquiere directamente las acciones que han quedado señaladas en el Capítulo II, así como de forma concertada las acciones suscritas por D. Fernando Ballvé Lantero, D. José Carlos Olcese Santonja, D. Aldo Olcese Santonja y D. Gustavo Durán San Román.

En la Junta General Extraordinaria de Accionistas de 28 de Febrero de 2000, el Consejo de Administración representó el 39,345% del capital social, por delegación de titulares de acciones, y en la última Junta General Ordinaria de Accionistas de 26 de Abril de 2000 dicho Consejo representó el 41,05% del capital social.

**VI.2.2 Participación de dichas personas o de las que representen, en las transacciones inhabituales y relevantes del Grupo, en el transcurso del último ejercicio y del corriente. Son transacciones inhabituales y relevantes, por ejemplo, la compra o venta de activos inmobiliarios, los contratos del Grupo o de sus filiales con dichas personas, los préstamos al Grupo concedidos por dichas personas, etc.**

A excepción de la propia ampliación de capital objeto del presente folleto informativo, a la fecha del mismo, no existen participaciones de los Consejeros o Directivos en transacciones inhabituales y relevantes de TELE PIZZA, S.A. en el ejercicio corriente o en ejercicios anteriores ni operaciones vinculadas de los Consejeros con TELE PIZZA, S.A.

En lo que hace referencia a la operación objeto del presente Folleto, esto es, la ampliación de capital con aportación no dineraria de las acciones representativas del capital social de TELECHEF CORPORACIÓN, S.A. cuya titularidad corresponde a D. Pedro Ballvé Lantero y a otros accionistas de TELE PIZZA que actúan de forma concertada, debe señalarse que se ha dado cumplimiento en todo momento a las recomendaciones contenidas al efecto en el Código de Buen Gobierno, habiéndose mantenido la abstención en el ejercicio del derecho de voto de los correspondientes acuerdos, tanto en el seno del Consejo de Administración como en la Junta General de Accionistas de fecha 28 de febrero de 2000 que aprobó el aumento de capital.

**VI.2.3 Importe de los sueldos, dietas y remuneraciones de cualquier clase devengada por las citadas personas en el último ejercicio cerrado cualquiera que sea su causa.**

Los miembros del Consejo de Administración actuales únicamente reciben remuneraciones por dietas de asistencia a reuniones de Consejo de Administración y Comisiones (a excepción de D. Carlos López Casas, que desempeña un cargo de ejecutivo de la sociedad). Los importes de las remuneraciones totales devengadas

durante los ejercicios 1998 y 1999 por los miembros del Consejo de Administración de TELE PIZZA, S.A. en concepto de dietas de asistencia a reuniones de Consejo de administración y de las Comisiones comentadas anteriormente, son los siguientes (datos en pesetas):

1998	1999
77.000.000	25.000.000

La política de remuneración a Consejeros que TELE PIZZA, S.A. sigue en la actualidad es la siguiente:

- a) Dietas correspondientes a cada reunión del Consejo de Administración: 500.000.- Ptas. por cada Consejero asistente.
- b) Dietas correspondientes a cada reunión de la Comisión Ejecutiva, Comisión de Auditoría y Cumplimiento y Comisión de Nombramientos y Retribuciones: 250.000.- Ptas. por cada Consejero asistente.
- c) Las reuniones de la comisión de Seguimiento del Proceso de Integración no devengarán dieta alguna.
- d) El Secretario no Consejero, que actuará como Secretario del Consejo y de todas las Comisiones, será remunerado a través del cobro de una cantidad igual al importe de las dietas acordadas, es decir, 500.000.- Ptas. por cada reunión del Consejo y 250.000.- Ptas. por cada reunión de las Comisiones.

Los Consejeros y Administradores de las Sociedades Filiales no cobran ningún tipo de retribución por ningún concepto.

Los importes de las remuneraciones brutas totales devengadas durante los ejercicios 1998 y 1999 por los miembros del equipo directivo de la Sociedad ascienden a (datos dados en pesetas):

1998	1999
196.961.759	226.711.057

(Estas cantidades incluyen el sueldo de D. Carlos López Casas como ejecutivo de la sociedad, no como Consejero. También incluyen la remuneración en especie recibida por dicho equipo directivo).

