

**FOLLETO INFORMATIVO COMPLETO**  
**AMPLIACIÓN DE CAPITAL POR LA EJECUCIÓN DEL**  
**PLAN DE OPCIONES SOBRE ACCIONES**

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

**El presente folleto informativo completo ha sido inscrito en los registros oficiales de la C.N.M.V. con fecha de 19 de Abril de 1.999**

## **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.**

El Consejo de Administración de fecha 17 de Marzo de 1.998 aprobó por unanimidad facultar expresamente al Sr. Presidente, D. Leopoldo Fernández Pujals, así como al Secretario, D. José Ortiz Martínez, para que cualquiera de ellos, indistintamente, firmen cuantos documentos públicos y privados fueran necesarios, así como para que comparezcan y procedan a la redacción, modificación, y, en su caso, subsanación del Folleto Informativo.

Este Folleto Informativo es firmado por el Secretario del Consejo de Administración de Tele Pizza, S.A., D. José Ortiz Martínez, provisto de D.N.I. nº 693.857, con domicilio en El Soto de la Moraleja (Alcobendas-Madrid), calle Azalea, nº 1 y como representante de la misma, asume la responsabilidad del contenido de este Folleto, manifestando que, a su juicio, los datos e informaciones contenidos en el mismo son conforme a la realidad y que no se ha omitido ningún hecho susceptible de alterar su alcance.

Las Escrituras que acreditan las facultades del firmante ya fueron presentadas y depositadas en la Comisión Nacional del Mercado de Valores con motivo de la Oferta Pública de Venta, no habiendo sufrido las mismas ningún tipo de modificación.

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

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

Esto Folleto Informativo tiene naturaleza de Folleto Completo, y ha sido redactado de conformidad con el Artículo 27 R.D. 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.

La verificación positiva, y el consiguiente 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 ofrecidos.

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

Los ejercicios cerrados el 31 de Diciembre de los años 1.996, 1.997 y 1.998 han sido auditados sin salvedades por la firma “Ernst & Young, S.A.”, 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.).

Las Cuentas Anuales consolidadas e informe de Gestión consolidado de TELE PIZZA, S.A. y sociedades dependientes correspondientes a los ejercicios cerrados el 31 de Diciembre de los años 1.996, 1.997 y 1.998 han sido auditadas sin salvedades por la firma “Ernst & Young, S.A.”, 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 copia de las Cuentas Anuales e Informes de Gestión, individuales y consolidados, correspondientes al ejercicio cerrado el 31 de Diciembre de 1.998, auditadas por la citada firma (pendientes de aprobación por la Junta General de Accionistas) y copia del informe de Auditoría

## **CAPÍTULO II**

### **LA OFERTA PÚBLICA Y LOS VALORES NEGOCIABLES**

#### **OBJETO DE LA MISMA**

## **CAPÍTULO II**

### **LA OFERTA PÚBLICA Y LOS VALORES NEGOCIABLES**

#### **OBJETO DE LA MISMA**

---

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

##### **II.1.1. Acuerdo de emisión**

La Junta General Ordinaria de Accionistas de TELE PIZZA, S.A., celebrada el día 8 de Mayo de 1.998, adoptó entre otros, los siguientes acuerdos:

*TERCERO.- Modificación del valor nominal de todas las acciones en circulación representativas del Capital Social, de las 100 pesetas actuales a la cifra de 5 pesetas de valor nominal por acción, con emisión de nuevas acciones. Delegación en el Consejo de Administración de facultades para su completa ejecución, incluidas la solicitud a las Bolsas de Valores de la exclusión de cotización de las acciones en circulación y la admisión a cotización de las nuevas acciones que se emitan, así como la solicitud al Servicio de Compensación y Liquidación de Valores de la baja en el Registro Contable de Anotaciones en Cuenta de las acciones de 100 pesetas de valor nominal y el alta de las acciones de 5 pesetas de nuevo valor nominal. Modificación del artículo 5º de los Estatutos Sociales.*

*La Junta acuerda modificar el valor nominal de las 10.732.925 acciones en circulación representativas del Capital Social, de las 100 pesetas actuales a la cifra de 5 pesetas de valor nominal por acción, con emisión de 214.658.500 nuevas acciones.*

*Por otra parte, y para conseguir una mayor agilidad, la Junta acuerda la delegación en el Consejo de Administración de la Sociedad de cuantas facultades sean necesarias para la completa ejecución de esta propuesta, incluidas la solicitud a las Bolsas de Valores de la exclusión de cotización de las acciones en circulación y la admisión a cotización de las nuevas acciones que se emitan, así como la solicitud al Servicio de Compensación y Liquidación de Valores de la baja en el Registro Contable de Anotaciones en Cuenta de las acciones de 100 pesetas de valor nominal y el alta de las acciones de 5 pesetas de nuevo valor nominal.*

*Por último la Junta aprueba la modificación del Artículo 5º de los Estatutos Sociales, que quedaría redactado de la siguiente manera:*

*“Artículo 5º.- Capital Social*

*El capital social está fijado en 1.073.292.500 (MIL SETENTA Y TRES MILLONES DOSCIENTAS NOVENTA Y DOS MIL QUINIENTAS) pesetas, representado por 214.658.500 acciones nominativas, de cinco (5.-) pesetas de valor nominal cada una, numeradas correlativamente de la 1 a la 214.658.500, ambas inclusive, todas ellas totalmente suscritas y desembolsadas.”*

*CUARTO.- Acuerdo de ampliación de Capital, hasta un máximo del 1% del Capital Social, con exclusión del derecho de suscripción preferente, mediante emisión de nuevas acciones de la misma clase y con*

*los mismos derechos políticos y económicos. Delegación en el Consejo de Administración de facultades para su completa ejecución, de conformidad con los límites previstos en el artículo 153.1 a) y concordantes de la Ley de Sociedades Anónimas, para dar cumplimiento al Plan de Opciones sobre Acciones a favor de Empleados y Consejeros como compensación para el ejercicio 1.998. Validez de la suscripción, aunque fuera incompleta, conforme a lo establecido en el artículo 161 de la Ley de Sociedades Anónimas. Autorización para solicitud de cotización en Bolsa de las acciones suscritas. Modificación del artículo 5º de los Estatutos Sociales, delegada conforme al artículo 153.2 de la Ley de Sociedades Anónimas.*

*La Junta acuerda ampliar la cifra de Capital Social de la Sociedad hasta un máximo del 1% del mismo, es decir, por un valor nominal máximo de 10.732.925.- Pesetas, mediante la emisión y puesta en circulación de un máximo de 107.329 nuevas acciones (que se convertirán en un máximo de 2.146.585 acciones tras la efectividad del split), con los mismos derechos políticos y económicos que todas las demás.*

*Estas nuevas acciones serán destinadas a dar cumplimiento al Plan de Opciones sobre Acciones a favor de Empleados y Consejeros, quienes serán los únicos suscriptores de las acciones a emitir, como compensación para el ejercicio 1.998, en los términos y condiciones aprobados por el Consejo de Administración de la sociedad de fecha 17 de Marzo de 1.998.*

*El precio de suscripción de las acciones será el precio medio de cotización bursátil de los 30 días naturales anteriores a la celebración de la presente Junta General Ordinaria de Accionistas, esto es, 21.684.- pesetas por acción.*

*No obstante lo anterior, y debido a que en el punto del Orden del Día anterior se ha acordado una modificación del valor nominal de las acciones actualmente existente, mediante la emisión de nuevas acciones (split), el precio medio de cotización bursátil de los 30 días anteriores se verá plenamente afectado, adecuándolo en el mismo porcentaje sufrido por el valor nominal de las nuevas acciones en comparación con el valor nominal de las antiguas. Por ello, y para el caso de que el split fuera efectivo antes de la suscripción, el precio de dicha suscripción quedaría definitivamente fijado en la cantidad de 1.084.- pesetas por acción.*

*Al tratarse de una operación de interés social, se acuerda la supresión total del derecho de suscripción preferente para este Aumento de Capital Social, tal y como ya se previno en la Junta General Ordinaria celebrada el 6 de junio de 1.997.*

*Los gastos de la emisión serán de cargo de la Sociedad.*

*La Junta de Accionistas acuerda delegar en el propio Consejo de Administración todas las facultades necesarias para la completa ejecución del acuerdo de este Aumento de Capital y para la fijación de las condiciones del acuerdo en todo lo no previsto por ésta, antes del plazo máximo de un año, de conformidad con lo previsto en el artículo 153.1 a) y concordantes de la Ley de Sociedades Anónimas. Asimismo, se faculta al Consejo de Administración, con las más amplias facultades, para solicitar la verificación y registro de la emisión y la admisión a cotización y negociación en Bolsa de las nuevas acciones procedentes de la ampliación, suscribiendo todo tipo de documentos públicos o privados y realizando cuantas actuaciones fueran necesarias.*

*Dada la dificultad existente en concretar en estos momentos el número exacto de acciones que serán suscritas en esta Ampliación de Capital, siempre teniendo en cuenta el límite del 1% del capital social, se considerará válida dicha Ampliación en caso de que se produzca una suscripción incompleta, a los efectos de lo dispuesto en el artículo 161 de la Ley de Sociedades Anónimas.*

*Por último, de conformidad con el artículo 153.2 de la Ley de Sociedades Anónimas, la Junta acuerda que sea el Consejo de Administración el que, una vez ejecutada y suscrita la ampliación de capital acordada, proceda a dar nueva redacción al artículo 5º de los Estatutos Sociales, relativo al capital social, para ajustarlo a la nueva realidad social*

## **II.1.2. Acuerdo de Autorización al Consejo de Administración para que diseñe y formule un Plan de Opciones sobre Acciones a favor de Empleados y Consejeros como compensación para el ejercicio 1.998.**

D) La Junta General de Accionistas de TELE PIZZA, S.A., celebrada el 6 de Junio de 1.997, adoptó entre otros, el siguiente acuerdo:

*QUINTO.- Autorización al Consejo de Administración para que diseñe y formule un plan de opciones sobre acciones a favor de empleados y consejeros como compensación para el ejercicio 1.998, el cual se realizará, bien a través de un aumento de capital con exclusión del derecho de suscripción preferente, según lo previsto en el artículo 159 y concordantes de la ley de sociedades anónimas, y que será en su momento sometido a la junta general de accionistas para su aprobación, y/o, en su caso, a través de acciones en autocartera.*

### Propuesta Aprobada:

*Dado el éxito que ha tenido entre los empleados el Plan de Opciones propuesto para este Ejercicio 1.997, el Consejo de Administración ha decidido proponer a la Junta el desarrollo de un nuevo Plan para 1.998, en el convencimiento de que la concesión de Opciones incrementa de forma significativa el grado de motivación de directivos y empleados, contribuyendo al objetivo corporativo de maximizar el valor para los accionistas de TELE PIZZA, S.A..*

*Para la cobertura del Plan de Opciones, cuya aprobación se propone a la Junta, el Consejo ha seleccionado dos alternativas: autocartera y/o ampliaciones de capital (cuya materialización requerirá una aprobación expresa de la Junta General de Accionistas), y la elección dependerá de la evolución de los mercados y de la cuantía del Plan, fundamentalmente.*

II) El Consejo de Administración de TELE PIZZA, S.A. reunido en fecha 17 de Marzo de 1.998, adoptó, entre otros, el siguiente acuerdo por unanimidad :

*QUINTO.- Deliberación y, en su caso, aprobación del Plan de Opciones sobre acciones a favor de empleados y consejeros correspondiente al año 1.998*

*A continuación, la Dirección General procede a una exposición detallada del Plan de Opciones que ha definido. Tras deliberación, el Consejo de Administración decide por unanimidad aprobar el Plan de Opciones sobre Acciones a favor de empleados y consejeros correspondiente al año 1.998, en las condiciones que a continuación se recogen, que deberán ser incluidas en el Folleto Informativo que habrá que inscribirse en la Comisión Nacional del Mercado de Valores.*

### **I) Número de acciones a dedicar al Plan e importe global de la Oferta:**

*El Plan de Opciones sobre Acciones lo será por un máximo de 107.329 opciones sobre 107.329 acciones (a razón de una acción por opción), por un valor nominal máximo de 10.732.925.- Ptas., esto es hasta un máximo del 1% del capital social de TELE PIZZA, S.A., acciones que la propia Sociedad deberá emitir en una futura ampliación de capital a acordar por la Junta de Accionistas, pudiendo variar a la baja dependiendo de si los empleados y consejeros aceptan las opciones que se les ofrezcan y posteriormente suscriben las acciones que les correspondan.*

*La distribución de las citadas 107.329 opciones sobre acciones será la siguiente:*

*1.- Para los empleados: opciones sobre acciones hasta cubrir un máximo del 90% del salario fijo.*

2.- Para los consejeros: 5 millones de Ptas. en opciones sobre acciones, para cada uno.

En caso de que con posterioridad a la fecha del Acuerdo que apruebe el Plan de Opciones sobre Acciones, y durante la vigencia del mismo, la sociedad acuerde una modificación del valor nominal de las acciones actualmente existentes, mediante la emisión de nuevas acciones (split), todas las opciones sobre acciones del presente Plan se verán plenamente afectadas, y, por tanto, se verán modificadas, en cuanto a su número y a su precio, en el mismo porcentaje que las acciones emitidas en la actualidad.

## **II) Personas a las que va dirigido el Plan:**

Empleados y Consejeros que cumplan los dos siguientes requisitos:

- 1) Antigüedad en la empresa (Tele Pizza, S.A. ó, en el caso de los empleados, también Telepizza Moratalaz, S.A., Telepizza Logroño, S.A., Telepizza Fuenlabrada, S.A., Telepizza Córdoba, S.A., Telepizza Algeciras, S.L., Mixor, S.A., Circol, S.A., Prenasa Precocinados Naturales, S.A. y Delivery Delta, S.A.) anterior al 31 de Diciembre de 1.997.
- 2) Que formen parte del personal de las oficinas centrales, administración, personal de fábrica y equipos gerentes de tiendas (jefes de tienda, encargados, subencargados, oficiales delivery y, en general, todos aquellos que tengan contrato de 40 horas semanales) ó del Consejo de Administración de Tele Pizza, S.A., excepto los gerentes de las sociedades filiales o participadas que a su vez sean accionistas de las mismas

## **III) Número de acciones que corresponderán, mediante opciones, a los adjudicatarios:**

El número de acciones que corresponderán mediante opciones a los adjudicatarios asciende a un máximo de 107.329 acciones, esto es hasta un máximo del 1% del capital social de "TELE PIZZA, S.A."

## **IV) Precio de las opciones**

Sin coste para el adjudicatario.

## **V) Precio de ejercicio de las opciones/precio de las acciones:**

El precio de ejercicio de las opciones será el precio medio de cotización en Bolsa en los 30 días naturales anteriores a la celebración de la Junta General de Accionistas de Mayo de 1.998 .

## **VI) Plazo de ejercicio:**

Entre el 10 y el 20 de Abril de 1.999.

## **VII) Forma de ejercicio:**

Mediante suscripción directa de acciones, por parte de los adjudicatarios, en ampliación de capital con supresión del derecho de suscripción preferente de los accionistas actuales, decidida por la Junta General Ordinaria de Accionistas de Mayo de 1.998, que delegará su ejecución en el Consejo de Administración en base a lo previsto en el Art. 153.1.a) de la Ley de Sociedades Anónimas.

