



AZKOYEN, S.A.
Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

INFORME DE GESTIÓN
INTERMEDIO DEL PERIODO TERMINADO EL
30 DE SEPTIEMBRE DE 2010



Índice Informe de Gestión

1.	<i>Evolución de los negocios en el tercer trimestre de 2010</i>	3
1.1	<i>Información financiera relevante</i>	3
1.2	<i>Análisis de los resultados</i>	4
1.3	<i>Evolución de las ventas por línea de negocio</i>	5
2.	<i>Principales perspectivas</i>	7



1. Evolución de los negocios en el tercer trimestre de 2010

Los hechos más importantes acontecidos en el tercer trimestre de 2010 han sido los siguientes:

- La materialización, el 29 de Julio de 2010, del acuerdo de venta de la división de café, AHOSA, a Grupo Leche Pascual, por 33 millones de euros. La plusvalía obtenida con esta operación ha ascendido a 20 millones de euros, que permiten compensar ampliamente las pérdidas extraordinarias reflejadas en el primer semestre de forma que los beneficios acumulados antes de impuestos han ascendido a 8,8 millones de euros.

- La reducción de la deuda financiera neta del Grupo Azkoyen (como consecuencia de la operación mencionada en el apartado anterior) que ha pasado de suponer 93,6 millones de euros al 30/09/09 a 55,6 millones al cierre del tercer trimestre de 2010, lo que supone una reducción del 42%.

Para una interpretación adecuada del presente Informe de Gestión debe tenerse en cuenta que, salvo que esté expresamente indicado, las operaciones de ingresos y gastos correspondientes a la actividad de "Café y consumibles" se presentan incluidas dentro de la información financiera que aparece a lo largo de este Informe, y que las mismas han afectado en 2010 a un periodo de 7 meses, aproximadamente, frente a los 9 meses de 2009.

1.1 Información financiera relevante

Los datos más relevantes del Grupo Azkoyen procedentes de las operaciones tanto continuadas como discontinuadas para el tercer trimestre de 2010, comparados con el de 2009, se reflejan en el cuadro siguiente:

CONCEPTO	30/9/2010	30/9/2009	VARIACIÓN
Importe Neto de la Cifra de Negocios ⁽¹⁾	101.002	123.982	-18,5%
Importe Neto de la Cifra de Negocios Ajustada ⁽²⁾	83.219	99.033	-16,0%
Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) ⁽³⁾	7.121	13.645	-47,8%
Resultado Neto de Explotación (EBIT) antes de la variación de la provisión de insolvencias, de pérdidas por deterioro y de la plusvalía por la venta del negocio de AHOSA	-1.934	4.172	-146,4%
Resultado antes de Impuestos ⁽⁴⁾	8.805	-1.297	778,9%
Resultado después de Impuestos ⁽⁴⁾	2.931	-1.394	310,3%
Numero medio de personas empleadas	984	1.069	-23,4%

Datos: en miles de euros

(1) Incluye las ventas correspondientes al negocio de "AHOSA" (7 meses en 2010; 9 meses en 2009)

(2) Excluidas las ventas correspondientes al negocio de "AHOSA".

(3) Equivale al Resultado de Explotación antes de amortización, de variación de provisión para insolvencias, de pérdidas por deterioro y de la plusvalía por la venta del negocio de AHOSA.

(4) Ver ajustes excepcionales en apartado 1.2 "Análisis de los resultados" en este mismo Informe de Gestión.



1.2 Análisis de los resultados

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, durante los primeros 9 meses de 2010 el "Resultado después de Impuestos" arroja un beneficio de 2.931 miles de euros. Para su correcta interpretación deben considerarse los siguientes hechos:

- La actividad de 'Café y Consumibles' de AHOSA cesó el pasado mes de julio de 2010 reflejando una plusvalía en el Grupo Azkoyen de 20.521 miles de euros, sin descontar el efecto impositivo.
- En cuanto a la distribución de la cifra de negocios por áreas geográficas, cabe destacar que las ventas a los mercados exteriores representan, a 30 de septiembre de 2010, el 69,9% del total de la cifra de ventas, frente al 67,0% del mismo periodo del ejercicio 2009, suponiendo un incremento del 2,9%.
- Los Administradores del Grupo Azkoyen decidieron, en el primer semestre de 2010, revisar en profundidad los planes de negocio y las proyecciones financieras de todas las empresas del Grupo. Como consecuencia de la mencionada revisión, se constató que no se estaban cumpliendo las expectativas de resultados de los negocios de Primion y Coffetek en base a las cuales dichas sociedades fueron adquiridas en el ejercicio 2008, motivo por el cual se registraron unos deterioros excepcionales en los citados negocios que supusieron unas pérdidas de 6,6 millones de euros (3 millones de euros corresponden a "Coffetek" y 3,6 millones de euros a "Primion").
- De la misma manera, los Administradores del Grupo revisaron las previsiones de generación de bases imponibles para los próximos años de las sociedades españolas que tributan en régimen de consolidación fiscal en Navarra, las cuales están vinculadas a la recuperación de los "créditos fiscales" que habían sido activados por el Grupo en los ejercicios 2005 y anteriores. Como consecuencia de dicho análisis se pusieron de manifiesto la necesidad de cancelar créditos fiscales (que han supuesto un efecto negativo en los "Resultados después de Impuestos") por importe de 5,4 millones de euros.
- En el primer trimestre de 2010 el Grupo ha llevado a cabo una reestructuración de personal que ha supuesto un coste de 1.347 miles de euros.