**VI.2.4. Importe de las obligaciones contraídas en materia de pensiones y de seguros de vida respecto de los fundadores, miembros antiguos y actuales del órgano de administración y directivos actuales y sus antecesores. Esta información se proporcionará de forma global y con separación de las prestaciones de que se trate.**

Las únicas obligaciones existentes son las referentes a seguros de vida y accidentes contempladas en el apartado IV.4.3.1.

**VI.2.5. Importe global de todos los anticipos, créditos y garantías constituidas por el Grupo a favor de las mencionadas personas, y todavía en vigor.**

A la fecha del presente folleto, la compañía no tiene concedido ningún anticipo, crédito ni garantía a favor de las mencionadas personas.

Determinados directivos son adjudicatarios del Plan de Opciones sobre Acciones, registrado en la C.N.M.V el 26 de Marzo de 1997 y del Plan Especial de Opciones sobre Acciones, registrado en la CNMV en fecha 31 de Marzo de 1.999.

**VI.2.6. Mención de las principales actividades que las personas citadas ejerzan fuera del Grupo, cuando estas actividades sean significativas en relación con dicho Grupo.**

Las personas mencionadas no ejercen actividades fuera del Grupo que sean en la actualidad significativas en relación con el mismo.

Los miembros del Consejo de Administración de TELE PIZZA, S.A. son, a su vez, Consejeros, de las siguientes Sociedades que cotizan en bolsa:

- D. Pedro Ballvé Lantero – CAMPOFRÍO ALIMENTACION, S.A., TELEFÓNICA, S.A. y BANCO SANTANDER CENTRAL HISPANO, S.A.
- D. Guillermo de la Dehesa – CAMPOFRÍO ALIMENTACION, S.A., UNION FENOSA, S.A., HULLAS DEL COTO CORTES, S.A. y BANCO PASTOR, S.A.

Por otro lado, algunos de los directivos son, a su vez, miembros del Consejo de Administración (o, en el caso de D. Carlos López Casas, persona representante de TELE PIZZA, S.A. cuando ésta es Administrador Único) de sociedades filiales dentro del Grupo a nivel nacional, tal y como se especifica a continuación:

- TELEPIZZA ALGECIRAS, S.L. – son miembros del Consejo de Administración D. Carlos López Casas (Presidente) y D. Salvador Peñarrubia Sánchez (Secretario).
- TELEPIZZA LOGROÑO, S.A. – son miembros del Consejo de Administración D. Carlos López Casas (Presidente), D. Salvador Peñarrubia Sánchez (Secretario) y D. Félix Díez Triguero (Vocal).

- TELEPIZZA FUENLABRADA, S.A. – son miembros del Consejo de Administración D. Carlos López Casas (Presidente) y D. Salvador Peñarrubia Sánchez (Secretario).
- MIXOR, S.A. – son miembros del Consejo de Administración D. Carlos López Casas (Presidente), D. Salvador Peñarrubia Sánchez (Secretario) y D. Félix Díez Triguero (Vocal).
- CIRCOL, S.A. – son miembros del Consejo de Administración D. Carlos López Casas (Presidente), D. Salvador Peñarrubia Sánchez (Secretario) y D. Félix Díez Triguero (Vocal).
- EYDAL, S.A. – son miembros del Consejo de Administración D. Carlos López Casas (Presidente), D. Salvador Peñarrubia Sánchez (Secretario), D. Félix Díez Triguero (Vocal) y D. Alfonso Fernández de Gabriel (Vocal).
- SEDES, S.A. – son miembros del Consejo de Administración D. Carlos López Casas (Presidente), D. Salvador Peñarrubia Sánchez (Secretario) y D. Félix Díez Triguero (Vocal).
- FAWN, S.A. - son miembros del Consejo de Administración D. Carlos López Casas (Presidente), D. Salvador Peñarrubia Sánchez (Secretario) y D. Félix Díez Triguero (Vocal).
- PRENASA PRECOCINADOS NATURALES, S.A. – Administrador Único, TELE PIZZA, S.A. (representada por la persona física de D. Carlos López Casas).
- DELIVERY DELTA, S.A. – Administrador Único, TELE PIZZA, S.A., (representada por la persona física de D. Carlos López Casas).
- LUXTOR, S.A. – Administrador Único, TELE PIZZA, S.A. (representada por la persona física de D. Carlos López Casas).
- TELEPIZZA INSULAR, S.A. – son miembros del Consejo de Administración D. Carlos López Casas (Presidente), D. Salvador Peñarrubia Sánchez (Secretario), D. Gustavo Durán San Román (Vocal) y D. Alfonso Fernández de Gabriel (Vocal).
- MINEÑA, S.L. – Administrador Único, TELEPIZZA INSULAR, S.A. (representada por la persona física de D. Carlos López Casas).