## **VIII) Forma de hacer frente al Plan una vez concedido:**

*Mediante una ampliación de capital acordada por la Junta General Ordinaria de Accionistas de Mayo de 1.998, que delegará su ejecución en el Consejo de Administración, con supresión del derecho de suscripción preferente a los actuales accionistas, de conformidad con lo previsto en los artículos 153.1.a) y 159 de la vigente Ley de Sociedades Anónimas (posibilidad prevista expresamente en la Junta General Ordinaria de Accionistas de 6 de Junio de 1.997).*

**IX) Supuesto de ruptura del vínculo:**

*Para poder ejercitar las opciones sobre acciones será condición indispensable que a la fecha del plazo de ejercicio (fijado en el apartado VI) los adjudicatarios sigan manteniendo la relación laboral ó el cargo de consejero.*

*En caso de que se produzca una ruptura del vínculo con la Sociedad, por el motivo que fuere, antes de haber ejercitado las opciones, el adjudicatario perderá todas las opciones sobre acciones concedidas en virtud del presente Plan, sin que pueda en el futuro tener derecho a nada que reclamar sobre el particular.*

**X) Motivo Principal del Plan:**

*La razón por la que se han elegido los requisitos anteriores definidos para ofrecer opciones sobre acciones, ha sido conceder a los adjudicatarios la posibilidad de acceder a la propiedad de algunas acciones de la empresa en condiciones ventajosas, de ahí los precios fijados, pues forman parte de los equipos sobre los que está recayendo en mayor medida el peso de la coordinación y ejecución del plan de expansión.*

**XI) Otorgamiento de Facultades Expresas:**

*El Consejo de Administración aprueba por unanimidad facultar expresamente al Sr. Presidente, D. Leopoldo Fernández Pujals, así como al Secretario, D. José Ortiz Martínez, para que cualquiera de ellos, indistintamente, firme cuantos documentos públicos y privados fueran necesarios, así como para que comparezcan y procedan a la redacción, modificación y, en su caso, subsanación del Folleto Informativo que hay que preparar e inscribir en la Comisión Nacional del Mercado de Valores como consecuencia de los acuerdos aquí adoptados. Igualmente, se les faculta para comparecer ante la Sociedad de Compensación y Liquidación de Valores, Sociedades Rectoras de Bolsa y Registro Mercantil, al objeto de solicitar, comunicar y formalizar cuantos documentos públicos ó privados fueran necesarios ó convenientes en relación con los acuerdos aquí adoptados.*

*Para la ejecución de este Plan de Opciones sobre Acciones, el Consejo de Administración aprueba por unanimidad proponer a la Junta General Ordinaria de Accionistas que acuerde una ampliación de capital, hasta un máximo del 1% del capital social, con exclusión del derecho de suscripción preferente, mediante la emisión de nuevas acciones de la misma clase y con los mismos derechos políticos y económicos. Por motivos de necesaria agilidad y gestión, el Consejo de Administración estima necesario, y así lo propone a la Junta, que ésta delegue en el mismo Consejo la ejecución de esta ampliación de capital, de conformidad con lo establecido en el artículo 153.1 a) y concordantes de la Ley de Sociedades Anónimas, pudiendo ser la suscripción de la ampliación incompleta.*

*A continuación el Consejo de Administración procede a la elaboración y aprobación del Informe legalmente exigido que recoge de forma más específica la propuesta descrita en el párrafo anterior para presentarlo en la próxima Junta General Ordinaria de Accionistas, siendo dicho documento firmado por todos los Consejeros, y visadas todas las páginas por el Presidente y por el Secretario del Consejo.*

**NOTA:** Habida cuenta de que el split fue efectivo con fecha efecto del 18 de Mayo, todas las menciones al número máximo de opciones sobre acciones a conceder, así como al número máximo de acciones a emitir en la ampliación de capital, se deberán entender realizadas en la cifra de 2.146.585 (tal y como estaba previsto tanto en el Consejo de Administración como en la Junta de Accionistas).

III) El Consejo de Administración de TELE PIZZA, S.A. reunido en fecha 18 de Marzo de 1.999, adoptó, entre otros, el siguiente acuerdo por unanimidad:

3.- Redenominación del capital social de “TELE PIZZA, S.A.” a Euros.

**TERCERO.-** En relación con el tercer Punto del Orden del Día, el Secretario del Consejo procede a la exposición del contenido de la Ley 46/1998 de 17 de Diciembre, sobre introducción al Euro, que contempla, entre otras cuestiones, la redenominación de las emisiones, tanto de valores de renta fija como del Capital Social y, consecuentemente, del valor nominal de las acciones.

La Ley mencionada establece que dicha redenominación –que consiste en el cambio de la unidad de cuenta peseta a euro- del Capital Social y del valor nominal de las acciones podrá realizarse a partir del 1 de Enero de 1.999 hasta el 31 de Diciembre del 2.001, mediante acuerdo adoptado por el Consejo de Administración, sin necesidad de que sea acordado por la Junta General de Accionistas.

En base a todo ello, el Consejo de Administración acuerda por unanimidad aprobar los siguientes aspectos:

**1)** El Consejo de Administración acuerda, de conformidad con lo previsto en el artículo 21 de la Ley citada, proceder a red denominar la cifra de Capital Social de TELE PIZZA, S.A., mediante la aplicación del tipo de conversión fijado por el Reglamento (CR) nº 2.866/98, de 31 de Diciembre, del Consejo de la Unión Europea (1 euro = 166'386 pesetas) a la actual cifra del Capital Social.

En consecuencia, siendo a esta fecha el Capital Social de TELE PIZZA, S.A. de 1.073.292.500 pesetas, dividido en 214.658.500 acciones de 5 pesetas de valor nominal cada una, el capital expresado en euros, con el redondeo previsto en el artículo 11 de la Ley antes citada, queda fijado en la cifra de 6.450.617'84 euros. Consecuentemente, en los términos del artículo 21 de la repetida Ley, el valor nominal de las acciones, hallado mediante multiplicación de la cifra de Capital Social resultante en euros por el número que expresa la parte alícuota del Capital Social que el valor nominal de cada acción representa respecto de la cifra expresada en pesetas, queda fijado, con la reducción a seis decimales prevista en la Ley, en 0'030051 euros cada acción.

**2)** El Consejo de Administración, de conformidad con lo previsto en el artículo 28 de la Ley 46/1998, de 17 de Diciembre, sobre introducción del euro, como consecuencia de que el valor nominal de la acción expresado en euros representa una cifra de más de dos decimales (0'030051), acuerda proceder al ajuste a la baja del valor nominal de la acción al céntimo más próximo, esto es, a la cantidad de 0'03 euros cada acción y a tal efecto, reducir el Capital Social con el único objetivo de efectuar el citado redondeo del valor nominal de las acciones, mediante la constitución de una reserva indisponible por importe de 10.862'84 euros, que quedará reflejada en contabilidad en su equivalente en pesetas, esto es, 1.807.424'57 pesetas.

El Capital Social total resultante mediante la suma del valor nominal de 0'03 euros por acción de las 214.658.500 acciones en circulación será de 6.439.755 euros.

**3)** Como consecuencia de los acuerdos anteriores, el Consejo de Administración acuerda modificar el artículo 5º de los Estatutos Sociales que, en lo sucesivo, quedará redactado en el modo siguiente:

*“Artículo 5º.- Capital Social.*

*El Capital Social está fijado en 6.439.755 euros (SEIS MILLONES CUATROCIENTOS TREINTA Y NUEVE MIL SETECIENTOS CINCUENTA Y CINCO EUROS), representado por 214.658.500 acciones nominativas, 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.”*

*El Consejo de Administración acuerda por unanimidad delegar en el Presidente y Secretario del Consejo de Administración, con carácter solidario, la facultad de adoptar cuantos acuerdos y decisiones complementarios fueren necesarios o convenientes para la más plena ejecución de los anteriores acuerdos y, de modo particular, para:*

- a) Declarar ejecutada y cerrada la reducción de capital y proceder a formalizar contablemente la creación de la reserva indisponible en la cuantía que ha sido fijada.*
- b) Adecuar, en su caso, el texto del artículo 5º de los Estatutos Sociales.*
- c) Aclarar, precisar y completar los anteriores acuerdos, con expresas facultades para subsanar defectos u omisiones que impidan o dificulten la plena efectividad de los mismos.*
- d) Realizar todas las demás actuaciones que fueran necesarias o convenientes para llevar a cabo la ejecución y formalización del presente acuerdo ante cualesquiera entidades y organismos públicos o privados, españoles o extranjeros.*
- e) Designar las personas que otorguen cualesquiera documentos públicos o privados necesarios para la ejecución y formalización de las operaciones a que se refiere este acuerdo.*

*Asimismo, el Consejo de Administración acuerda por unanimidad facultar a D. Leopoldo Fernández Pujals y a D. José Ortiz Martínez, Presidente y Secretario respectivamente del Consejo de Administración, para que, cualquiera de ellos, con su sola firma, intervenga en cuantos documentos públicos o privados sean precisos hasta la inscripción de los acuerdos aprobados en el presente punto del Orden del Día en los Registros Públicos correspondientes.*

*NOTA: Habida cuenta de que la redenominación del capital social a Euros ya es efectivo, a lo largo del presente folleto se procederá a adaptar todas las cifras a Euros.*

### **II.1.3. Información sobre los requisitos y acuerdos para la admisión a negociación oficial.**

Las opciones sobre acciones que se ofrecieron no son negociables en el mercado bursátil, ni por ningún otro medio.

Por lo que se refiere a las acciones que se entregarán en el ejercicio de las opciones, están, en el momento de elaboración del presente Folleto, pendientes de emisión por parte de TELE PIZZA, S.A.; una vez emitidas y suscritas, se solicitará su admisión a negociación bursátil en las Bolsas de Valores de Madrid, Bilbao, Barcelona y Valencia, teniendo prevista dicha admisión en el plazo máximo de 3 meses desde la emisión.

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

La Oferta a que se refiere el presente Folleto Informativo no requiere autorización administrativa previa, estando únicamente sujeta a la verificación del Folleto y su registro por la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

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

No se ha efectuado ninguna evaluación al riesgo inherente a los valores ofrecidos, ni a su emisor, por entidad calificadora alguna.

### **II.4. VARIACIONES SOBRE EL RÉGIMEN LEGAL TÍPICO DE LOS VALORES OFERTADOS PREVISTO EN LAS DISPOSICIONES LEGALES APLICABLES.**

Las opciones no son transferibles por ningún medio.

No existen variaciones sobre el régimen legal típico previsto en las disposiciones legales aplicables a las acciones. El régimen jurídico y las garantías de los valores ofrecidos no se oponen a la legislación vigente.

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

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

Lo que la Sociedad ha ofrecido a los adjudicatarios son opciones gratuitas de suscripción sobre acciones ordinarias de TELE PIZZA, S.A., de 0,03 euros de valor nominal cada una.

Todas las acciones que se suscriban en caso de ejercicio de las opciones pertenecerán a una misma clase y serie, sin que existan acciones privilegiadas, y estarán libres de cargas y gravámenes, gozando de plenos derechos políticos y económicos.

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

Las opciones sobre acciones están representadas formalmente por medio de un documento, que fue entregado por la sociedad a los empleados y consejeros adjudicatarios.

Las acciones subyacentes a las opciones estarán representadas por medio de anotaciones en cuenta, una vez que TELE PIZZA, S.A. lleve a cabo su emisión, siendo la entidad encargada de su registro contable el Servicio de Compensación y Liquidación de Valores, S.A. (S.C.L.V.), con domicilio social en Madrid, calle Orense, nº 34 .

#### **II.5.3. Importe global de la Oferta.**

La Oferta Pública en que consiste el Plan de Opciones sobre Acciones es de hasta un máximo de 2.146.585 acciones, esto es hasta un máximo del 1% del capital social de TELE PIZZA, S.A., por un valor nominal máximo de 64.397,55 euros, y un importe efectivo máximo de las acciones de 13.974.268, 35 euros.

La Oferta anteriormente mencionada se ha dirigido a empleados de TELE PIZZA, S.A. y de las sociedades filiales Telepizza Moratalaz, S.A., Telepizza Logroño, S.A., Telepizza Fuenlabrada, S.A., Telepizza Córdoba, S.A., Telepizza Algeciras, S.L.,

Mixor, S.A., Circol, S.A., Prenasa Precocinados Naturales, S.A. y Delivery Delta, S.A. además de a consejeros de TELE PIZZA, S.A..

El número máximo de opciones que se han ofrecido, según el presente Plan de Opciones, que fue inscrito en los registros oficiales de la C.N.M.V. con fecha 30 de Junio de 1.998, se puede desglosar de la siguiente manera:

1.- Para los empleados que cumplieran los requisitos del apartado II.10.1: opciones sobre acciones hasta cubrir un máximo del 90% del salario fijo fijado para cada uno por el Departamento de Recursos Humanos para el año 1.998.

2.- Para los consejeros que cumplieran los requisitos del apartado II.10.1: 5 millones de Ptas. en opciones sobre acciones, para cada uno.

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

\* Número de opciones y acciones y proporción sobre el capital.

Cada opción dará derecho a la suscripción de una acción.

El número máximo de opciones, y por tanto de acciones ofrecidas, es de un máximo 2.146.585 acciones, representativas de un máximo del 1% del capital social de TELE PIZZA, S.A.

\* Precio de las acciones.

El precio de suscripción de las acciones que se adjudiquen a los empleados y consejeros a quienes va dirigido el presente plan, y que será el que tengan que abonar en el momento de ejercitar tales opciones, será el precio medio de cotización en Bolsa en los 30 días naturales anteriores a la celebración de la Junta General de Accionistas de 8 Mayo de 1.998, esto es 6,514971 euros (tras la redenominación del capital social a euros) por acción.

Dado el volumen de la ampliación de capital, de un máximo del 1%, en caso de tener efectos sobre el PER, este efecto sería mínimo.

#### **II.5.5. Comisiones y gastos de la Oferta para los adjudicatarios.**

La concesión de las opciones sobre las acciones será completamente gratuita para el adjudicatario.

En el ejercicio de las opciones, el importe a pagar por los adjudicatarios de las acciones será el precio de suscripción de las mismas conforme al II.5.4. anterior, aparte de las cantidades que le pueda cobrar la entidad bursatil que designe a tal efecto TELE PIZZA, S.A. para que tramite la formalización de la ejecución de la opción, los derivados de la suscripción de dichas acciones, además de todas aquellas cantidades de carácter fiscal y laboral que le puedan ser repercutidas como consecuencia de la concesión de las opciones y de las condiciones de la misma. (Ver apartado II.15).

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

Las entidades administradoras de las acciones adheridas a dicho servicio podrán establecer, de acuerdo con la legislación vigente, las comisiones y gastos repercutibles en concepto de administración y custodia de valores que libremente determinen.

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

Las opciones sobre acciones no son transmisibles a favor de terceros.

No existen restricciones estatutarias ni de otra índole respecto de la libre transmisibilidad de las acciones, por lo que las acciones subyacentes de las opciones objeto de la presente Oferta Pública 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.**

Las opciones sobre acciones no son negociables en el mercado bursátil.

Las acciones que se entregarán en el ejercicio de las opciones objeto de la presente Oferta Pública, al igual que el resto de las acciones de TELE PIZZA, S.A., estarán admitidas a negociación oficial en las Bolsas de Valores de Madrid, Bilbao, Barcelona y Valencia, y su contratación en el Sistema de Interconexión Bursátil (Mercado Continuo), teniendo prevista dicha admisión en el plazo máximo de 3 meses desde la emisión.

En el supuesto de que se incumpliera el plazo señalado para que las acciones estén admitidas a negociación oficial, TELE PIZZA, S.A. publicará en el Boletín de la Bolsa y en un diario de difusión nacional dicha circunstancia, los motivos del retraso y la nueva fecha prevista de admisión.

La Sociedad conoce y ha aceptado someterse a las normas que existen o pudieran dictarse en materia de Bolsa, y especialmente sobre admisión, contratación, permanencia y exclusión de cotización.

## **II.9. DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS TENEDORES DE LOS VALORES QUE SE OFRECEN.**

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

Las opciones sobre acciones confieren a los adjudicatarios exclusivamente el derecho a la suscripción de las acciones ofrecidas en las condiciones recogidas en el presente Folleto.

Todas las acciones de TELE PIZZA, S.A. conferirán a sus titulares, una vez que se hayan ejercitado las opciones, y, por tanto, se hayan suscrito las acciones, 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.

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

Las acciones, una vez que se hayan suscrito en el ejercicio de las opciones, conferirán a sus titulares el derecho de suscripción preferente en la emisión de nuevas acciones o de obligaciones convertibles en acciones, y el derecho de asignación gratuita de acciones nuevas en el supuesto de ampliaciones de capital liberadas con cargo a reservas.

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

Las acciones, una vez que se hayan suscrito en el ejercicio de las opciones, conferirán 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.

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, una vez que se hayan suscrito en el ejercicio de las opciones, conferirán 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 del ejercicio de las opciones, una vez que se hayan ejercitado estas últimas, 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.**

Los derechos y obligaciones derivados de las acciones que se ofrecen entrarán en vigor el día en que se considere formalmente suscrita e inscrita en el Registro Mercantil la ampliación de capital acordada. A tales efectos las opciones sobre acciones podrán ser ejercitadas por los empleados y consejeros adjudicatarios exclusivamente dentro del plazo de ejercicio de las opciones, esto es entre el 10 y el 20 de Abril de 1.999.

## **II.10. DISTRIBUCIÓN DE LA OFERTA Y PROCEDIMIENTO DE COLOCACIÓN.**

### **II.10.1. Colectivo de potenciales inversores. Distribución de la Oferta Pública.**

El Plan de Opciones sobre Acciones de TELE PIZZA, S.A. está exclusivamente dirigido a empleados y consejeros que cumplan los dos siguientes requisitos:

1º.- Antigüedad en la empresa (Tele Pizza, S.A. o, en el caso de empleados, también Telepizza Moratalaz, S.A., Telepizza Logroño, S.A., Telepizza Fuenlabrada, S.A., Telepizza Córdoba, S.A., Telepizza Algeciras, S.L., Mixor, S.A., Circol, S.A., Prenasa Precocinados Naturales, S.A. y Delivery Delta, S.A.) anterior al 31 de Diciembre de 1.997.

2º.- Que formen parte del personal de las oficinas centrales, administración, personal de fábrica y equipos gerentes de tienda (jefes de tienda, encargados, subencargados, oficiales delivery y, en general, todos aquellos que tengan contrato de 40 horas semanales) o del Consejo de Administración de TELE PIZZA, S.A., excepto los gerentes de las sociedades filiales o participadas que a su vez sean accionistas de las mismas.

Se ha puesto a disposición de los empleados adjudicatarios, que cumplan los dos requisitos anteriormente definidos, opciones sobre el número de acciones de TELE PIZZA, S.A. que, a un precio por acción de 6,514971 euros (1.084.- Ptas.), cubran un total equivalente a la cantidad resultante de aplicar un máximo del 90% del salario fijo fijado para cada uno por el Departamento de Recursos Humanos para el año 1.998.