Respecto a la evolución de los resultados ordinarios, éstos se han visto seriamente afectados por la situación de un entorno económico muy desfavorable, si bien, se observa una tendencia de mejora en el "Resultado Bruto de Explotación (EBITDA)" a lo largo del ejercicio, tal y como se muestra a continuación:

CONCEPTO	1 ^{er} Trimestre 2010	2 ^o Trimestre 2010	3 ^{er} Trimestre 2010	Acumulado al 30/09/2010
Ventas ⁽¹⁾	36.876	36.481	27.645	101.002
EBITDA ⁽²⁾	2.055	2.338	2.729	7.122
% EBITDA /Ventas	5,6%	6,4%	9,9%	7,1%

Datos: en miles de euros

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

(2) Equivale al Resultado de Explotación antes de amortización, de variación de provisión para insolvencias, de pérdidas por deterioro y de la plusvalía por la venta del negocio de AHOSA.

Esta mejora en la rentabilidad bruta del Grupo viene derivada del fuerte control, que en todas las áreas de negocio se viene manteniendo sobre todos los gastos estructurales. En el año transcurrido entre 30/09/09 y 30/09/10 los mismos han pasado de suponer un 46,4% sobre ventas a un 42,6%, incluyendo los 1.347 miles de euros de indemnizaciones.



Gracias a la mejora en el control de riesgos y a la aplicación de políticas comerciales conservadoras, la morosidad también ha tenido una notable reducción entre las fechas mencionadas en el párrafo anterior, pasando de suponer un 0,5% a un 0,3% de la facturación.

La positiva evolución de la deuda financiera neta también ha permitido una reducción de los gastos financieros, pasando éstos de 4,8 millones de euros en los primeros 9 meses de 2009 a 2,8 millones en el mismo periodo de 2010.

1.3 Evolución de las ventas por línea de negocio

CONCEPTO	30/9/2010	30/9/2009	VARIACIÓN
Máquinas Expendedoras	25.343	27.184	-6,8%
Medios de Pago Electrónicos	25.625	29.837	-14,1%
Sistemas Electrónicos de Seguridad	32.251	42.012	-23,2%
SUBTOTAL	83.219	99.033	-16,0%
Café y Consumibles (1)	17.783	24.949	-28,7%
TOTAL	101.002	123.982	-18,5%

Magnitudes consolidadas (en miles de Euros)

(1) Ventas correspondientes al negocio de "AHOSA": 7 meses en 2010; 9 meses en 2009.

Máquinas Expendedoras: Tabaco y Vending

El volumen de ventas de máquinas expendedoras (de tabaco y vending conjuntamente), ha experimentado un descenso del 6,8% en comparación con la cifra del año anterior:

Tabaco

En máquinas expendedoras de tabaco, la reducción con respecto al ejercicio anterior ha sido del 13,4%, debido principalmente a la evolución negativa en los mercados internacionales, donde ha habido un retroceso del 34,7%. En el mercado nacional sin embargo se ha producido un incremento del 50,2% con respecto a 2009.

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

En la actualidad, la denominada nueva "Ley del Tabaco" (que va a modificar la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, reguladora, entre otras cosas, de la venta, suministro, consumo y publicidad de los productos del tabaco) se encuentra en sus últimos trámites parlamentarios. La Dirección del Grupo confía en que su aprobación disipará por completo el elevado grado de incertidumbre que existe en el sector, lo que unido a la posibilidad de instalación de máquinas expendedoras en tiendas de conveniencia, permitirá una mejora adicional de las ventas de esta línea de negocio en 2011.

Vending

En el negocio de vending la reducción de ventas ha sido del 1,7% debido a la fuerte incidencia de la crisis económica en este sector, al tratarse de un negocio que, principalmente, se desarrolla en los grandes centros de trabajo donde se ha producido una pérdida de empleo muy importante, principalmente en España, que afecta directamente a la utilización y reposición o sustitución de máquinas de vending.