- TELEPIZZA GRANADA, S.A. – son miembros del Consejo de Administración D. Carlos López Casas (Presidente), D. Salvador Peñarrubia Sánchez (Secretario) y D. Alfonso Fernández de Gabriel (Vocal).
- VENDING PIZZA, S.A. – son miembros del Consejo de Administración D. Salvador Peñarrubia Sánchez (Vocal) y D. Gustavo Durán San Román (Vocal), ambos cargos pendientes de inscripción en el Registro Mercantil.
- PIZZA WORLD ESPAÑA, S.L. – Administrador Único, TELE PIZZA, S.A. (representada por la persona física de D. Carlos López Casas).
- TELECOCINA MEDITERRÁNEA, S.L - Administrador Único, TELE PIZZA, S.A. (representada por la persona física de D. Carlos López Casas).
- TELEORIENTAL, S.L. – Administrador Único, TELE PIZZA, S.A. (representada por la persona física de D. Carlos López Casas).
- TELEGRILL, S.L. – Administrador Único, TELE PIZZA, S.A. (representada por la persona física de D. Carlos López Casas).

**VI.3. PERSONAS FÍSICAS O JURÍDICAS QUE, DIRECTA O INDIRECTAMENTE, AISLADA O CONJUNTAMENTE EJERZAN O PUEDAN EJERCER UN CONTROL SOBRE EL EMISOR, Y MENCIÓN DEL IMPORTE DE LA FRACCIÓN DE CAPITAL QUE TENGAN Y QUE CONFIERA DERECHO DE VOTO.**

No existe ninguna persona o grupo de personas físicas o jurídicas que directa o indirectamente, individual o concertadamente ejerzan el control de la Compañía, según el artículo 4 de la Ley de Mercado de Valores.

**VI.4. PRECEPTOS ESTATUARIOS QUE SUPONGAN O PUEDAN LLEGAR A SUPONER RESTRICCIONES O LIMITACIONES A LA ADQUISICIÓN DE PARTICIPACIONES IMPORTANTES EN LA SOCIEDAD POR PARTE DE TERCEROS AJENOS A LA MISMA.**

No existen preceptos estatutarios que supongan o puedan llegar a suponer una restricción o una limitación a la adquisición de participaciones importantes en la Sociedad por parte de terceros ajenos a la misma.

Los accionistas no tienen limitación en cuanto a su derecho a voto.

## VI.5. PARTICIPACIONES SIGNIFICATIVAS EN EL CAPITAL SOCIAL DE LA SOCIEDAD.

Tal y como se ha señalado anteriormente, D. Pedro Ballvé Lantero, D. Fernando Ballvé Lantero, D. Aldo Olcese Santonja, D. José Carlos Olcese Santonja y D. Gustavo Durán San Román (a través de las sociedades por ellos controladas “BITONCE, S.L.”, “CARBAL, S.A.”, y “UNIBALL, S.L.”) son titulares de forma concertada de una participación del 5,39% (9,17 tras la ampliación de capital).

Por otro lado, sólo “HENDERSON INVESTORS LIMITED” y “THE CHASE MANHATTAN BANK N.A.”, han comunicado a la CNMV ostentar una participación significativa en el capital social de la sociedad.