Se ha puesto a disposición de los consejeros adjudicatarios, que cumplan los dos requisitos anteriormente definidos, opciones sobre el número de acciones de TELE PIZZA, S.A. que, a un precio por acción de 6,514971 euros (1.084.- Ptas.), cubran un equivalente a 5.000.000.- Ptas. para cada uno.

Este Plan afecta a un máximo de 1.300 personas, entre empleados y consejeros, destinándose a ellos un número máximo de 2.146.585 acciones. Correspondiendo un número máximo de 41.513 opciones a favor de los 9 consejeros de la Sociedad TELE PIZZA, S.A. y un número máximo de 2.105.072 opciones a favor de un máximo de 1.291 empleados.

Para poder ejercitar las opciones sobre acciones será condición indispensable que a la fecha del plazo de ejercicio (fijado en el apartado II.10.2.) los adjudicatarios sigan manteniendo la relación laboral ó el cargo de consejero.

En caso de que se produzca una ruptura del vínculo con la Sociedad, por el motivo que fuere, antes de haber ejercitado las opciones, el adjudicatario perderá todas las opciones sobre acciones concedidas en virtud del presente Plan, sin que pueda en el futuro tener derecho a nada que reclamar sobre el particular.

### **II.10.2. Periodo de ejercicio de las opciones y, por tanto, de suscripción de las acciones.**

El Plan de Opciones sobre Acciones comenzó el día hábil siguiente al momento en que el Folleto Informativo quedó inscrito en los registros oficiales de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, que fue el día 30 de Junio de 1.998.

Respecto del plazo para que los empleados y consejeros adjudicatarios ejerciten sus opciones, mediante suscripción de acciones, este comienza el día 10 de Abril de 1.999 y finaliza el día 20 del mismo mes y año, ambas fechas inclusive, no pudiendo ejercitarse una vez finalizado el mismo.

Tras la finalización del periodo de suscripción, se publicarán los resultados en los boletines de cotización de las sociedades rectoras de las Bolsas de Valores. En caso de no cubrirse enteramente la ampliación de capital en el periodo de suscripción, el capital quedará ampliado únicamente en la cuantía de las suscripciones efectuadas, de acuerdo al artículo 161 de la Ley de Sociedades Anónimas.

### **II.10.3. Tramitación de la suscripción**

A los efectos de cumplimentar la suscripción de las acciones en caso de ejercicio de las opciones, y sin perjuicio de que la operación pueda ser intervenida por una entidad bursátil, los adjudicatarios manifestarán su voluntad de suscribir el número de acciones a que tengan derecho, según el documento que previamente se les haya entregado (citado en el apartado II.5.2.), mediante carta certificada con acuse de recibo dirigido al “Departamento Jurídico”, TELE PIZZA, S.A., C/ Azalea, nº 1, Edificio F, Miniparc I, El Soto de la Moraleja, 28.109-Madrid, no atendiéndose las solicitudes recibidas con posterioridad al plazo de suscripción establecido. (siendo el día de finalización el 20 de Abril de 1.999).

Se podrá realizar el ejercicio parcial de las opciones sobre acciones, debiendo manifestarlo el adjudicatario en la carta certificada y con acuse de recibo que envíe al Dpto. Jurídico, manifestando expresamente el número de opciones sobre acciones que quiere ejercitar de entre las opciones concedidas y reflejadas en el documento que le entregue la empresa, perdiendo en este caso el derecho a ejercitar las opciones restantes.

En caso de que no se manifieste la voluntad de suscribir acciones en el plazo indicado, se entenderá que se renuncia al ejercicio de los derechos derivados de las opciones objeto de este Folleto.

### **II.10.4. Forma y fecha de pago del precio.**

En el momento de ejercitar las opciones, esto es, en el momento en que manifiesten expresamente su voluntad de suscribir, el empleado ó consejero adjudicatario deberá proceder a liquidar en la cuenta abierta a tal efecto en la entidad que intermedia la operación, esto es BANKINTER, S.A., el precio de suscripción de cada acción, además de los gastos y demás cantidades recogidas en el apartado II.5.5.

En caso de que no se liquiden las cantidades correspondientes en el momento de ejercitar las opciones, se entenderá que se renuncia al ejercicio de los derechos derivados de las opciones objeto de este Folleto.

### **II.10.5. Forma y plazo de la entrega de los valores.**

Los adjudicatarios, tras la suscripción de las acciones subyacentes a las opciones recibirán un boletín de suscripción que no será negociable y tendrá vigencia hasta que sean asignadas las referencias de registro correspondientes a las acciones suscritas. Se adjunta como Anexo, documento enviado a los empleados adjudicatarios, donde se recuerda la posibilidad de renunciar a la suscripción de acciones, siempre que los manifiesten antes del día 20 de Abril a las 14:00 horas, devolviendo en este caso todas las cantidades depositadas en el banco como coste de la suscripción.

Los nuevos valores se representarán mediante anotaciones en cuenta por el Servicio de Compensación y Liquidación de Valores, quedando anotados los mismos en referencias de registro reconocidas a favor de los titulares en las entidades adheridas al citado Servicio, todo ello de acuerdo con el Real Decreto 116/1992, de 24 de febrero, sobre representación de valores por medio de anotaciones en cuenta y compensación y liquidación de operaciones.

### **II.11. RENUNCIA A LOS DERECHOS DE SUSCRIPCIÓN PREFERENTE.**

En el Cuarto punto del Orden del Día de la Junta General Ordinaria de Accionistas de 8 de Mayo de 1.998 se acordó la Ampliación de Capital, hasta un máximo del 1% del Capital Social, con exclusión del derecho de suscripción preferente, mediante emisión de nuevas acciones de la misma clase y con los mismos derechos políticos y económicos.

Al tratarse de una operación de interés social, se acordó la supresión total del derecho de suscripción preferente para este Aumento de Capital Social, tal y como ya se previno en la Junta General Ordinaria celebrada el 6 de junio de 1.997. Los Administradores redactaron el Informe preceptivo y la firma de auditores "Ernst & Young" emitió un informe especial con motivo de la citada exclusión del derecho de suscripción preferente; dichos documentos se adjuntaron como anexo en el Folleto Informativo registrado en la C.N.M.V. el 30 de Junio de 1.998.

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

No procede.

### **II.13. TERMINACIÓN DEL PROCESO.**

#### **II.13.1. Falta de suscripción global.**

De acuerdo con el artículo 161 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, párrafo primero, se hace expresa referencia a la posibilidad de que no se suscriba íntegramente la ampliación de capital dentro del plazo fijado para el periodo de suscripción, por lo que en el supuesto de suscripción incompleta, el capital se aumentará únicamente en la cuantía de las suscripciones efectuadas.

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

Una vez inscrita la escritura de ampliación de capital en el Registro Mercantil, TELE PIZZA, S.A., depositará una copia de dicha escritura en el Servicio de Compensación y Liquidación de Valores, para que éste expida las nuevas referencias de registro a favor de los suscriptores de la ampliación.

**II.14. CÁLCULO DE LOS GASTOS DE EMISIÓN, SUSCRIPCIÓN, PUESTA EN CIRCULACIÓN, ADMISIÓN A COTIZACIÓN EN UN MERCADO SECUNDARIO Y DEMÁS CONEXOS QUE SEAN POR CUENTA DEL EMISOR O PROMOTOR DE LA OFERTA PÚBLICA DE VENTA DE VALORES. PORCENTAJE QUE REPRESENTAN SOBRE EL TOTAL EFECTIVO DE LA OFERTA.**

Los gastos correspondientes a Notaría, Registro Mercantil e Impuestos se estiman en total en unos 25.000.000.- Ptas..

Los gastos correspondientes a la CNMV se estiman en unas 250.000.- Ptas. .

Los gastos correspondientes a la Sociedad Rectora se estiman, incluyendo gastos de estudio, en unas 220.000.- Ptas..

Los gastos correspondientes de anotación en cuenta en la SCLV se estiman en unas 95.000.- Ptas..

**II.15. RÉGIMEN FISCAL.**

**II. 15. 1 Ejercicio de la opción.**

La entrega del derecho de la opción no será gravada en el empleado. Sólo se gravará el ejercicio posterior de la opción como rendimiento del trabajo en especie. TELE PIZZA, S.A. vendrá obligada en ese momento a realizar un ingreso a cuenta del rendimiento en especie percibido en función del porcentaje de retención aplicable a cada empleado y que será repercutido al mismo.

No obstante, en cumplimiento de los requisitos establecidos en el artículo 42 del Reglamento del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, no se considera rendimiento del trabajo en especie, la entrega de acciones a trabajadores en activo en la parte que no exceda, para el conjunto de las entregas a cada uno de ellos, de 500.000.- Ptas. anuales (3.005,6 euros) ó 1.000.000 de Ptas. (6.010,12 euros) en los últimos cinco años. En este caso, TELE PIZZA, S.A. no habría de efectuar dicho ingreso a cuenta

Si el empleado que ejerce la opción es un no residente, que desarrolla su trabajo íntegramente en el extranjero y el rendimiento de trabajo en especie que percibe en España de TELE PIZZA, S.A. está sujeto a un impuesto de naturaleza personal en el país en el que reside, no se somete a gravamen en España ni, por lo tanto, a ingreso a cuenta. Si el empleado no residente que ejerce la opción no cumple alguna de esas dos condiciones, el rendimiento del trabajo en especie se sometería a tributación por el Impuesto sobre la Renta de no Residentes al tipo general del 25 por ciento, siendo TELE PIZZA, S.A. quien, como emisora de los valores objeto de la oferta, habría de ingresar en el Tesoro, por la vía del ingreso a cuenta, dicho Impuesto (si el trabajador extranjero fuese residente en algún país con el que mediase un Convenio para evitar la Doble Imposición habría de estarse a lo dispuesto en el mismo en cada caso).

**II.15.2 Imposición personal sobre la renta derivada de la tenencia de acciones.**

A continuación se informa de las consecuencias fiscales de la transmisión posterior de las acciones adquiridas una vez ejercitada la opción o de la obtención de rendimientos derivados de la tenencia de las mismas:

**a) Accionistas residentes en territorio español:**

La venta posterior de las acciones una vez adquiridas determinará una ganancia o pérdida patrimonial por diferencia entre el valor de adquisición (aquel existente en el momento de ejercicio de la opción) y el valor de transmisión, determinado por su cotización en el mercado secundario oficial de valores españoles en la fecha en que se produzca aquella o por el precio pactado cuando sea superior a la cotización.

Cualquier rendimiento derivado de las mismas se integrará en la base imponible del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (en adelante IRPF).

*a.1. Incremento y disminución de patrimonio*

Las transmisiones de acciones realizadas por contribuyentes del IRPF, así como las restantes alteraciones patrimoniales contempladas en el artículo 31 de la Ley del IRPF, darán lugar a ganancias o pérdidas patrimoniales, que se integrarán en la base imponible (general y, en su caso, especial) y se someterán a tributación de acuerdo con las normas generales para este tipo de rentas. Entre dichas normas cabe destacarse:

- a) Las ganancias o pérdidas patrimoniales derivadas de la transmisión de las acciones detentadas por el empleado con una antelación igual o inferior a dos años, se integrarán y compensarán con cualquier otra ganancia o pérdida patrimonial a corto plazo obtenida por el mismo en el período impositivo. Si el saldo resultante es positivo, se integrará a efectos del cómputo de la parte general de base imponible. Si, por el contrario, el saldo resultante negativo, se compensará con el saldo positivo de las rentas citadas en el artículo 38.a) de la Ley del IRPF (entre otras, las rentas inmobiliarias) obtenido en el mismo período impositivo y con el límite del 10 por ciento de ese saldo positivo (el eventual exceso sobre dicho límite se podrá compensar en los cuatro años posteriores).
- b) Las ganancias o pérdidas patrimoniales derivadas de la transmisión de las acciones detentadas por el empleado con una antelación de más de dos años, se integrarán y compensarán con cualquier otra ganancia o pérdida patrimonial a largo plazo obtenida por el mismo en el período impositivo. Si el saldo resultante es positivo, se integrará a efectos del cómputo de la parte especial de base imponible. Si, por el contrario, el saldo resultase negativo, se compensará con el mismo concepto de ganancias patrimoniales en los cuatro años siguientes.
- c) Cuando el inversor posea valores homogéneos adquiridos en distintas fechas, se entenderán transmitidos los adquiridos en primer lugar.

*a.2. Rendimiento del capital mobiliario*

Tendrán la consideración de rendimiento del capital mobiliario para los contribuyentes por el IRPF, los dividendos, primas de asistencia a Juntas y

participaciones en los beneficios de cualquier entidad, percibidos de ésta en virtud en su consideración de accionistas.

A efectos de su integración en la parte general de la base imponible del IRPF, el rendimiento íntegro se calculará multiplicando los importes mencionados por el 140%. Para el cálculo del rendimiento neto serán deducibles los gastos de administración y depósito de las acciones. Hay que tener en cuenta la deducción por doble imposición contemplado en el Art. 66 de la Ley del IRPF.

No obstante lo anterior, se aplicará el porcentaje del 100% a los rendimientos que correspondan a acciones o participaciones adquiridas dentro de los dos meses anteriores a la fecha en que aquellos se hubieran satisfecho cuando, con posterioridad a esta fecha, dentro del mismo plazo, se produzca una transmisión de valores homogéneos.

El rendimiento neto así considerado, se reducirá en un 30 por 100 cuando tengan un período de generación superior a dos años.

En general, tanto los contribuyentes del IRPF como los sujetos pasivos del IS soportarán una retención del 25% del importe del beneficio distribuido a cuenta de los referidos impuestos. La retención a cuenta será deducible de la cuota del IRPF o IS y, en caso de insuficiencia de cuota, dará lugar a las devoluciones previstas en el artículo 85 de la Ley del IRPF y 145 de la Ley del IS.

#### **b) Accionistas no residentes en territorio español.**

El régimen fiscal que se describe a continuación es de carácter general, por lo que se deben tener en cuenta las particularidades de cada contribuyente y las que puedan resultar de los Convenios para evitar la Doble Imposición entre terceros países y España.

##### *b.1. Incrementos y disminuciones de patrimonio*

De acuerdo con la legislación interna española, las ganancias de patrimonio obtenidas por la transmisión de valores emitidos por entidades residentes en España están sometidas a tributación en el Impuesto sobre la Renta de no Residentes al tipo del 35%. Su cuantificación se efectuará aplicando reglas de los artículos 23 y siguientes de la Ley del Impuesto sobre la Renta de no Residentes.

El transmitente o su representante fiscal en España, deberán cumplimentar la autoliquidación correspondiente

No obstante lo anterior, en general, están exentas las eventuales ganancias patrimoniales derivadas de la venta de las acciones, cuando el empleado que realice dicha venta es residente en otro Estado miembro de la Unión europea. (Art. 13.1.b. de la Ley del Impuesto sobre Renta de no Residentes) Así mismo, están exentas las rentas derivadas de las transmisiones de valores realizadas en mercados secundarios oficiales españoles, cuando el empleado es residente en un Estado con el que España tenga suscrito un convenio para evitar la Doble Imposición con cláusula de intercambio de información.

##### *b.2 Rendimiento del capital mobiliario*

Los dividendos y demás participaciones en beneficios equiparadas por normativa fiscal a los mismos, obtenidos por personas ó entidades no residentes en España, que actúen sin establecimiento permanente, están sometidas a tributación por el Impuesto sobre la Renta no Residentes, al tipo general de tributación del 25% sobre su importe íntegro (excepto que sea de aplicación algún Convenio de Doble Imposición que establezca un tipo reducido). TELE PIZZA, S.A. como pagadora de dichas rentas, habrá de retener una cantidad equivalente a la resultante de aplicar a las mismas dicho porcentaje de tributación del 25%, e ingresarla en el Tesoro, mediante la cumplimentación y presentación del correspondiente modelo normalizado (“216”).

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

La presente Oferta Pública, en forma de Plan de Opciones sobre Acciones, tiene por objeto incrementar la base accionarial de TELE PIZZA, S.A. con empleados y consejeros que forman parte de equipos de trabajo importantes para el cumplimiento de los objetivos de la Sociedad, logrando así una mayor motivación en los mismos.

## **II.17. DATOS RELATIVOS A LA NEGOCIACIÓN DE LAS ACCIONES DE LA SOCIEDAD PREVIAMENTE ADMITIDAS A SU COTIZACIÓN EN BOLSA.**

### **II.17.1. Número de acciones admitidas a negociación oficial.**

Tanto las 214.658.500- acciones de 0,03 euros de valor nominal cada una actualmente existentes, como las que se emitan, con motivo de la ejecución de la ampliación de capital que dé cobertura al Plan de Opciones aquí descrito, serán de la misma clase y serie, y estarán, al igual que las anteriores, admitidas a negociación bursátil en las Bolsas de Valores de Madrid, Bilbao, Barcelona y Valencia, así como en el Sistema de Interconexión Bursátil (Mercado Continuo).

## II.17.2. Datos bursátiles de la Sociedad desde el momento de su admisión a cotización el día 13 de Noviembre de 1.996.