Por mercados cabe destacar la buena marcha de las ventas en el Reino Unido (donde nuestra marca Coffetek está mostrando una fuerte capacidad de penetración) y la apertura de interesantes canales comerciales en el Este Europeo e incipientemente en Sudamérica. En el otro lado de la balanza se encuentra el mercado nacional donde continúa una fuerte atonía general, en buena parte originada por los altos niveles de desempleo arriba mencionados.

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

Las ventas han disminuido un 14,1% respecto al año anterior, habiéndose producido un cambio en el comportamiento de los mercados donde nuestros productos tienen mayor participación: medios de pago para máquinas recreativas (Ampasa) y medios de pago para máquinas de vending (Coges):

Ampasa

Hasta el final del primer semestre de 2009 el comportamiento del sector del recreativo fue bueno. Sin embargo, a consecuencia de la crisis económica, a partir del segundo semestre de 2009 se produjo una ralentización de la actividad de este mercado, continuando a la baja durante el 2010. Los esfuerzos de la compañía para revertir la situación se centran en la introducción de nuevos productos (especialmente relacionados con la billética) tanto en los segmentos de recreativo (presentación en Feria Interazar - Madrid) como en automatización de servicios.

Coges

Si bien el Mercado Europeo de vending se ha comportado negativamente en estos meses, nuestra empresa italiana de medios de pago para vending, Coges, ha tenido una evolución muy positiva en ventas del 22,2% por la gran aceptación en el mercado de su amplia gama de productos "cashless" y de "telemetría" en ambos casos con tecnología propia.

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

Sistemas Electrónicos de Seguridad: Primion

La compleja situación de la economía ha seguido influyendo negativamente en el nivel de inversión del sector industrial. Esto ha traído consigo, de forma directa, una ralentización en la demanda de nuevos proyectos y, así mismo, un diferimiento en la aprobación y puesta en marcha de los que ya estaban adjudicados en ejercicios anteriores. En consecuencia, las ventas acumuladas al final del tercer trimestre de 2010 han experimentado un descenso del 23,2% sobre las del mismo periodo del año anterior, lo que penaliza de forma muy sustancial los resultados de la totalidad del Grupo Azkoyen.

No obstante, la economía alemana, principal mercado de la empresa, ha continuado su línea de crecimiento en el tercer trimestre del año, motivado por el impulso de la demanda externa, del consumo doméstico y de la inversión pública, lo que ya ha producido una ligera mejoría en la cartera de pedidos.

En el terreno operativo se continúa con la implantación de un plan de racionalización y ahorro de costes y se continúa consolidando la actividad en la sede central de Stetten a.k.M. tras el cierre de las oficinas de Nuremberg y la integración de la actividad de Jans Sicherheitssysteme. Así mismo, estamos revisando los procesos de negocio e implantando una nueva estructura comercial más eficaz con el fin de invertir la tendencia negativa de sus resultados.



Café y Consumibles: Ahosa

Con fecha 29 de julio de 2010 fue vendida la división de Café y Consumibles de AHOSA a Grupo Leche Pascual, reflejando una plusvalía en el Grupo Azkoyen de 20 millones de euros, sin descontar el efecto impositivo.

En esta fecha se formalizó la escritura de transmisión de las acciones representativas del total capital social de AZKOYEN HOSTELERÍA, S.A. (AHOSA, negocio del café) a GRUPO LECHE PASCUAL, S.A. El precio satisfecho por GRUPO LECHE PASCUAL, S.A. a AZKOYEN, S.A. ascendió a 33 millones de euros de los que 25 millones se han destinado a la amortización anticipada del endeudamiento bancario a largo plazo del Grupo AZKOYEN, S.A.

2. Principales perspectivas

Coincidiendo con la operación de venta del negocio de Café y Consumibles de AHOSA, en septiembre y contando con la firma consultora Price Waterhouse Coopers, se ha puesto en marcha un proyecto de reorganización interna del Grupo, dentro del marco del nuevo plan estratégico y de negocio de sus tres principales áreas de actividad: máquinas expendedoras, medios de pago electrónicos y sistemas integrados de seguridad, control de accesos y control de presencia.

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

Adicionalmente y como una acción específica para Primion, en el tercer trimestre se han iniciado los cambios planificados en el Consejo de Supervisión de Primion, con el objetivo de ejercer, en primer lugar, un mayor control sobre esta sociedad y, a continuación, potenciar el desarrollo comercial y tecnológico de la empresa.