A continuación se incorpora tabla donde, de acuerdo con los Registros Oficiales de la C.N.M.V. y con las comunicaciones realizadas a TELE PIZZA, vienen reflejados los accionistas que ostentan, directa o indirectamente, una participación significativa superior al 5% en el capital de la Sociedad con anterioridad a la ampliación de capital:

ACCIONISTAS	Nº ACCIONES	% CAPITAL SOCIAL
D. Pedro Ballvé Lantero	11.591.560 <sup>4</sup>	5,39%
Henderson Investors Limited	38.744.434 <sup>5</sup>	18,05%
The Chase Manhattan Bank N.A.	54.246.300 <sup>6</sup>	25,27%

Tras la ampliación de capital de la que es objeto el presente Folleto, el esquema de participaciones significativas en la sociedad quedará como sigue

TITULAR	NUMERO DE ACCIONES		PORCENTAJE CAPITAL SOCIAL	
	Directa	Indirecta	Directo	Indirecto
PEDRO BALLVE LANTERO	2.122.989	6.815.912 <sup>7</sup> + 11.591.559 <sup>8</sup> <b>Total: 18.407.471</b>	0,94	8,23
HENDERSON INVESTORS LIMITED	0	38.744.434	0	<b>18,05</b>
THE CHASE MANHATTAN BANK, N.A.	54.246.300	0	<b>25,27</b>	0

<sup>4</sup> Detalle de participación directa e indirecta en el apartado VI.2.1.

<sup>5</sup> Participación indirecta.

<sup>6</sup> Participación comunicada en calidad de persona interpuesta y como custodio global, sin que ninguno de los titulares finales mantenga una participación superior al 5%.

<sup>7</sup> Número de acciones suscritas por D. Fernando Ballvé Lantero, D. Aldo Olcese Santonja, D. José Carlos Olcese Santonja y D. Gustavo Durán San Román, con los que forma grupo concertado.

<sup>8</sup> Acciones de las que son titulares directos BITONCE, S.L., CARBAL, S.A. y UNIBALL, S.L.

## **VI.6. ACCIONISTAS DE LA SOCIEDAD.**

Al ser una Sociedad cotizada en Bolsa, no se tienen conocimientos puntuales de los accionistas de la misma; no obstante, en la Junta General Extraordinaria de Accionistas celebrada el pasado día 28 de febrero de 2000, asistieron en total, entre presentes y representados 5.375 socios, titulares de 87.757.666 acciones, que representan un 40'88% del capital, y en la Junta General Ordinaria de Accionistas celebrada el día 26 de abril de 2000 asistieron en total, entre presentes y representados 2.213 socios, titulares de 93.146.369 acciones, que representan un 43'40% del capital.

## **VI.7. IDENTIFICACIÓN DE LAS PERSONAS O ENTIDADES QUE SEAN PRESTAMISTAS DEL GRUPO, BAJO CUALQUIER FORMA JURÍDICA Y PARTICIPEN EN LAS DEUDAS A LARGO PLAZO, SEGÚN LA NORMATIVA CONTABLE, DE LA MISMA EN MÁS DE UN 20 POR CIENTO, CUANTIFICANDO DICHOS INTERESES EN CADA CASO.**

Las entidades prestamistas del Grupo que representan más de un 20 por ciento sobre el total de deudas a largo plazo son las siguientes: BBV que representa un 28,4% y el Banco Urquijo con un 34,6%.

## **VI.8. EXISTENCIA DE CLIENTES O SUMINISTRADORES CUYAS OPERACIONES DE NEGOCIO CON LA EMPRESA SEAN SIGNIFICATIVAS. SE CONSIDERARÁ EN TODO CASO QUE EXISTEN RELACIONES DE NEGOCIO SIGNIFICATIVAS CUANDO UN MISMO CLIENTE O PROVEEDOR SUPONGA UN 25 POR 100 DE LAS VENTAS O COMPRAS TOTALES DE LA EMPRESA.**

Lógicamente, debido al sector de negocio del Grupo TELEPIZZA, no existe ningún cliente cuyo volumen de operaciones supere el 25% de la cifra de facturación.

Existe un único proveedor que sobrepasa el 25% del total del coste de ventas. Se trata de LUXTOR, S.A., proveedor de queso (principal ingrediente de la pizza en términos de coste) y cuya facturación representó el 31% del total de los consumos del Grupo para el pasado año 1999. Dicha empresa pertenece al grupo TelePizza (participada actualmente al 100% por TELE PIZZA, S.A., información que se amplía en el capítulo VII.1).