		<u>NUMERO</u> <u>VALORES</u> <u>NEGOCIADO</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>MINIMO</u>
<b>NOVIEMBRE</b>	1996	5.133	13	3.144	40	3.150 ( 18,93)	3.010 (18,09)
(desde el día 13)							
<b>DICIEMBRE</b>	1996	1.835	19	221	19	4.665 ( 28,03)	3.175 ( 19,08)
<b>ENERO</b>	1997	1.428	21	169	14	6.000 ( 36,06)	3.775 ( 22,68)
<b>FEBRERO</b>	1997	668	20	91	9	6.500 ( 39,06)	5.500 ( 33,05)
<b>MARZO</b>	1997	704	19	109	1	6.950 ( 41,77)	5.600 ( 33,65)
<b>ABRIL</b>	1997	553	22	139	4	6.880 ( 41,34)	5.910 ( 35,51)
<b>MAYO</b>	1997	501	21	89	4	8.070 ( 48,50)	6.560 ( 39,42)
<b>JUNIO</b>	1997	1.947	21	1.049	9	8.850 ( 53,18)	7.500 ( 45,07)
<b>JULIO</b>	1997	460	23	60	0	9.480 ( 56,97)	8.200 ( 49,28)
<b>AGOSTO</b>	1997	404	20	45	3	9.900 (59,50)	8.600 (51,68)
<b>SEPTIEMBRE</b>	1997	436	22	47	2	11.000 ( 66,11)	9.040 ( 54,33)
<b>OCTUBRE</b>	1997	623	23	125	8	10.850 ( 65,20)	8.600 ( 51,68)
<b>NOVIEMBRE</b>	1997	527	20	100	1	12.700 ( 76,32)	9.800 ( 58,89)
<b>DICIEMBRE</b>	1997	779	20	372	4	12.500 ( 75,12)	10.950 ( 65,81)
<b>ENERO</b>	1998	537	20	49	9	15.800 ( 94,95)	12.300 ( 73,92)
<b>FEBRERO</b>	1998	665	20	115	4	18.400 ( 110,58)	13.710 ( 82,39)
<b>MARZO</b>	1998	1.239	21	437	11	26.000 (156,26)	17.510 (105,23)
<b>ABRIL</b>	1998	616	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	1.155	10	6.425	835	1.850 (11,11)	1.250 ( 7,51)
(*)							
<b>JUNIO</b>	1998	1.285	21	4.388	508	1.700 ( 10,21)	1.340 (8,05)
<b>JULIO</b>	1998	935	23	3.221	255	1.690 ( 10,15)	1.315 ( 7,90)
<b>AGOSTO</b>	1998	1.408	21	2.771	157	1.550 ( 9,31)	1.145 ( 6,88)
<b>SEPTIEMBRE</b>	1998	1.504	22	3.018	347	1.400 ( 8,41)	897 ( 5,39)
<b>OCTUBRE</b>	1998	1.199	21	2.504	429	1.185 ( 7,12)	826 ( 4,95)
<b>NOVIEMBRE</b>	1998	869	21	1.933	292	1.265 ( 7,60)	1.100 ( 6,61)
<b>DICIEMBRE</b>	1998	889	19	1.998	289	1.450 ( 8,71)	1.145 ( 6,88)
<b>ENERO</b>	1999	961	19	2.291	421	10,54	7,60
<b>FEBRERO</b>	1999	1.080	20	3.478	283	8,86	7,11

(\*) 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.17.3. Resultado y dividendos por acción.

<b><u>TELE PIZZA S.A. (INDIVIDUAL)</u></b>	<b><u>1998(*)</u></b>	<b><u>1997</u></b>	<b><u>1996</u></b>
BENEFICIO EJERCICIO (en millones)	3.251 (19,54)	2.313 (13,90)	1.473 (8,85)
CAPITAL SOCIAL (fin de ejercicio en millones)	1.073 (6,44)	1.073 (6,44)	1.073 (6,44)
CAPITAL AJUSTADO (en millones)	1.073 (6,44)	1.073 (6,44)	436 (2,62)
Dividendo a repartir (en millones)	0	0	0
Nº ACCIONES FIN DE EJERCICIO(1)	214.658.500	214.658.500	214.658.500
Nº ACCIONES AJUSTADO(1)	136.826.906	214.658.500	87.117.880
Beneficio por acción (pts)(2)	15 (0,09)	11 (0,07)	7 (0,04)
Beneficio por acción ajustado (pts)	24 (0,14)	11 (0,07)	17 (0,10)
Dividendo por acción (pts)	0	0	0
PER (utilizado como valor el cierre a 30-12)	89,14	57,08	28,57
PAY OUT (%)	0%	0%	0%
<b><u>TELE PIZZA S.A. (CONSOLIDADO)</u></b>	<b><u>1998(*)</u></b>	<b><u>1997</u></b>	<b><u>1996</u></b>
BENEFICIO EJERCICIO (en millones)	3.642 (21,88)	2.511 (15,09)	1.702 (10,22)
CAPITAL SOCIAL (fin de ejercicio en millones)	1.073 (6,44)	1.073 (6,44)	1.073 (6,44)
CAPITAL AJUSTADO (en millones)	1.073 (6,44)	1.073 (6,44)	436 (2,62)
Dividendo a repartir (en millones)	0	0	0
Nº ACCIONES FIN DE EJERCICIO(1)	214.658.500	214.658.500	214.658.500
Nº ACCIONES AJUSTADO(1)	136.826.906	214.658.500	87.117.880
Beneficio por acción (pts)(2)	17 (0,11)	12 (0,07)	8 (0,05)
Beneficio por acción ajustado (pts)	27 (0,16)	12 (0,07)	20 (0,12)
Dividendo por acción (pts)	0	0	0
PER (utilizado como valor el cierre a 30-12)	79,59	52,58	24,72
PAY OUT (%)		0%	0%

(1) Hemos multiplicado el número de acciones por 20 para homogeneizar con el split de Mayo de 1.998.

(2) En todos los años se ha calculado con el número de acciones después del split de Mayo de 1.998 para facilitar la comparativa.

(\*) pendiente de aprobación por la Junta General de Accionistas.

### II.17.4. Ampliaciones de capital realizadas durante los últimos tres años.

Con fecha 26 de Mayo de 1.995 la Junta General de Accionistas aprobó la reducción del valor nominal de las acciones desde 10.000.- Ptas. por acción hasta 100.- Ptas. por acción, y el canje de acciones viejas por acciones nuevas.

A 30 de Junio de 1.996, TELE PIZZA, S.A. mantenía en su autocartera 16.725 acciones. Con fecha 10 de Septiembre de 1.996, la Junta General Extraordinaria de Accionistas de la Sociedad aprobó una reducción de capital por importe de 1.672.500.- Ptas., con objeto de eliminar la mencionada autocartera de 16.725 acciones.

Igualmente, la Junta General Extraordinaria de Accionistas de 10 de Septiembre de 1.996 aprobó un aumento de capital, con cargo a reservas disponibles de la

Sociedad, de 9.199.650 acciones, por un importe de 919.965.000.- Ptas., adjudicándose a todos y cada uno de los accionistas de la Sociedad en proporción de 6 acciones nuevas por cada acción ya existente.

En la Junta General de Accionistas de 8 de Mayo de 1.998 se acordó una modificación del Capital Social, de las 100 pesetas (0,6 Euros) actuales a la cifra de 5 pesetas (0,03 Euros) de valor nominal por acción, con emisión de nuevas acciones. Tras dicha operación el capital social quedó fijado en 1.073.292.500 (MIL SETENTA Y TRES MILLONES DOSCIENTAS NOVENTA Y DOS MIL QUINIENTAS) pesetas (6.450.617,84 Euros), representado por 214.658.500 acciones nominativas, de cinco 5.- pesetas (0,03 Euros) de valor nominal cada una, numeradas correlativamente de la 1 a la 214.658.500, ambas inclusive, todas ellas totalmente suscritas y desembolsadas.

En la Junta General de Accionistas de 8 de Mayo de 1.998 se acordó una ampliación de capital, hasta un máximo del 1% del Capital Social, con exclusión del derecho de suscripción preferente, mediante emisión de nuevas acciones de la misma clase y con los mismos derechos políticos y económicos, delegando su ejecución en el Consejo de Administración, de conformidad con lo establecido en el artículo 153.1.a) y concordantes de la Ley de Sociedades Anónimas, para dar cumplimiento al Plan de Opciones sobre Acciones a favor de empleados y Consejeros, quienes serán los únicos suscriptores de las acciones a emitir, como compensación para el ejercicio 1.998, en los términos y condiciones aprobados por el Consejo de Administración de fecha 17 de Marzo de 1.998, siendo el plazo de suscripción el comprendido entre los días 10 y 20 de Abril..

Con fecha 18 de Marzo de 1.999 el Consejo de Administración acordó redenominar la cifra del capital social a euros, quedando fijado el valor nominal por acción en la cifra de 0,03 euros, y quedando el capital social de la compañía fijado en la cifra de 6.439.755 euros, previa reducción del capital social de la compañía por importe de 1.807.424, 57.- Ptas.

**II.17.5. Si la Sociedad no tuviera todas sus acciones admitidas a negociación en una Bolsa de Valores española: número de acciones, clase y valor nominal de las no admitidas en la fecha de elaboración del Folleto.**

No procede, por tener la totalidad de sus acciones admitidas a negociación en las Bolsas de Valores de Madrid, Bilbao, Barcelona y Valencia, además de en el Sistema de Interconexión Bursátil (Mercado Continuo).

**II.17.6. Si los valores admitidos por la Sociedad hubiesen sido objeto de una Oferta Pública de Adquisición: condiciones y resultado de la misma.**

No ha sido formulada ninguna Oferta Pública de Adquisición sobre valores de TELE PIZZA, S.A..

**II.18. PERSONAS FÍSICAS Y/O JURÍDICAS QUE HAN PARTICIPADO EN EL DISEÑO Y/O ASESORAMIENTO DE LA EMISIÓN U OFERTA DE VALORES.**

**II.18.1. Personas que han participado en el diseño y/o asesoramiento de la presente Oferta.**

El Plan de Opciones sobre Acciones fue diseñado directamente por la Dirección General de la Sociedad, contando con la asistencia de los servicios jurídicos de la misma, con carácter general, y con los asesores externos habituales “Analistas de Relaciones Industriales, S.A.” y “Almond Partners, S.L.” para las implicaciones laborales y fiscales respectivamente.

**II.18.2. Declaración del emisor acerca de si conoce la existencia de algún tipo de vinculación (derechos políticos, laborales, familiares, etc.) ó intereses económicos de dichos expertos y/o asesores con el propio emisor o con alguna entidad controlada por él.**

Uno de los representantes de la asesora “Almond Partners, S.L.” es D. Joaquín de Arespacochaga Llopiz, quien a su vez es miembro del Consejo de Administración de TELE PIZZA, S.A..

**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.

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

### **III.2.1. Constitución de la Sociedad emisora. Datos de su inscripción en el Registro Mercantil. Momento en que dió 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.

Con fecha de 15 de Octubre de 1996, una Junta General Extraordinaria y Universal de Accionistas procedió a llevar a cabo una reestructuración del Consejo de Administración, para dar el oportuno reflejo a la nueva estructura accionarial de la Sociedad, habiéndose acordado a tal efecto la incorporación de profesionales y expertos en el mundo empresarial.

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.*

*Cuando 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.*

**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 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.*

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

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

El capital social de TELE PIZZA, S.A., suscrito y desembolsado, es de MIL SETENTA Y TRES MILLONES DOSCIENTAS NOVENTA Y DOS MIL QUINIENTAS PESETAS (1.073.292.500 Ptas.-), representado por 214.658.500 acciones, de cinco (5 Ptas.-) de valor nominal cada una.

El capital social, con la redenominación a euros, está fijado en 6.439.755 euros (SEIS MILLONES CUATROCIENTOS TREINTA Y NUEVE MIL SETECIENTOS CINCUENTA Y CINCO EUROS), representados por 214.658.500 acciones nominativas, 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.

#### **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, y se hallan numeradas correlativamente del 1 al 214.658.500, ambos inclusive.

La Junta General Ordinaria de Accionistas, celebrada el 8 de Mayo de 1998, aprobó la propuesta del Consejo de Administración de modificar el valor nominal de todas las acciones en circulación representativas del capital social, de las 100 pts a la cifra de 5 pts de valor nominal por acción (tras la redenominación, 0'03 euros). Dicha operación fue efectiva el día 18 de mayo.

Las acciones de TELE PIZZA, S.A. se encuentran representadas por medio de anotaciones en cuenta, en virtud de acuerdo adoptado el día 10 de Septiembre de 1996 en la Junta General Extraordinaria y Universal de Accionistas, 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. La entidad encargada de su registro contable es el Servicio de Compensación y Liquidación de Valores, S.A., con domicilio en Madrid, c/Orense núm. 34, y sus Entidades Adheridas.

**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, pudiéndose para esto último remitirse al punto II.17.4.**

TELE PIZZA, S.A. cierra sus estados financieros el 31 de Diciembre de cada año. Hasta Agosto de 1996, el capital social de la Sociedad era de CIENTO CINCUENTA Y CINCO MILLONES DE PESETAS (155.000.000 Ptas.-). Con posterioridad a esta fecha, se efectuaron las siguientes operaciones:

- a) Reducción del capital social el 10 de Septiembre de 1996 por un importe de UN MILLÓN SEISCIENTAS SETENTA Y DOS MIL QUINIENTAS PESETAS (1.672.500 Ptas.) mediante la amortización de 16.725 acciones con la finalidad de amortizar las acciones de las que es titular la sociedad en autocartera, quedando la cifra de capital social en CIENTO CINCUENTA Y TRES MILLONES TRESCIENTAS VEINTISIETE MIL QUINIENTAS PESETAS (153.327.500 Ptas.). Dichas acciones en autocartera se encontraban contabilizadas en el balance de la Sociedad por un valor de inversión de 44.534.696 pesetas por lo que se producirá una reducción en los fondos de la Compañía por un importe de 42.862.196 Ptas., que se reflejarán como pérdida contable en el ejercicio 1996.
- b) Ampliación de capital el 10 de Septiembre de 1996 por un importe de NOVECIENTAS DIECINUEVE MILLONES NOVECIENTAS SESENTA Y CINCO MIL PESETAS (919.965.000 Ptas.) con cargo a

reservas disponibles de la propia Sociedad, por lo que el capital social quedó fijado en MIL SETENTA Y TRES MILLONES DOSCIENTAS NOVENTA Y DOS MIL QUINIENTAS PESETAS (1.073.292.500 Ptas.).

Ambos acuerdos societarios fueron debidamente protocolizados mediante escritura pública otorgada ante el Notario de Madrid D. Rodrigo Tena Arregui el 4 de Octubre 1996, con el número 355 de orden de su protocolo, que se encuentra debidamente inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, al Tomo3270, Folio 208, Hoja número M-7989, Inscripción 530.

FECHA	IMPORTE AMPLIACIÓN / REDUCCIÓN	CAPITAL SOCIAL RESULTANTE
16.12.92	+77.500.000	155.000.000
10.09.96	-1.672.500	153.327.500
10.09.96	+919.965.000	1.073.292.500

- c) Con fecha efecto del 18 de mayo de 1998 se modificó el valor nominal de las acciones, pasando de 100 pts a 5 pts por acción.
- d) Con fecha 18 de Marzo de 1.999, y para realizar la redenominación del capital social a euros, se ha producido la reducción de dicho capital, con el único objetivo de efectuar el redondeo del valor nominal de las acciones. El capital social total resultante es de 6.439.755 euros (SEIS MILLONES CUATROCIENTOS TREINTA Y NUEVE MIL SETECIENTOS CINCUENTA Y CINCO EUROS).

### **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".

### **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.**

La Junta General Ordinaria de Accionistas del día 8 de Mayo, aprobó la ampliación de capital propuesta por el Consejo de Administración de fecha 17 de marzo de 1998, ampliación hasta un máximo del 1% del Capital Social (pudiendo ser incompleta su suscripción), con exclusión del derecho de suscripción preferente, mediante emisión de nuevas acciones de la misma clase y con los mismos derechos políticos y económicos. La Junta delegó la ejecución de dicho acuerdo en el Consejo de Administración, de conformidad con los límites previstos en los artículos 153.1.a) y 159 de la vigente Ley de Sociedades Anónimas. Esta ampliación tiene como objeto dar cumplimiento al Plan de Opciones sobre Acciones a favor de empleados y consejeros como compensación para el ejercicio 1.998 (posibilidad prevista expresamente en la Junta General Ordinaria de Accionistas de 6 de Junio de 1.997). Las acciones a suscribir en esta ampliación de capital, cotizarán en Bolsa.

Esta autorización es el objeto del presente folleto, cuyos detalles se explican en el capítulo II del mismo.

No existe autorización de la Junta General para emitir obligaciones convertibles canjeables o con "warrants".

### **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 3.266.452 acciones propias, lo que representa el 1,52% 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 1-1-97 era de 108.696. Durante 1997 se adquirieron 63.891, sin realizarse ninguna enajenación, alcanzando a 31-12-97 un total de 172.587 acciones. (3.451.740 acciones si tenemos en cuenta el split).