## **VI.9. ESQUEMAS DE PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL EN EL CAPITAL DEL EMISOR.**

El Consejo de Administración que se celebró el 20 de Marzo de 1.997, aprobó el Plan Principal de Opciones sobre Acciones a favor de empleados, directores generales y consejeros, así como el Plan Complementario de Opciones sobre Acciones a favor de determinados empleados, ambos correspondientes al año 1.997, estableciendo que el número máximo de acciones de autocartera a dedicar a dichos Planes (Principal más Complementario) sería el de 160.000 (antes del split); a estos efectos, se redactó un Folleto

Informativo que fue debidamente inscrito en los registros oficiales de la CNMV con fecha 26 de Marzo de 1.997, donde vienen reflejados todos los requisitos que han de cumplir los adjudicatarios de dichos Planes, así como los plazos de ejercicio de los mismos, etc. En aplicación de lo dispuesto en La Ley 55/99 de 29 de Diciembre, estos Planes han sido aprobados por la Junta General Ordinaria de Accionistas de fecha 26 de Abril de 2000.

Por otra parte, el Consejo de Administración de fecha 10 de Diciembre de 1998, aprobó el Plan Especial 1999 de Opciones sobre Acciones a favor de determinados Empleados, Plan que fue posteriormente ratificado por la Junta General Ordinaria de Accionistas de fecha 30 de junio de 1999. Se destinaban a dicho Plan un número máximo de acciones de autocartera de 1.286.449 acciones; a estos efectos, se redactó un Folleto Informativo que fue debidamente inscrito en los registros oficiales de la CNMV con fecha 31 de marzo de 1999, donde vienen reflejados todos los requisitos que han de cumplir los adjudicatarios de dicho Plan, así como los plazos de ejercicio de los mismos, etc. En aplicación de lo establecido por la anteriormente citada Ley 55/1999, este Plan Especial 1999 ha sido aprobado por la Junta General Ordinaria de Accionistas de 26 de abril de 2000, habiéndose aprobado, a su vez, modificaciones del mismo referidas a ampliar el colectivo de adjudicatarios, aumentar el número de acciones destinadas al mismo así como mejorar las condiciones de ejercicio para los adjudicatarios y modificar los plazos y tramos de ejercicio previstos.

De conformidad con lo previsto en la Disposición Adicional Decimosexta de la Ley 24/1988, del Mercado de Valores, que ha sido introducida por la Ley 55/1999, por parte de TELE PIZZA se procederá a la presentación a la CNMV de un folleto específico en relación a los Planes de 1997 y al Plan Especial de 1999.

Por último, se hace constar que a la citada Junta General Ordinaria de Accionistas de 26 de abril de 2000, aprobó asimismo un nuevo Plan General de Opciones sobre Acciones 1999-2000. El Plan 1999-2000, se extiende hasta un máximo de 4.293.170 acciones, y se dirige a empleados y miembros del Consejo de Administración de TELE PIZZA. Las condiciones del Plan 1999-2000 serán objeto de comunicación por TELE PIZZA a la CNMV a efectos de su incorporación al registro público de hechos relevantes de la CNMV.

#### **VI.10. RETRIBUCIONES A LOS AUDITORES DE LA SOCIEDAD POR OTROS SERVICIOS DISTINTOS A LOS DE AUDITORÍA.**

Los Auditores actuales, Ernst & Young, además de las retribuciones estipuladas por su auditoría, durante el año 1999 han recibido las siguientes cantidades por los conceptos que a continuación se expresan (I.V.A. incluido):

- Revisiones de estados financieros relativas a inversiones – 16.971.480.- Pesetas.
- Informes requeridas por la normativa vigente en relación con la adopción de acuerdos por los órganos sociales – 580.000.- Pesetas.
- Revisiones de procedimientos administrativos – 1.740.000.- Pesetas.

## **CAPÍTULO VII**

### **EVOLUCIÓN RECIENTE Y PERSPECTIVAS DEL EMISOR**

## **CAPÍTULO VII**

### **EVOLUCIÓN RECIENTE Y PERSPECTIVAS DEL EMISOR**

---

#### **VII.1. EVOLUCION DE LOS NEGOCIOS Y TENDENCIAS MÁS RECIENTES**

El Grupo TelePizza, mantiene sus perspectivas de crecimiento para los próximos años. Dicho crecimiento provendrá básicamente de las siguientes líneas:

##### **a) Crecimiento en España:**

El sector de “fast food” sigue siendo uno de los segmentos más dinámicos de la economía, con previsiones de tasas de crecimiento de dos dígitos para los próximos años. Esta situación será aprovechada por el Grupo con distintas estrategias:

##### **➤ Segmento de la Pizza:**

El Grupo seguirá manteniendo su posición de liderazgo con innovaciones en cuanto a productos (nuevas variedades de pizza y complementos) y nuevos canales de venta. Las aperturas se materializarán en localidades nuevas con oferta completa de pizzas, hamburguesas y bocadillos.

##### **➤ Otros segmentos:**

La diversificación constituye una gran oportunidad de crecimiento para el Grupo. En la mayoría de las tiendas TelePizza, se ofrecerán en el año 2000, junto a la pizza, hamburguesas, bocadillos, sándwiches y perritos calientes, (a través de las denominadas estaciones mixtas que se mencionan en el Capítulo IV.2.5 del presente Folleto) productos que en conjunto suponen el 93,6% en valor del mercado de “fast food”. Gracias a la imagen de marca de TelePizza y al número de tiendas con que cuenta la cadena en España, la introducción de estos nuevos productos supondrá una rápida e importante penetración en estos segmentos. En el año 1999 se abrieron 10 tiendas con estaciones mixtas, que a fecha 31 de Marzo de 2000 se convirtieron, entre propias y franquicias, en un total de 170. Se tiene previsto tener instaladas dichas estaciones mixtas, a fecha 31 de diciembre de 2000, en un total de 380 tiendas, entre propias y franquicias. El coste medio de las estaciones mixtas, entre maquinaria e instalación, es de entre 2 y 2,5 millones de pesetas por tienda. (Ver Capítulo IV.2.5).

**b) Crecimiento en Internacional:**

El área internacional, cada vez tiene un mayor peso en las actividades del Grupo y a futuro su peso relativo se acentuará tanto a nivel de ventas como, sobre todo, de resultados.

El año 2000 supondrá la consolidación de los mercados abiertos en 1999, (Francia, Reino Unido y Marruecos), se obtendrán resultados positivos del esfuerzo inversor del Grupo en México y Polonia, y se continuará creciendo en el resto de países.

Adicionalmente, se seguirán analizando oportunidades de negocio en nuevos países.

**c) Mejoras en la eficiencia:**

El Grupo está trabajando en un análisis completo de la cadena de valor, identificando áreas de mejora que puedan reportar un incremento del valor añadido que generan las actividades del Grupo y por tanto una mayor rentabilidad.

**d) TelePizza en Internet:**

El Grupo TelePizza cuenta con una serie de activos que lo sitúan en una posición excelente para iniciar negocios en la red, con una inversión mínima y sin afectar al negocio tradicional:

- Presencia en 8 países (México, Portugal, Polonia, Francia, Chile, Reino Unido y Marruecos además de España), contando con un total de 767 establecimientos de los cuales 512 se encuentran situados en España, y con una cobertura de 21.200.000 viviendas.
- Confianza: los consumidores están habituados a recibir en casa los productos de TelePizza.
- Fuerte imagen de marca.
- Cerca de 9 millones de números de teléfono de consumidores con un perfil muy similar al del Internauta. Según una encuesta independiente referida a España, en torno a un 17% de los clientes de TelePizza son actualmente internautas, mientras que a nivel nacional esta tasa se encuentra en el 8%.
- Forma de pago: Uno de los mayores inconvenientes del comercio electrónico desde el punto de vista del consumidor es el pago con tarjeta. TelePizza supera esta barrera gracias a su capacidad para gestionar el pago en efectivo contra entrega.
- Publicidad: Las actividades que el Grupo realiza actualmente, se pueden aprovechar parcialmente para esta nueva línea de negocio (anuncios en Televisión y los más de 660 millones de cupones repartidos al año)

➤Logística: El Grupo tiene capacidad para llegar a 21.200.000 viviendas, gracias a su red de más de 14.000 motos (con una tasa de utilización del 19%, que implica más de 32 millones de horas de reparto no utilizadas al año). Por otra parte, en España y Portugal el Grupo cuenta con una compañía de transportes que realiza el suministro a las tiendas entre dos y tres veces a la semana, lo que supone una capacidad de reparto y un aprovechamiento de la estructura fija que representa un potencial muy elevado para esta línea de negocio.