Durante el ejercicio 1998, y ya teniendo en cuenta el split, se han adquirido 926.029 acciones a un coste medio por acción de 1.078 Ptas. Las ventas del ejercicio corresponden a enajenaciones en el mercado bursatil español (276.380 acciones) y a ventas a empleados, directivos y consejeros de la sociedad dominante por la ejecución del Plan de Opciones sobre Acciones vigente desde al año 1997 (843.937 acciones). Tras estas operaciones Tele Pizza, S.A. mantiene en cartera las 3.266.452 acciones comentadas anteriormente. De acuerdo con el Artículo 79.3 de la L.S.A., la sociedad dominante mantiene constituida la preceptiva reserva indisponible. (El Plan de Opciones anteriormente mencionado se está ejecutando día a día, por lo que hay que tener en cuenta que los datos de autocartera pueden variar).

El beneficio obtenido en el año 98 con la enajenación de las acciones ha sido de 199,1 Millones de pts.

La Junta General Ordinaria de Accionistas celebrada el día 8 de Mayo de 1.998 ha autorizado 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 seis meses y veintinueve días no transcurridos desde la delegación, el acuerdo cuarto adoptado por la Junta General Ordinaria de Accionistas de fecha 6 de Junio de 1.997.

### **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>1998</u></b>	<b><u>1997</u></b>	<b><u>1996</u></b>
Beneficio neto (Millones de ptas)	3.251	2.313	1.473
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)	15,1	10,8	6,9

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

<b>GRUPO TELEPIZZA</b>	<b><u>1998</u></b>	<b><u>1997</u></b>	<b><u>1996</u></b>
Beneficio neto (Millones de ptas)	3.642	2.510	1.702
Beneficio por acción (ptas)	17,0	11,7	7,9

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

En TELE PIZZA, S.A., la participación más significativa corresponde a D. Leopoldo Fernández Pujals, que directamente o a través de la sociedad Transeuropean Research Traders, S.A., controla el 35,8% del Capital Social de la sociedad.

A continuación se relacionan las sociedades dependientes de TELE PIZZA S.A. a 31 de diciembre de 1998:

(Datos en Millones de pesetas)

	<u>DOMICILIO SOCIAL</u>	<u>ACTIVIDAD PRINCIPAL</u>	<u>%DE PARTICIPACIÓN</u>			<u>CAPITAL SOCIAL 31/12/98</u>	<u>RESERVAS 31/12/98</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	76%	0%	76%	20	68	25	113	16		16
TELEPIZZA LOGROÑO S.A.	Madrid	Alimentación	70%	0%	70%	16	31	38	85	11		11
TELEPIZZA FUENLABRADA S.A.	Madrid	Alimentación	70%	0%	70%	16	25	8	49	11		11
TELEPIZZA ALGECIRAS S.S.	Madrid	Alimentación	51%	0%	51%	22	22	31	75	11		11
TELEPIZZA MORATALAZ S.A.	Madrid	Alimentación	100%	0%	100%	10	14	6	30	55		55
TELEPIZZA INSULAR S.A.	Las Palmas de Gran Canaria	Alimentación	51%	0%	51%	18	225	181	424	182		182
TELEPIZZA CHILE S.S.	S. De Chile	Alimentación	88%	0%	88%	666	-192	135	609	341		341
TELEPIZZA PORTUGAL S.A.	Lisboa	Alimentación	100%	0%	100%	314	31	148	493	476		476
TELEPIZZA POLONIA S.A.	Varsovia	Alimentación	100%	0%	100%	270	-27	-20	223	220	-20	200
TELEPIZZA MÉXICO S.A. DE C.V.	Est.de México	Alimentación	100%	0%	100%	911	-189	6	728	513		513
MIXOR S.A.	Madrid	Alimentación	100%	0%	100%	535	-142	151	544	1.408		1.408
CIRCOL S.A.	Madrid	Alimentación	100%	0%	100%	400	-174	-55	171	300	-55	245
PRENASA-Productos Precocinados	Madrid	Alimentación	100%	0%	100%	100	-60	-18	22	100	-78	22
DELIVERY DELTA S.A.	Madrid	Transporte	100%	0%	100%	100		79	179	100		100
LUXTOR S.A.	Madrid	Alimentación	84,75%	0%	85%	40	305	58	403	774		774
FAWN S.A.	Bilbao	Alimentación	100%	0%	100%	55	127	206	388	1.314		1.314
SEDES S.A.	S.Sebastián	Alimentación	100%	0%	100%	25	172	48	245	556		556
EYDAL S.A.	Valladolid	Alimentación	0%	100%	100%	35	-15	-8	12	30	-18	12
MINEÑA S.L.	Las Palmas de Gran Canaria	Alimentación	0%	100%	100%	73		0	73	300		300
<b><u>SOCIEDADES ASOCIADAS</u></b>												
FASGEL S.A.	Santander	Alimentación	25,01%	0%	25%	10	49	71	130	3		3

El total de valor en libros es 6.235 Millones de pts (6.388 Millones de coste y 153 Millones de provisión). Sin tener en cuenta Eydal, S.A. y Mineña, S.L.

**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. PIZZAS DEL SUR (inactiva)	100% 16%
TELEPIZZA MEXICO, S.A. DE C.V.	TODO PIZZA, S.A. DE C.V. PIZZAS DEL CENTRO, S.A. DE C.V. INMOBILIARIA LOMBARD, S.A. DE C.V.	99,99% 66,66% 99,99%
TELEPIZZA PORTUGAL, S.A.	PIZZANORTE, S.L. Unipersonal	100%

## **EVOLUCIÓN DE LAS PARTICIPACIONES DESDE EL 31 DE DICIEMBRE DE 1.997 HASTA LA FIRMA DEL FOLLETO**

El 3 de marzo de 1998 la Sociedad Mixor, S.A. (filial de Tele Pizza, S.A.), ha adquirido el 65% de las acciones de Eydal, S.A., por importe de 17.468.750.- pesetas, adquiriendo con ello la sociedad compradora el 100% de su capital social..

El 27 de mayo de 1998, Tele Pizza, S.A. ha adquirido el 84,75% de las acciones de la Sociedad proveedora de queso LUXTOR, S.A., por importe de 767,5 millones de Ptas. Simultáneamente se adquirió un derecho de opción de compra irrevocable sobre el 15,25% restante. Este derecho podrá ser ejercitado a un precio ya pactado de 150 millones de Pesetas.

En el mes de agosto de 1998 Tele Pizza, S.A. adquirió el 50,6% de las acciones de Sedes, S.A. por un precio de 485 millones de Pesetas, adquiriendo con ello la sociedad compradora el 100% de su capital social..

En escritura pública de fecha 28 de octubre de 1998, una sociedad del Grupo, Telepizza Insular, S.A., adquirió la totalidad de las acciones de la compañía Mineña, S.L. Ésta compañía era propietaria de los activos correspondientes a las 4 tiendas franquiciadas hasta entonces por TelePizza Insular, S.A. El precio de la operación ascendió a 300 millones de pesetas.

En octubre de 1998 Tele Pizza, S.A. adquirió el 40% de las acciones de la Sociedad Telepizza Moratalaz, S.A. por un precio de 49 millones de pesetas, adquiriendo con ello la sociedad compradora el 100% de su capital social..

Con fecha 29 de diciembre de 1998 Tele Pizza, S.A. ha adquirido el 77,27% de las acciones de Fawn, S.A. por importe de 1.314 millones de pesetas, adquiriendo con ello la sociedad compradora el 100% de su capital social..

Con fecha 14 de enero de 1.999 Tele Pizza, S.A. ha procedido a la constitución de la sociedad Telepizza France, S.A., en la cuál ostenta una participación del 99,7% de su capital social.

Con fecha 24 de marzo de 1999 Tele Pizza, S.A. ha procedido 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 inicial estimado de las inversiones a realizar para el desarrollo de las actividades de la sociedad asciende a la cifra aproximada de 1.800 millones de pesetas (MIL OCHOCIENTOS MILLONES), dentro de la cuál se incluyen las adquisiciones citadas en el presente párrafo, así como las inversiones adicionales que se ha previsto realizar a corto plazo.

Respecto a la Sociedad chilena PIZZAS DEL SUR permanece inactiva desde 1.997.

## **CAPÍTULO IV**

### **ACTIVIDADES PRINCIPALES DEL EMISOR**

## **CAPÍTULO IV**

### **ACTIVIDADES PRINCIPALES DEL EMISOR**

---

#### **IV.1 ANTECEDENTES.**

Fundada en 1988 como una empresa familiar, TELEPIZZA se ha convertido en muy pocos años en el líder del mercado español de pizzas, tanto en número de establecimientos como en ventas (fuente : Dympanel).

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 en lo que se refiere a recursos humanos, ya que la plantilla media por tienda puede alcanzar hasta unas 50 personas.

RESUMEN DE LAS PRINCIPALES MAGNITUDES CONSOLIDADAS					
			1998	1997	1996
<b>CUENTA DE RESULTADOS</b>					
Importe Neto Cifra Negocio			38.741	26.876	17.993
Otros Ingresos			2.795	2.081	1.373
Aprovisionamientos y Gtos.Externos			-21.244	-15.383	-10.053
Gastos de Personal			-12.523	-8.383	-5.572
Amortización Inmovilizado			-2.168	-1.219	-746
Variación Provisiones Circulante			-22	-32,5	-20,3
<b>Resultado de Explotación</b>			<b>5.579</b>	<b>3.940</b>	<b>2.974</b>
Resultados Financieros			-148	-58	-82
Amortización Fondo de Comercio			-201	-104	-106
Resultado Soc. Puestas Equivalencia			64	90	54
<b>Resultado Actividades Ordinarias</b>			<b>5.295</b>	<b>3.867</b>	<b>2.841</b>
Resultados Extraordinarios			56	-161	-229
Impuesto Sociedades			-1.566	-1.091	-840
<b>Resultado del Ejercicio</b>			<b>3.785</b>	<b>2.616</b>	<b>1.773</b>
Atribuido Socios Externos			-143	-105	-71
<b>Resultado Atribuido Soc. Dominante</b>			<b>3.642</b>	<b>2.511</b>	<b>1.702</b>
Plantilla Media (número empleados)			7.130	6.192	4.404
Jornada Completa			1.205	889	559
Jornada Parcial			6.169	5.303	3.845
Variación Anual cifra de negocio			44,1%	49,4%	31,3%
Rentab. Activos Totales Medios (ROA)			25,6%	53,7%	59,5%
Rentab. Fondos Propios (ROE)			62,3%	54,0%	63,1%
Cotización/Valor en Libros			3112,2%	2232,6%	1282,7%
<b>BALANCE</b>			<b>1.998</b>	<b>1.997</b>	<b>1.996</b>
Inmovilizado Total			15.817	9.674	5.359
Fondo de Comercio de Consolidación y de Fusión			4.025	2.084	1.016
Gastos a Distribuir en Varios Ejercicios			117	264	265
Fondo de Maniobra			-3.250	-2.843	-1.501
<b>ACTIVO=PASIVO</b>			<b>25.911</b>	<b>15.863</b>	<b>9.854</b>
Fondos Propios			9.412	5.913	3.280
Socios Externos			484	292	205
Diferencia Negativa de Consolidación			238	233	236
Provisión Riesgos y Gastos			382	371	299
Deudas a Largo Plazo			6.062	2.369	1.119
Ingresos Distrib.Varios Ejercicios			280		
Endeudamiento Financiero Bruto			7.993	2.657	1.450
Fondo Maniobra Financiero (sin stocks)			-4.799	-3.651	-1.950
Activo Circulante/Deudas a corto			0,7	0,6	0,7

Endeud. Finan. / F. Propios + Soc.Externos			80,8%	42,8%	41,6%
Endeud. Finan. / Deudas Totales			52,9%	29,3%	26%
Deudas Totales / Total Pasivo			58,3%	57,1%	58,1%

Detallado en el capítulo V. Comentarios a los Estados Financieros Consolidados.

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

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

A) Evolución tiendas a final de año

	<b>1998</b>	<b>1997</b>	<b>1996</b>
<b><u>ESPAÑA</u></b>	<b>467</b>	<b>400</b>	<b>236</b>
TELEPIZZA	356	311	236
PIZZA WORLD	97	88	
TELEGRILL	14	1	
<b><u>INTERNACIONAL</u></b>	<b>123</b>	<b>68</b>	<b>51</b>
TELEPIZZA			
Portugal	36	26	21
México	40	24	16
Polonia	12	8	6
Chile	14	10	8
Francia	19		
TELEGRILL			
Portugal	1		
México	1		
<b><u>TOTAL TIENDAS</u></b>	<b>590</b>	<b>468</b>	<b>287</b>
PROPIAS	386	245	148
FRANQUIC.	204	223	139

## B) Evolución ventas de la Cadena

(en millones de pesetas)

	<b>1998</b>	<b>1997</b>	<b>1996</b>
<b><u>ESPAÑA</u></b>	<b>48.033</b>	<b>35.651</b>	<b>24.580</b>
TELEPIZZA	42.779	33.178	24.580
PIZZA WORLD	5.123	2.460	
TELEGRILL	131	13	
<b><u>INTERNACIONAL</u></b>	<b>5.756</b>	<b>3.992</b>	<b>2.727</b>
TELEPIZZA			
Portugal	3.105	2.209	1.620
México	1.056	770	421
Polonia	580	356	210
Chile	1.014	657	476
TELEGRILL			
México	1		
<b><u>TOTAL VENTAS CADENA</u></b>	<b>53.789</b>	<b>39.643</b>	<b>27.307</b>

Se entiende por ventas de la cadena, las ventas de los establecimientos propios y franquiciados al público. Por lo tanto, la cifra de ventas cadena no coincide con la cifra neta de negocios del balance consolidado ya que, la cifra neta de negocios consolidado incluyen las ventas de las tiendas propias al público más la venta de la fábrica a los franquiciados.

### **IV.2.1. Descripción del sector en el que opera la Compañía.**

#### **1. Descripción del sector de comida rápida (fast -food) 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 *fast-food* se define como un establecimiento en que el consumidor puede adquirir productos como comidas preparadas y refrescos para su consumo o bien en el local o fuera de él, con un tiempo de elaboración limitado.

El mercado del *fast-food* en 1998 es estimado por Dympanel en 175.000 millones (sin IVA), con un crecimiento del 20% sobre el año anterior.

Cabe destacar una mayor aceptación del concepto de *fast-food* 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 el *fast-food* 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 fast food en 1.995 ( último dato comparado disponible), en España era la mitad que en Francia y Alemania; un 14% del de Inglaterra y un 5,6% del de Estados Unidos. Así mismo, el número de habitantes por restaurante era de 39.500, frente a 31.000 en Francia y Alemania y 1.800 en Estados Unidos e Inglaterra.

Según el informe antes mencionado, el número de establecimientos dedicados al *fast-food* ha pasado de 1.247 en 1996 a 1.496 en 1997, según el siguiente detalle:

Según datos Euromonitor, actualizados hasta diciembre de 1997.

<b>Nº establecimientos</b>	<b>1997</b>	<b>1996</b>	<b>1995</b>
Hamburguesas	377	325	267
Pizzas	583	507	517

Tradicional/bocadillos	343	262	226
Postres	193	153	121
<b>TOTAL</b>	<b>1.496</b>	<b>1.247</b>	<b>1.131</b>

Fuente: Euromonitor Market Direction

Conviene destacar que Euromonitor, para sus análisis, considera, únicamente, las cadenas de pizza que cuenten con 5 ó más establecimientos, siempre y cuando presten el servicio de reparto a domicilio.

## **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.

Un factor que potencia el desarrollo es la tendencia actual en las ciudades de extensión hacia áreas suburbanas en las que hay pocos establecimientos de ocio, tales como centros comerciales, restaurantes u otros centros de reunión; al no disponer de estas alternativas, el consumidor de dichas zonas se decanta por el pedido telefónico para recibir el producto en su domicilio.

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 han 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 65 % es reparto a domicilio, frente a un 35 % de consumo en el local.

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 DYM Panel, en 1998 su peso en ventas superó el 45% 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 45% del total, muy superior al de otros países como Francia, Alemania o Inglaterra. En Estados Unidos, la pizza suponía en 1995 (último dato disponible) el 28% del total del *fast-food*.

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 1998, el Grupo TelePizza se ha reafirmado como líder indiscutible del mercado español de pizzas, alcanzando, según DYMPANEL, una cuota de mercado del 58%.

En cuanto al número de establecimientos de las cadenas en España, la evolución en los tres últimos años ha sido la siguiente:

	<b>1998</b>	<b>1997</b>	<b>1996</b>
TelePizza	356	311	216
Pizza World	97	88	101
TeleGrill	16	1	

El número de establecimientos del Grupo Telepizza, en España, a diciembre de 1998, alcanzó las 469 unidades, con un crecimiento del 18 % respecto al año anterior.

Dentro de este entorno, el grupo TelePizza lidera el mercado en ventas y número de establecimientos. Su liderazgo está basado, 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 y
- Descentralización de la política de promociones en función del entorno competitivo de cada establecimiento.

#### **IV.2.2. 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 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 y es el único producto que se elabora en la fábrica. Su producción se realiza 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 20/30 por tienda. Las motos son compradas a un mismo proveedor (Motovespa) con el fin de guardar una imagen uniforme en toda la cadena. Las motos de los establecimientos en franquicia son propiedad del franquiciado, adquiridas asimismo a dicho proveedor. Todas las motos se encuentran matriculadas y aseguradas.

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.2.3. 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.

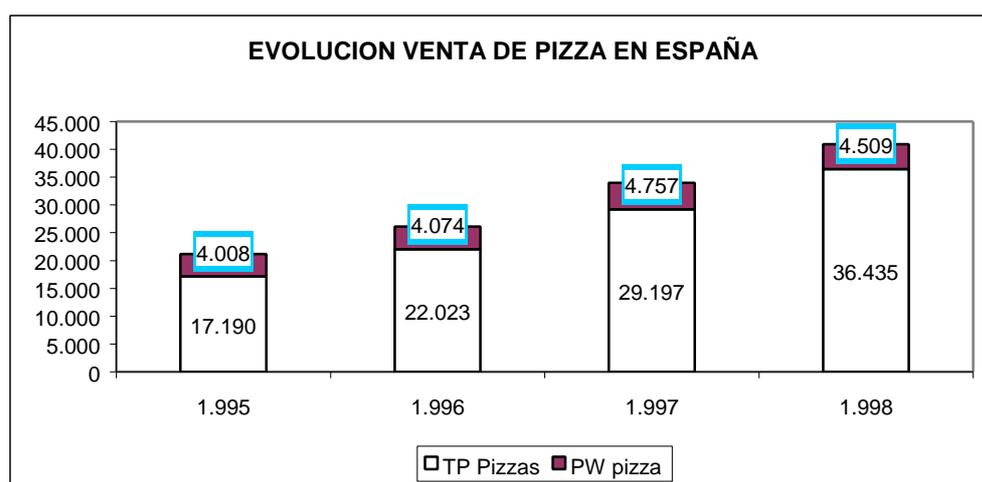
##### **Grupo 1: Pizza**

###### 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 nueva *fin world*, crujiente, sabrosa y muy ligera.

###### b) Ventas

Las ventas de pizza del conjunto de la cadena (tiendas propias y franquiciadas), actividad fundamental del negocio de TELEPIZZA, han experimentado la siguiente evolución en España:



Esta cifra no coincide con el importe neto de la cifra de negocios ya que se refiere únicamente a la venta de pizzas.

###### c) Imagen de producto:

Todas las pizzas del Grupo son denominadas "telepizzas" o "pizza world" 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:

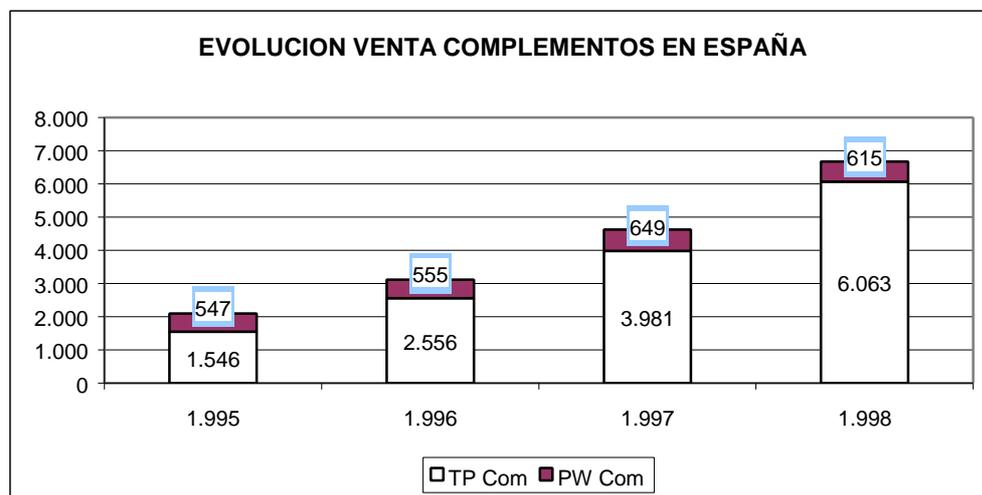
En los últimos años, el Grupo ha venido incorporando nuevas extensiones a su línea de producto pizza. Estos productos en ningún caso son sustitutivos a la pizza, actividad básica y fundamental del negocio, sino que sirven para complementarlo.

Estos complementos se dividen en tres apartados:

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

### b) Ventas:

Las ventas de los productos complementarios han experimentado un fuerte crecimiento desde 1994, año en el que el grupo comenzó a desarrollar esta nueva estrategia. La evolución ha sido la siguiente:



### c) 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 ambas marcas.

#### **IV.2.4 TELEGRILL**

##### a) Descripción general

A partir de diciembre de 1998, comenzó la expansión de esta nueva línea de negocio en diferentes poblaciones españolas. Debido a que esta expansión se llevó a cabo a finales de año, la incidencia sobre la venta total del año 98 no es representativa, siendo la cifra de ventas totales en 1.998 de 131 millones y el número de tiendas abiertas a 31 de Diciembre de 1.998, 14 en España, 1 en Portugal y otra en Mexico. Las actividades principales de TeleGrill son la venta de productos a la parrilla (pollo y costillas), además de ofrecer una amplia variedad de complementos, ensaladas y postres, que favorecen la posibilidad de elección entre nuestros consumidores.

Además de esta variedad en la carta, se incorporan continuamente productos novedosos como el sandwich de pollo, con lo que se consigue llegar a todo tipo de clientes.

La venta de nuestros productos, al igual que el resto de las líneas de negocio del grupo TelePizza, se realiza tanto a domicilio como en nuestros restaurantes, potenciándose esta última modalidad debido a la amplitud de los mismos y a su ambiente agradable y cómodo.

##### b) TeleGrill y su competencia

Este nuevo segmento de mercado no está tan desarrollado como el sector de la pizza, por lo que hay un número reducido de empresas pioneras.

Las ventajas principales de TeleGrill frente a sus principales competidores son :

- Producto de calidad
- Rápida implantación geográfica
- Amplio conocimiento del reparto a domicilio, principalmente avalado por TelePizza.
- Novedad de productos y elaboración en el sector de comida a domicilio

Toda la comunicación de TeleGrill, tanto a nivel publicitario como promocional, llevará el sello de nuestro *claim*: “El auténtico sabor a la parrilla”

#### **IV.2.5. Evolución ingresos Totales Grupo TELEPIZZA Consolidado**

(Millones de Pesetas)

<b><u>Ventas por centros</u></b>	<u>1998</u>	<u>1997</u>	<u>1996</u>
----------------------------------	-------------	-------------	-------------

Ventas tiendas propias	30.554	20.207	13.853
Ventas de la central a franquicias	8.187	6.669	4.140
	-----	-----	-----
<b>1. <u>Importe neto Cifra de negocios</u></b>	<b>38.741</b>	<b>26.876</b>	<b>17.993</b>
% Variación sobre año anterior	44,1%	49,37%	31,28%
<b><u>Otros Ingresos</u></b>			
Canon de concesión por franquicia (1)	65	35	29
Cánon periódico (royalty) por franquicia (1)	1.151	887	589
Cánon de publicidad	767	673	541
Otros ingresos de Explotación	812	486	214
	-----	-----	-----
<b>2. <u>Total otros ingresos explotación</u></b>	<b>2.795</b>	<b>2.081</b>	<b>1.373</b>
% Variación sobre año anterior	34,31%	51,57%	37,3%
<b>INGRESOS TOTALES CONSOLIDADOS (1+2)</b>	<b>41.536</b>	<b>28.957</b>	<b>19.368</b>
% Variación sobre año anterior	43,44%	49,51%	31,71%

(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 1998 ha presentado un crecimiento del 44,1% sobre el ejercicio 1997, alcanzando los 38.741 millones de pesetas. Es necesario destacar la aportación al crecimiento de la cifra de ventas de la cadena "Pizza World", adquirida en el mes de mayo de 1997. Dicha cadena ha aportado a la cifra de negocio consolidada, vía venta de tiendas propias al consumidor final y venta de fábrica a sus franquiciados, 2.975 millones de pesetas en el ejercicio 1.998.

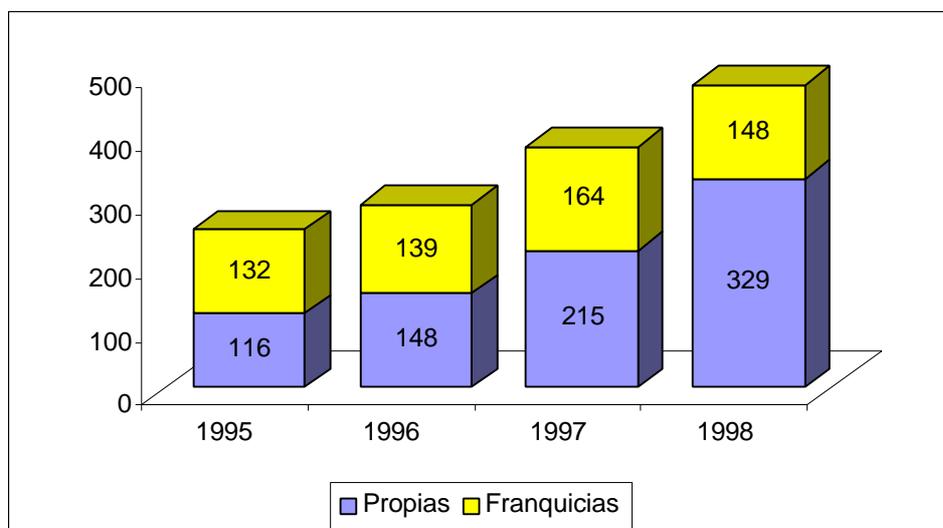
#### **IV.2.6. Informe de operaciones "TELEPIZZA"**

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.

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.

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

## EVOLUCIÓN N° DE TIENDAS “TELEPIZZA” PROPIAS Y FRANQUICIAS (INCLUYE TIENDAS EN ESPAÑA Y EN EL EXTRANJERO)



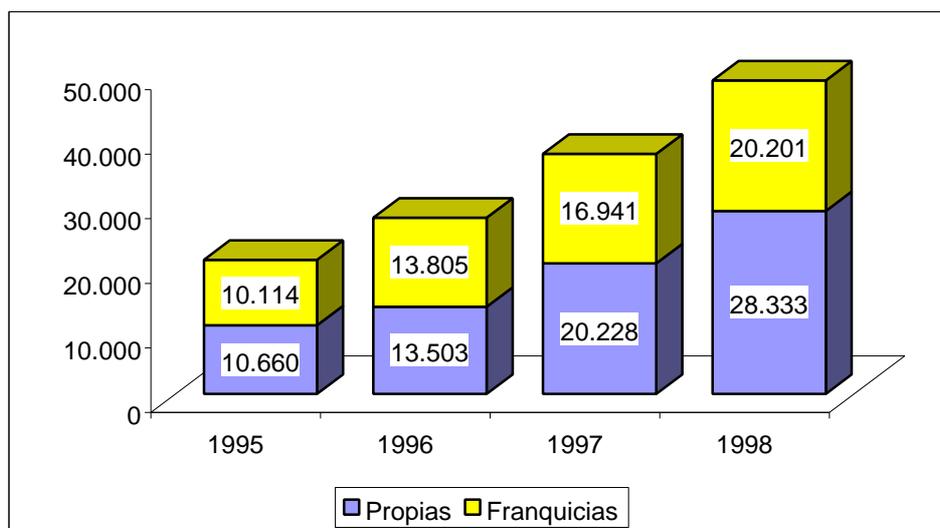
	1.998	1.997	1.996
Propias	329	215	148
Franquiciadas	148	164	139

En el transcurso de 1998 se han realizado 89 aperturas de nuevas tiendas bajo la marca "TelePizza", de las que 53 corresponden a establecimientos en territorio nacional y 36 a aperturas en el resto de los cuatro países donde opera la marca. Durante el mismo período se han abierto 11 nuevas tiendas que operan bajo la marca "Pizza World" y 15 bajo la marca "TeleGrill". Tras estas aperturas, el número total de tiendas a final del ejercicio ascendió a 590 (incluyendo las 19 tiendas adquiridas en Francia), de las que 467 son nacionales y 123 internacionales.

Las ventas durante 1.998 han sido de 28.233 Millones de ptas para las tiendas propias y 20.201 Millones para las franquicias.

	1.998	1.997	1.996
Propias	28.333	20.228	13.502
Franquiciadas	20.201	16.941	13.805
<b>TOTAL</b>	<b>48.534</b>	<b>37.170</b>	<b>27.307</b>

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



La cadena "TelePizza" ha alcanzado un crecimiento en ventas de un 30,58% con respecto a 1997, superior al crecimiento experimentado por el sector.

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 EN FRANQUICIA DE LA CADENA "TELEPIZZA" (\*) (Unidad: N° de tiendas, Millones de Pesetas y %)

	1998	1997	1996
<b>1. Número de Establecimientos</b>			
Tiendas Propias	329	215	148
Tiendas en Franquicia	148	164	139
<hr/>			
Tiendas en España	356	311	236
Tiendas Extranjero	121	68	51
<hr/>			
<b>Total Tiendas</b>	<b>477</b>	<b>379</b>	<b>287</b>
% Variación s/ Año Anterior	25,9%	32,1%	15,7%
<hr/>			
<b>2. Ventas en Tiendas</b>			
Tiendas Propias	28.333	20.228	13.502
Tiendas en Franquicia	20.201	16.942	13.805
<hr/>			
Tiendas en España	42.779	33.178	24.580
Tiendas Extranjero	5.755	3.992	2.727
<hr/>			
<b>Total Venta Cadena</b>	<b>48.534</b>	<b>37.170</b>	<b>27.307</b>

% Variación s/ Año Anterior	30,6%	36,1%	31,4%
<b>3. Venta Media por tienda/mes</b>			
Tiendas Propias(1)	9.419	9.479	8.660
Tiendas en Franquicia(1)	9.892	9.599	8.576
<b>Total Venta Media Cadena (1)</b>	<b>9.884</b>	<b>9.533</b>	<b>8.621</b>
% Variación s/ Año Anterior	3,7%	10,6%	6,8%

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

(\*) No incluye datos de Pizzaworld ni TeleGrill.

TelePizza siempre ha apostado por el marketing como una herramienta esencial en su estrategia. Así, en el transcurso de 1998 se han llevado a cabo importantes campañas de publicidad y promoción, destinadas a reforzar, no sólo la calidad de sus productos, sino su imagen en la mente del consumidor, 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 10 nuevos spots para potenciar la imagen, los lanzamientos de nuevos productos como las alitas de pollo, el pan de ajo y las trufas, así como las promociones de regalo seguro.

De cara a potenciar la fidelidad del consumidor y a incrementar el importe medio del pedido, se han desarrollado con éxito campañas promocionales durante 1998 que denominamos: vídeos de Spielberg, CD musicales, Vuelta al Cole, Juegos de Mesa, Relojes y Radios Burbuja y películas de vídeo y el Décimo Aniversario.

#### DISTRIBUCION GEOGRAFICA DE LAS TIENDAS DE LA CADENA TELEPIZZA EN ESPAÑA

Las tiendas de TelePizza en España a 31 de diciembre de 1998 se encuentran distribuidas por comunidades de la siguiente manera:

<u>Comunidad</u>	<u>Propias</u>	<u>Franquicias</u>	<u>Total</u>
Andalucía	36	21	59
Aragón	9	0	9
Asturias	0	10	10
Baleares	5	0	5
Canarias	11	0	11
Cantabria	0	5	5
Castilla y León	9	11	20
Castilla la Mancha	3	7	10
Cataluña	33	12	45
Ceuta y Melilla	2	0	0
Extremadura	1	5	6
Galicia	6	9	15

Madrid	65	24	89
Murcia	4	2	6
Pais Vasco	22	3	25
Rioja	3	0	3
Valencia	21	17	38
Total España	230	126	356

### **LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS**

Durante 1998 han destacado cuatro lanzamientos: una nueva especialidad (la TELEPIZZA BARBACOA), las nuevas trufas, alitas de pollo y el pan de ajo. Asimismo, se ha continuado con el relanzamiento de LA HELADERIA DE TELEPIZZA.

Aunque TelePizza mantiene su orientación familiar, centrada en los niños como principales prescriptores del consumo, se exploran constantemente nuevos "nichos" a través de productos que ayuden a incorporar nuevos consumidores.

La nueva TELEPIZZA BARBACOA y las ALITAS DE POLLO responde a esta estrategia de ampliación de nuestra base de clientes, ya que, por la calidad de sus ingredientes y su posicionamiento, se ha convertido en una especialidad que responde a los paladares más exigentes.

Su lanzamiento, apoyado por una notoria campaña de publicidad, ha constituido un importante crecimiento en las ventas desde el día de su lanzamiento.