Los proyectos que actualmente se están estudiando son:

➤E-commerce de productos de conveniencia: TelePizza ha formalizado un Acuerdo de Intenciones con Terra Networks, S.A. con el objeto de fijar las Bases para la firma de un Contrato de colaboración y la constitución de una sociedad que, participada por cada una de las partes en un 50%, desarrollará la actividad de comercialización, a través de redes de comunicación tales como Internet y telefonía, de productos de conveniencia (libros, vídeos, CD's, tarjetas prepago, productos de entretenimiento, etc.) con distribución y entrega en plazos de entre una y veinticuatro horas.

El mencionado Acuerdo de Intenciones se ha formalizado en consideración a la respectiva aplicación y aportación al proyecto conjunto de los conocimientos en materia de redes de comunicación y del entorno Internet que son propias de Terra Networks, S.A., y de la experiencia y know how de TelePizza, en materia de recepción y tratamiento de pedidos, logística, almacenamiento, cartera de clientes y marketing directo.

El Acuerdo de Intenciones prevé asimismo la designación de las entidades Andersen Consulting y Crédit Suisse First Boston a efectos del desarrollo del proyecto y del diseño del Plan de Negocio de la nueva Sociedad, así como la participación de la compañía perteneciente al Grupo Telefónica, ATENTO, S.A., en la prestación de los servicios de telemarketing y atención telefónica (call-center) para el nuevo proyecto y para la actividad actual del Grupo TelePizza.

De acuerdo con lo previsto en el Acuerdo de Intenciones, con fecha 26 de abril de 2000, ATENTO, S.A. adquirió una participación accionarial del 4,89% del capital social actual de Tele Pizza a un precio de 9,32 euros por acción.

➤Sin perjuicio de lo anterior, TelePizza tiene previsto el desarrollo de un portal propio orientado a consumidores con un perfil similar al de sus clientes actuales.

La suma de todas estas áreas de actividad se estima que podrá proporcionar al Grupo altas tasas de rentabilidad y de crecimiento para los próximos años. A día de hoy se está en fase de definición del Plan de Negocio de este proyecto.

### **Inversiones en los años 2000, 2001 y 2002.**

El Grupo TELEPIZZA tiene previsto realizar unas inversiones totales de unos 11.000 millones de pesetas en el año 2000 (el desglose de estas inversiones viene especificado en el Capítulo IV.5.2 del presente Folleto).

En relación con los años 2001 y 2002 se tienen previsto realizar unas inversiones de entre 6.000 y 8.000 millones de pesetas en cada año.

### **Resultados Primer Trimestre de 2000.**

El beneficio neto del Grupo Telepizza ascendió a 1.140 millones de pesetas en el primer trimestre del presente ejercicio, lo que representa un crecimiento del 15'5% frente al mismo período del año anterior, resultado superior a las previsiones de la compañía para este trimestre (Ver Capítulo 0 del presente Folleto). Dicho porcentaje refleja una aceleración del crecimiento del beneficio neto del Grupo por cuanto el incremento del resultado neto durante el cuarto trimestre del '99 fue del 10'3% respecto al mismo período del '98.

Telepizza ha obtenido estos resultados tras incrementar un 23'9% el importe neto de la cifra de negocio hasta los 13.681 millones de pesetas frente a los 11.040 millones de pesetas logrados entre enero y marzo del ejercicio anterior.

Asimismo, las ventas de la cadena integradas en el Grupo Telepizza (venta al consumidor de tiendas propias y franquicias) ascendieron a 6.946 millones de pesetas entre enero y marzo del presente año, un 14'9% por encima de los 14.743 millones de pesetas alcanzados en el mismo periodo del ejercicio anterior.

## **VII.2. PERSPECTIVAS DE LA ENTIDAD EMISORA.**

En aplicación de lo dispuesto por la Orden Ministerial de 12 de Julio de 1993, por la que se desarrolla el Real Decreto 291/1992, de 27 de marzo, se hace constar expresamente que el contenido de este apartado se refiere a estimaciones o perspectivas susceptibles de ser realizadas o no.