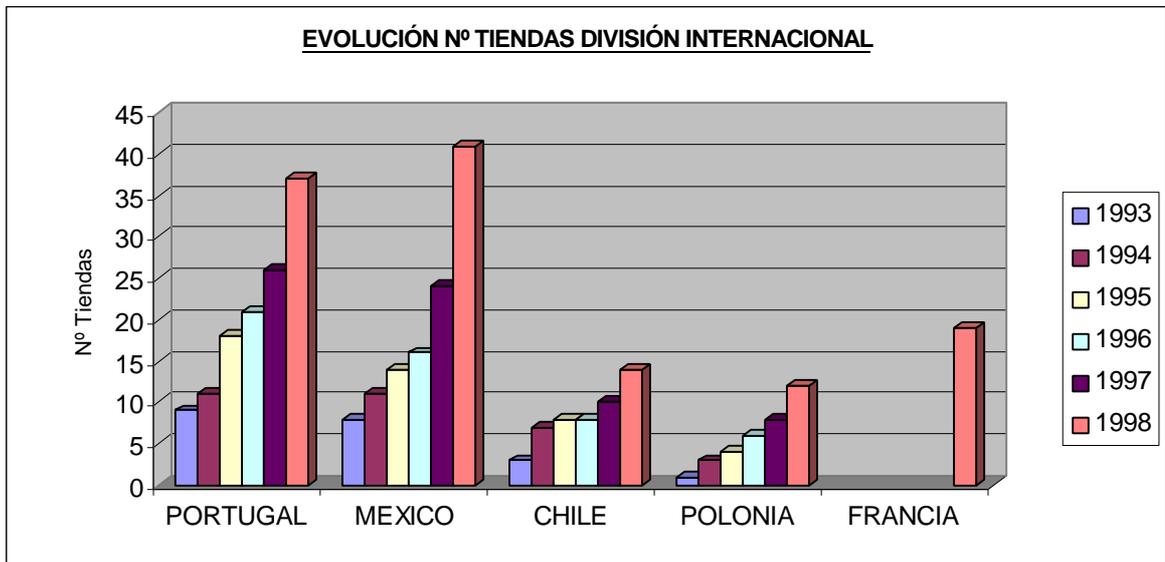
#### **IV.2.7. Actividades de la división de TELEPIZZA internacional**

TelePizza cuenta, al margen de España, con tiendas en cinco países (Portugal, México, Chile, Polonia y Francia). 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 1998 :

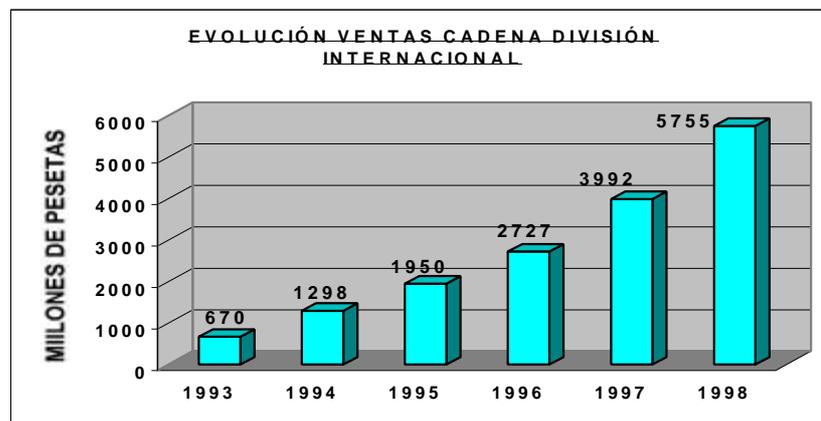
	Tiendas Propias	Franquicias	TG	Total
Portugal	25	11	1	37
México	29	11	1	41
Polonia	12	0		12
Chile	12	2		14
Francia	<u>19</u>	<u>0</u>		<u>19</u>
	97	24		123

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 31/12/97 había 44 tiendas propias; a 31/12/98 se han incrementado en un 121% ( 97 tiendas propias sin incluir las tiendas de la cadena TeleGrill).

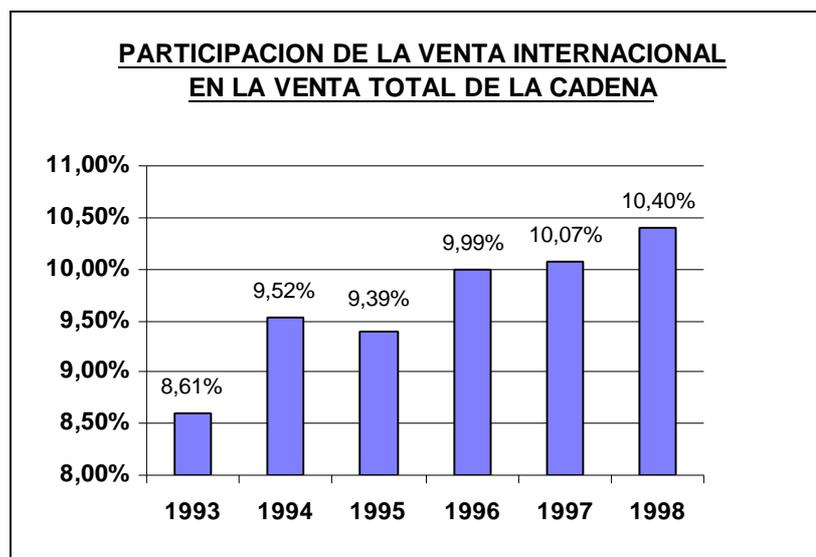


Las ventas en estos países han crecido un 44,16% en 1998 frente a 1997, porcentaje que se sitúa por encima de la cifra de crecimiento de España. Todavía, como es lógico, debido a su menor volumen, sus márgenes operativos están por debajo de España, pero se están empezando a consolidar con rapidez.

La evolución que han experimentado las ventas de la cadena para el conjunto de estos cinco países durante los últimos cinco 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 1998 el 10,4%. Sin tener en cuenta las ventas de la cadena “Pizza World” ni las de “Telegrill”, dicho porcentaje ascendería al 11,86%. 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.2.8. Informe de operaciones “PIZZA WORLD”**

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.

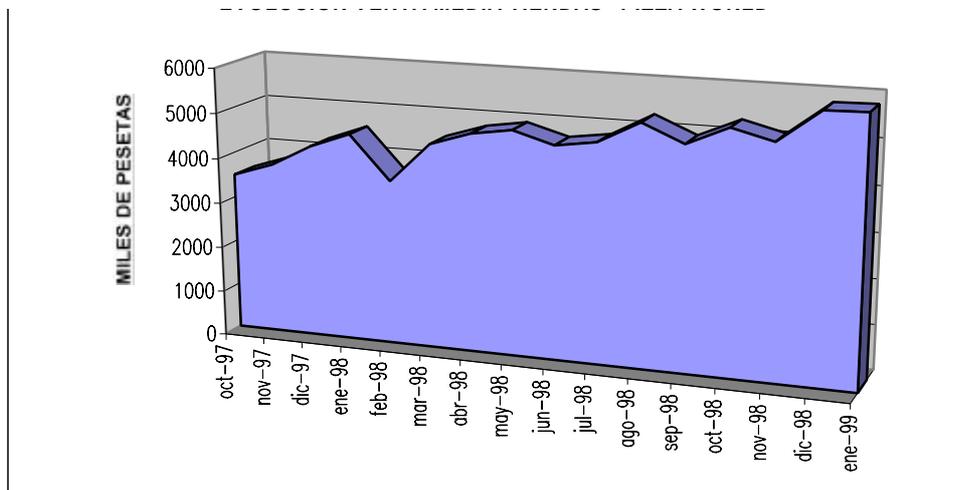
Las principales oportunidades derivadas de esta adquisición residían, en primer lugar, en poder convertir en tiendas "TelePizza" los establecimientos "Pizza World" que por proximidad no compitieran con tiendas ya establecidas de la marca "TelePizza" y, en segundo lugar, se observó la oportunidad de potenciar 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 1998 operaban bajo la marca "Pizza World" ascendía a 97, de las cuales 42 eran tiendas propias y 55 eran franquiciadas; una tienda se traspasó a Telepizza durante el año 1998. Las cifras que existían el 31 de diciembre de 1997 era de 28 tiendas propias y 60 tiendas franquiciadas.

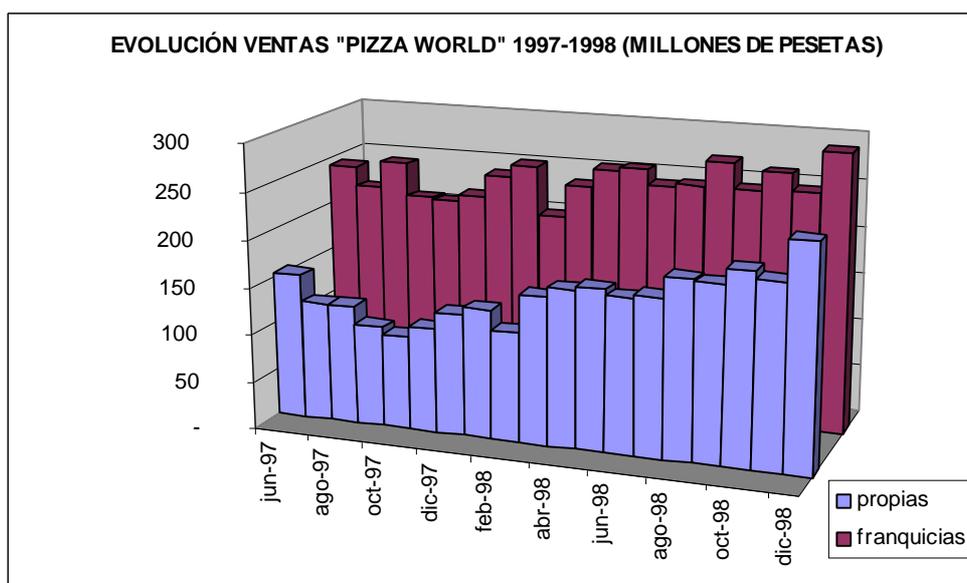
La inversión en inmovilizado realizada en la transformación de las tiendas propias de "Pizza World" se ha orientado hacia tres aspectos:

- a) Incorporación de motos : 2,5 Millones / tienda
- b) Instalación de nuevos equipos informáticos: 3 Millones / tienda
- c) Instalación de un segundo horno en todas las tiendas: 4,5 Millones / tienda

La evolución de las operaciones es muy esperanzadora a la vista del crecimiento que ha experimentado la venta media de las tiendas por mes, evolucionando desde los 3,6 millones de pesetas en Junio de 1997 a los 5,9 millones de pesetas para el mes de Diciembre de 1998, lo que supone un 64% de crecimiento. En el ejercicio 1998 las ventas experimentaron un crecimiento superior al del período anterior, toda vez que mejoraron las medidas de gestión que se implantaron.

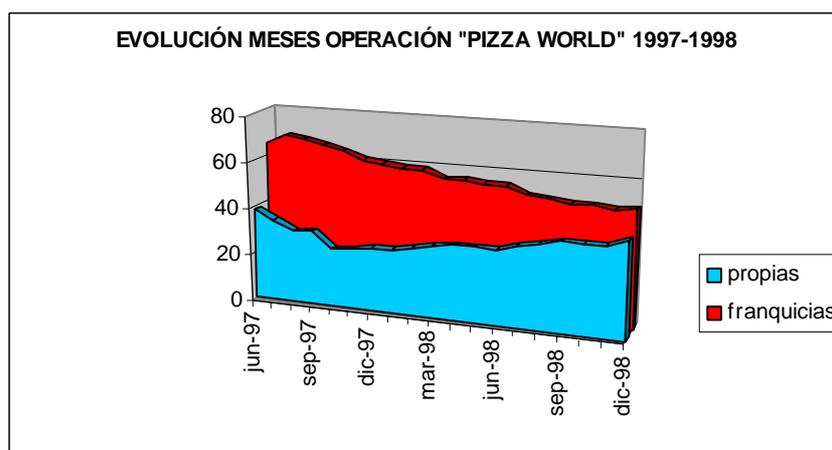


La facturación de la cadena durante los meses de operación de 1998 alcanzó un total de 5.122 millones de pesetas. La contribución de PIZZA WORLD al resultado consolidado del grupo para 1999 se estima en un 8,4% sobre el total del resultado del grupo (incluyendo la amortización del fondo de comercio resultante de la adquisición).



Las acciones de marketing llevadas a cabo durante los meses de actividad bajo la gestión del Grupo en el año 1998 han afectado, únicamente, al cambio de imagen del cupón, así como a la política de ofertas, con el fin de ajustarse a las demandas del mercado. En 1998 se ha realizado una campaña publicitaria en televisión, específica para la marca de PIZZA WORLD.

(EVOLUCIÓN N° TIENDAS/MESES)



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

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 apartado b) del capítulo IV .2.5.

#### 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 1998, tomando como base las ventas netas (sin IVA ni descuentos), es la siguiente:

VENTAS	100%
COSTE DE VENTAS	33,5%
PERSONAL	30,6%
PUBLICIDAD	3,5%
ALQUILER	3,8%
AMORTIZACIÓ N	4,4%
PROMOCIONES	4,0%
SUMINISTROS	4,1%
OTROS	5,9%
BENEFICIO A/IMP	10,2%

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

El coste de producto representa en la actualidad el 33,5% 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 ( 2 pizzas por el precio de una, etc.)

El coste de personal, que asciende al 30,6%, 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 o Cataluña 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 , 5,9%, 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 el coste de ventas de fábrica, por todos los productos suministrados a los franquiciados.

\* Coste de personal: Incluye tanto el personal de las tiendas, 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><i>Unidad: Millones de Ptas y %</i></b>	1.998	1.997	1.996
+ Consumos y Otros Gastos Externos	12.949	9.276	6.207
+ Otros Gastos de Explotación(1)	8.295	6.139	3.867
+ Gastos de Personal	12.523	8.383	5.572
+ Amortizaciones Inmovilizado	2.168	1.219	746
+ Gastos Financieros	222	141	147
<b>= Total Gastos</b>	<b>36.157</b>	<b>25.158</b>	<b>16.539</b>
% sobre Ingresos Totales	87,0%	86,9%	85,4%

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

### **3. Fabricación y distribución: compras**

#### **A. Producción y distribución.**

La Compañía dispone de tres centros de producción y distribución, uno en Guadalajara, otro en Sant Quirze del Vallés (Barcelona) y otro en Móstoles (Madrid), 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) y en Chile, México, Polonia y Portugal (para servir a dichos países).

La planta de Guadalajara cuenta con 3500 m<sup>2</sup> de instalaciones cubiertas distribuyéndose el espacio del siguiente modo: 2000 m<sup>2</sup> de almacenamiento, 1700 m<sup>2</sup> para almacén de seco y 341 m<sup>2</sup> de cámaras; 275 m<sup>2</sup> para muelles y preparación de carga; 600 m<sup>2</sup> para producción, lavado y almacenamiento de gavetas y el resto para servicios comunes y oficinas.

La fábrica cuenta en la actualidad con una plantilla de 91 personas 58 fijos y 33 eventuales estableciéndose dos turnos en producción todos los días de la semana. Para la carga de camiones se subcontrata una empresa que pone a nuestra disposición 21 personas para realizar este servicio.

La producción se realiza en turno y medio largo de 6 de la mañana a 7 de la tarde empleándose 5 líneas completas, siendo esta última de apoyo. El grado de utilización es del 55 % sobre parámetros teóricos de la maquinaria.

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.

La fabricación es diaria, siete días a la semana, todos los días del año.

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 producción y distribución del Grupo TELEPIZZA. Con la excepción de los helados, cerveza, refrescos y ensaladas, todos los demás artículos son pedidos a y servidos desde la fábrica.

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, tal como se detalla en el punto d) de las dos páginas siguientes.

Cada país en que opera la cadena dispone de su propia central de producción y distribución, en los que se repite el mismo esquema.

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. Además, esta operativa se ha demostrado como un excelente sistema de control del volumen de ventas de cada una de las tiendas, ya que el número de pizzas elaboradas y vendidas debe coincidir con el número de bolas de masa suministradas a cada tienda. 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.2.5. Lanzamiento de nuevos productos).

La Central de Producción y Distribución de Sant Quirze del Vallés (Barcelona), suministra producto y se da servicio a las tiendas de Cataluña, Aragón, Levante y Navarra, estando prevista la ampliación a las tiendas del País Vasco. Esta nueva central cuenta con los más avanzados sistemas de producción, que le permiten producir cerca de 6.000 bolas de masa por hora.

Sobre una parcela de 5600 m<sup>2</sup>, cuenta con 2800 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 ( 375 m<sup>2</sup> de espacio de cámara y el resto 1725 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 67 empleados de los que 55 son fijos y 12 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.

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.

El ejercicio de 1998 ha supuesto la diversificación de las actividades de fabricación a nuevas áreas con la producción de postres, cárnicos y quesos, con el objetivo de proporcionar a nuestros clientes productos exclusivos de la mejor calidad. Estas nuevas actividades entran dentro de la política de integración vertical de proveedores que se ha concretado en los siguientes hechos:

- a) En primer lugar, la adquisición, a mitad del ejercicio, de la sociedad LUXTOR, S.A. como decisión estratégica para el aseguramiento del suministro y la calidad del queso como materia prima fundamental en la elaboración de nuestras pizzas.