### **VII.2.1.Perspectivas Operativas Financieras.**

(Ver capítulo de inversiones IV. 5.3.)

El Grupo TELEPIZZA continuará con la política comercial mantenida hasta la actualidad. Así, por ejemplo, en política de precios, se ha fijado como principal reto ofrecer a sus clientes la mejor relación calidad/precio del mercado de reparto de pizza a domicilio. Continuará con sus políticas de investigación y desarrollo continuo de nuevos productos.

Por otro lado, “Telepizza” trabajará en posicionarse como una compañía que ofrece un producto de calidad, sano y con un precio en línea con el mercado, satisfaciendo las necesidades de los clientes (precio/promoción/producto/marca).

**Orientación de los Segmentos de clientes a**

**Características**

Producto

- \* Les gustan los locales.
- \* Equilibrio entre consumo rápido en hogar fuera\* \*
- \* Reunión con amigos.

Precio

a) Absoluta

- \* Comida rápida y ligera
- \* Les gusta el fast-food
- \* Reunión con amigos

b) Relativa

- \* Comidas pensadas
- \* La pizza es sana
- \* Consumo en hogar
- \* No les gusta cocinar

Promoción

- \* Les gustan los locales
- \* Consumo en grupo
- \* Les gusta la comida fast-food

Marca

- \* Cocinan en casa
- \* No les gusta el fast-food
- \* Consumo en hogar

**VII.2.2.Política de Dividendos.**

La compañía tratará de financiar su crecimiento a medio plazo hasta donde sea posible con recursos propios, por lo que se considera la capitalización de la totalidad de los beneficios como la alternativa más atractiva para el accionista, ya que, la rentabilidad esperada de un valor de crecimiento debe provenir de su revalorización más que por dividendos.

El análisis comparativo entre la rentabilidad de las inversiones realizadas y el coste medio del capital demuestra que la reinversión de los beneficios es una de las mejores alternativas posibles para el accionista, sobre todo durante la etapa de fuerte crecimiento que está viviendo actualmente la compañía.

Creemos por tanto, que la creación de valor que se obtiene reinvertiendo los beneficios compensa holgadamente la renuncia a los dividendos.

### **VII.2.3. Política de Inversiones.**

La política de inversiones que tiene proyectada el Grupo TELEPIZZA radica en la ampliación de la red de establecimientos, tanto en territorio nacional como fuera de él, con el fin de llegar a un mayor número de consumidores.

En la misma medida está proyectada la realización de las mejoras necesarias para que sus centrales de abastecimiento puedan cubrir con idéntica eficacia el mayor número de establecimientos con el que se espera contar.

### **VII.2.4. Política de Endeudamiento.**

A pesar del esfuerzo inversor adicional realizado en los últimos años con la adquisición del proveedor de queso y de varias empresas que poseían franquicias, entre otros, la generación de fondos durante el ejercicio unido a las líneas de crédito concedidas, ha permitido al grupo acometer dichas inversiones en la apertura de nuevos establecimientos.

Se espera para ejercicios posteriores mantener un equilibrio a pesar del esfuerzo inversor que el grupo prevé acometer.

### **VII.2.5. Financiación.**

La compañía prevé que las futuras inversiones en activos fijos podrán financiarse, en la medida en que esto sea posible, con los recursos generados en dichos años.

### **VII.2.6. Política de amortizaciones.**

De acuerdo con la ley 37/1998 de 16 de Noviembre que modificó el artículo 194 de la Ley de Sociedades Anónimas en el sentido de ampliar a un plazo de 20 años el período máximo de amortización de los fondos de Comercio, el Grupo ha ampliado en el ejercicio 1999, de 10 a 20 años el plazo de amortización de los fondos de Comercio generados en las adquisiciones efectuadas al considerar que es el período en el que las inversiones correspondientes contribuyen a la generación de beneficios.

En el resto de activos se prevé que la política de amortizaciones seguida por el Grupo no experimente modificación alguna, ya que se ajusta adecuadamente a la depreciación efectiva de sus inmovilizados.