La inversión realizada ascendió a los 774 millones de pesetas, lo que supone una participación del 84,75% por parte de TELEPIZZA, S.A.

En Mayo de 1998 se inauguró la nueva fábrica de Ávila, que cuenta con los más avanzados sistemas de producción y gracias a la cual se alcanzó este año una cifra de facturación de 5.200 millones de pesetas y un total de 9.500 toneladas de queso.

- b) En segundo lugar, 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 nueva cadena.

La inversión inicial fue de 30 millones con los que se adaptó y amplió una moderna industria cárnica ya existente. Para el ejercicio 1999 se prevé una inversión cercana a los 90 millones de pesetas en estas instalaciones.

La capacidad de producción que podemos alcanzar en estas instalaciones es de 1.000 toneladas de productos cárnicos al año.

- c) En tercer lugar, se ampliaron las instalaciones existentes de PRENASA en La Coruña con una inversión de 40 millones para la producción de productos de pastelería con postres exclusivos de las diferentes cadenas:

- Trufas de Telepizza.

- Tartas de Telegrill, PizzaWorld y Telepizza.

Esto ha permitido convertir PRENASA en una industria de Beneficio y con un futuro muy prometedor.

- d) Por último, se ha consolidado la integración de la empresa de transportes DELIVERY DELTA, prestando un servicio de la más alta calidad que contribuyó 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 61 camiones y de 20 a 26 remolques, lo que supuso una inversión de 200 millones de pesetas.

Durante el año 1998 se han distribuido un total de 55.000 toneladas de producto, a lo largo de toda la geografía nacional, recorriendo un total de 5.200.000 kilómetros. El número de conductores también se ha incrementado de 58 a 67 personas.

En los Centros de Producción y Distribución de Guadalajara y San Quirze se han realizado inversiones de mejora en las líneas de producción y en la capacidad de almacenaje seco y frigorífico. Esto ha permitido alcanzar un incremento en la producción de masas para pizza del 34% sobre el ejercicio 1997.

#### 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 las 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 el 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 recibirían 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 percance.

##### 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 Quirce.

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 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 ( total 109 tiendas). 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 Quirce 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 el tema de 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 los 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, beicon 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.	3.250.714	(84.003)	-	3.166.711
<u>Sociedades Dependientes</u>				
TelePizza Córdoba, S.A.	25.148	(776)	(6.036)	18.336
TelePizza Logroño, S.A.	37.984	-	(11.395)	26.589
TelePizza Insular, S.A.	180.786	(14.029)	(88.585)	78.172
Telepizza Fuenlabrada, S.A.	8.119	-	(2.436)	5.683
TelePizza Chile, S.A.	134.753	-	(16.174)	118.579
TelePizza Portugal	147.758	(36.827)	-	110.931

TelePizza Polonia, S.A.	(20.129)	-	-	(20.129)
TelePizza Moratalaz, S.A.	6.170	(2.892 )	-	3.278
TelePizza Mexico,S.A. de C.V.	5.691	-	-	5.691
TelePizza Algeciras, S.L.	30.731	-	(15.058)	15.673
Mixor,S.A.	150.678	(112.055)	-	38.623
Circol, S.A.	(54.685)	(8.212)	-	(62.897)
Prenasa, S.A.	(18.207)	-	-	(18.207)
Delivery Delta, S.A.	79.220	-	-	79.220
Fawn,S.A.	-	46.959	-	46.959
Sedes, S.A.	48.107	(20.708)	-	27.399
Mineña, S.L.	181	(4.380)	-	(4.199)
Luxtor, S.A.	22.166	(23.050)	(3.380)	(4.264)
Eydal, S.A..	(8.162)	402		(7.760)

#### Sociedades Asociadas

Fasgel, S.A.	-	17.506	-	17.506
--------------	---	--------	---	--------

#### **IV.2.11. Política comercial.**

La agresiva política de expansión seguida por las principales cadenas en los últimos años ha mantenido una fuerte presión sobre los precios de las pizzas en el mercado español que no han reflejado ni siquiera los aumentos correspondientes a la inflación y se han mantenido prácticamente estancados en los últimos años, ya que incrementos en precios van acompañados de incrementos en los descuentos, siendo el incremento neto mínimo. El Grupo TELEPIZZA ha sido uno de los artífices de este comportamiento (como consecuencia de su liderazgo de mercado), al haber antepuesto su política de crecimiento y, por tanto, de rentabilidad a largo plazo, a la de un aumento de rentabilidad a corto.

A nivel de tienda, la principal variable en la política de precios lo ha venido constituyendo la política de promociones que tiene una importancia creciente dentro del sector. Las promociones típicas son ofertas del tipo dos pizzas por el precio de una (2x1), descuentos por la compra de la segunda pizza, bebidas, helados u otros objetos de regalo, etc. Las promociones tienen por objetivo aumentar el grado de penetración de las zonas en que se ha producido una apertura reciente, promover el consumo durante los días de entre semana o introducir nuevos productos.

Asimismo, para la cadena PIZZA WORLD, se realizan ofertas y descuentos y no se prevé incremento en precios.

#### **IV.2.12. Sistemas de Información y control**

El departamento de sistemas de información y control, clave para el crecimiento de la compañía, se compone de 39 personas y se encuentra dividido en tres 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 y 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 misma. 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 destacar:
  - META4 para la gestión de personal y recursos humanos
  - OneWorld de J.D. Edward 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.

No menos eficaces son los sistemas de control encaminados a detectar falta de existencias de producto o de dinero, críticos en un negocio de estas características. Así, por ejemplo, en el momento de grabar un pedido de un cliente, los ingredientes utilizados son dados de baja automáticamente del inventario, facilitando el cuadro posterior, o el hecho de que cualquier modificación efectuada en un pedido quede reflejada con los datos del día, hora y persona que lo efectuó.

El uso de códigos de barras en los albaranes de entrega, así como en las placas de identificación de los repartidores, permite saber qué empleado repartió cada pedido, las horas de salida y regreso, de forma que resulta posible medir la calidad del servicio y el rendimiento del personal.

El jefe de una tienda “TelePizza” es considerado el gerente de su negocio y, como tal, dispone de amplia información sobre todos los aspectos del mismo. Así, todos los datos referentes al personal a su cargo, desde la fecha de alta, tipo de contrato laboral, vacaciones pendientes de disfrutar, disponibilidad, fecha de renovación, uniformes entregados, incentivos acumulados, etc., etc están disponibles permanentemente para consulta en el ordenador de la tienda.

Asimismo, el jefe de tienda dispone de variedad de reportes para analizar la marcha de las ventas, tanto en pesetas como en pedidos, desglosadas en venta en local, a domicilio y total, para cualquier intervalo desde meses hasta intervalos de media hora (por calle, por tipo de producto vendido o por tipo de oferta).

Por supuesto, el coste de producto, puede consultarse en cualquier momento para comprobar que la cantidad de ingredientes es la justa (y, por tanto, la calidad del producto), medir el impacto de ofertas y descuentos, así como desperdicios y posibles faltas de existencias de producto.

También hay ficheros específicos de clientes que permiten conocer el historial de pedidos de cada uno, frecuencia de pedidos, preferencias, importe medio del pedido.

De esta forma, se pueden detectar clientes que dejan de pedir o cuya frecuencia de pedido disminuye y tomar medidas específicas para corregir la situación. La información disponible también permite establecer programas de fidelización para premiar a los clientes que más piden.

#### **IV.2.13. Descripción Sistema de Franquicia.**

##### **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 conocimientos secretos (“*know-how*”).

En ciertos casos, el Franquiciador es propietario-arrendatario del local comercial en el que el Franquiciado 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 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 implementación
- \* 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 las comunidades autónomas de Madrid y Cataluña 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 .
- \* El impago de cualquier mensualidad o resolución o finalización del contrato de arrendamiento-subarrendamiento que es tributario al de Franquicia, en caso de que el Franquiciador sea Arrendador.

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 y reciben por lo tanto un cargo mensual en concepto de administración.

## **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 1998, las tiendas propias representaban 217 y las franquicias 139.

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 de TELEPIZZA, es decir en las que TELE PIZZA, S.A. no posee participación.

Las franquicias administradas por TELE PIZZA, S.A. son Telepizza Moratalaz, S.A., Telepizza Fuenlabrada, S.A., Telepizza Córdoba, S.A., Telepizza Logroño, S.A. y Telepizza Algeciras, S.L.

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

El sistema de Franquicia desarrollado por MIXOR, S.A. consiste en la cesión mediante contrato del procedimiento para la producción y comercialización de pizzas, amparado por las marcas y los diferentes derechos de la Propiedad Industrial “PIZZA WORLD”, así como un conjunto de métodos y conocimientos operativos para la instalación, puesta en marcha y funcionamiento de la Franquicia. “MIXOR, S.A.” tiene todos los derechos para explotar las diferentes marcas “PIZZA WORLD” así como los rótulos de establecimientos.

Mediante el propio contrato de Franquicia, MIXOR, 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 conocimientos secretos (“*Know-how*”).

En ciertos casos, el Franquiciador es propietario-arrendatario del local comercial en el que el Franquiciado se propone instalar el establecimiento dedicado a la explotación de la franquicia.

En relación con la vigencia de los contratos de Franquicia vigentes, ésta suele tener un período de duración de 10 años, contados a partir de la fecha de la firma del mismo. El contrato contempla a la finalización de su vigencia la posibilidad de solicitar la renovación del mismo por un periodo adicional.

El contrato concede un territorio en exclusiva al Franquiciado, para la explotación por éste 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.

En contraprestación de la licencia "PIZZA WORLD" concedida por el Franquiciador, el Franquiciado pagará al Franquiciador una cantidad fija inicial en concepto de canon de entrada de franquicia de 2,5 Millones y derechos de apertura del establecimiento y posteriormente un importe equivalente, en la mayoría de los casos, al 5% sin I.V.A., calculado sobre el importe de las ventas brutas semanales, I.V.A. excluido, en concepto de ROYALTY.

El Franquiciado adquiere del Franquiciador la materia prima y cualesquiera otras mercancías relacionadas con la explotación del negocio de "PIZZA WORLD" que el Franquiciador determine. Para el caso de productos, equipos o servicios no suministrados directamente por MIXOR, S.A., esta homologa previamente 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 comercial al Franquiciado tanto en la instalación del negocio como durante la vigencia del contrato.
- \* 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 implementación.
- \* Mantener la confidencialidad de la información obtenida del Franquiciado y utilizar dicha información exclusivamente en beneficio de la Franquicia.
- \* 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 del negocio.
- \* Respetar la zona territorial asignada con carácter de exclusividad.

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.
- \* Adquirir y utilizar todos los medios auxiliares de formación que el Franquiciador estime convenientes.
- \* 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 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.

El Franquiciador se reserva la facultad de ceder a un tercer de su libre elección los derechos y obligaciones derivados del presente contrato. El Franquiciado, por su parte, no podrá ceder a un tercero sus derechos sin el previo consentimiento expreso y por escrito del Franquiciador.

Las principales causas que pueden dar lugar a una resolución del contrato, en la mayor parte de los contratos, 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, no siendo posible la subsanación si dichos incumplimientos incurrieran en reiteración por parte del Franquiciado.

\* 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 y la obligación de confidencialidad sobre el contenido del contrato y no utilizar en la forma prevista en el contrato de Franquicia, el nombre, la marca y símbolos distintivos de la Franquicia Pizza World.

\*El impago de cualquier mensualidad o resolución o finalización del contrato de arrendamiento-subarrendamiento que es tributario al de Franquicia.

En cuanto a los contratos de franquicia existentes en la fecha de adquisición, se han mantenido los acuerdos pactados en su día entre el Franquiciado y Mixor, si bien algunos aspectos puntuales se están negociando para conseguir una homogeneización de todos los Franquiciados de la cadena PIZZA WORLD. Las características aquí resumidas corresponden a los nuevos Contratos de Franquicia que se han venido firmando en los últimos meses.

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

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

##### **a) Industria del servicio de comida rápida.**

El negocio del servicio de comida rápida está afectado por multitud de cambios en el gusto de los consumidores, por las condiciones económicas nacionales, regionales y locales, tendencias demográficas, número y localización de los establecimientos de la competencia.

Las cadenas de comida rápida podrían verse asimismo afectadas por la publicidad negativa debida a una mala percepción sobre la calidad de la comida, o por los perjuicios ocasionados a uno o varios clientes relacionados con la salud que provinieran de un único o un limitado número de establecimientos.

No obstante, un reciente informe publicado por la OCU (enero 99) puso de manifiesto que la pizza se desmarca ventajosamente del resto de los fast food por sus equilibrados valores nutricionales y su adscripción a la dieta mediterránea.

### b) Competencia.

El sector de comida rápida es intensamente competitivo en lo que se refiere a calidad del producto, localización de los establecimientos, servicio y sobre todo precio.

Hay otras compañías ya establecidas en España con una capacidad financiera y de recursos importante, y con experiencia en el sector. El número de establecimientos de comida rápida, tanto para su consumo en local como a domicilio, ha aumentado en los años recientes, generando un incremento en la competencia directa de TELEPIZZA.

### c) Saturación del sector.

La compañía no cree que el sector se encuentre saturado, como se demuestra en los datos proporcionados en el epígrafe: "El sector del *fast-food*", prueba de ello es el crecimiento que ha experimentado la propia compañía en ventas y en número de establecimiento así como la incorporación creciente de compañías a dicho sector en los últimos años.

### 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, la pizza el consumo 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. Análisis de Estacionalidad.

	1 Trim	2 Trim	3 Trim	4 Trim	TOTAL
Ingresos	21,67%	24,35%	25,67%	28,31%	41.536
Aprovisionamientos	22,04%	24,89%	25,74%	27,33%	-21.244
Personal	21,93%	24,18%	25,72%	28,18%	-12.523
Amortizaciones	20,31%	23,02%	26,68%	29,99%	-2.190
<b>=Resultado de Explotación</b>	<b>20,26%</b>	<b>23,18%</b>	<b>24,92%</b>	<b>31,64%</b>	<b>5.579</b>
Resultado Financiero	-9,20%	18,73%	59,39%	31,08%	-148
Amort Fondo Comercio	19,43%	21,09%	28,08%	31,40%	-201
Rdo Ptas Equivalencia	19,27%	24,10%	19,97%	36,66%	64
<b>=Rdo Act Ordinarias</b>	<b>21,10%</b>	<b>23,40%</b>	<b>23,77%</b>	<b>31,72%</b>	<b>5.295</b>

Resultado Extraordinario	30,19%	-52,05%	120,13%	1,73%	56
Impuesto de Sociedades	25,16%	23,69%	28,54%	22,61%	-1.566
<b>=Rdo Ejercicio</b>	<b>19,56%</b>	<b>22,16%</b>	<b>23,24%</b>	<b>35,05%</b>	<b>3.785</b>
Rdo Atrib. Soc Externos	24,52%	27,14%	25,19%	23,16%	-143
<b>= Rdo Soc Dominante</b>	<b>19,36%</b>	<b>21,96%</b>	<b>23,16%</b>	<b>35,52%</b>	<b>3.642</b>
Rdo Explotación/Ingresos	0,12555327	0,12789591	0,13034877	0,15012464	0,13430992
Rdo Ordinario/Ingresos	0,12410757	0,12250815	0,11804306	0,14286706	0,1274713
Rdo ejercicio/ Ingresos	0,08223215	0,08292752	0,08247598	0,11283111	0,09112538
	1 Trim	2Trm	3Trim	4Trim	Total
Plantilla media en España(*)	9.979	10.251	10.362	11.563	10.539

(\*) Para calcular la plantilla media en España se ha tenido en cuenta el nº de empleados medios sin hacer distinción entre jornada completa y jornada parcial.

**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 y Francia.

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 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.
- Inspección de los procesos productivos que tienen lugar en las distintas factorías del Grupo.
- Inspección de los productos terminados antes de su expedición.
- 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.
- Controles higiénico sanitarios de las instalaciones y equipos de los centros de producción y distribución y las tiendas 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.
- Verificación de los planes de limpieza.
- 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.

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 en cada centro de producción y existe un concierto de colaboración con un laboratorio externo a la Compañía.

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.

Por último, el tratamiento por calor al que se someten nuestros productos antes de llegar al consumidor final (5'50" a 550°F) nos da una garantía más sobre la calidad higiénica de nuestros productos evitando así la aparición de brotes de intoxicación alimentaria causadas por nuestros productos.

Esto explica el hecho de que no se conozca un sólo caso de intoxicación y que nuestros productos hayan superado siempre de modo satisfactorio las pruebas de higiene más exigentes en los laboratorios oficiales de la Administración Pública.

#### **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 1.998 el Grupo mantiene activo en garantías de devolución de créditos y préstamos hipotecarios cuyo valor neto contable asciende a 742 millones de pesetas, el importe pendiente de devolución de los mencionados créditos es de 353 millones de pesetas.

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

A 31 de diciembre de 1.998 TELE PIZZA, S.A. tiene concedidos avales bancarios por un importe de 216 millones de pesetas.

En el mes de Diciembre de 1.998, TELE PIZZA, S.A. se adjudicó, mediante subasta pública, una fábrica, un local de oficinas y los activos productivos, excluyendo la propiedad de los locales, de 19 tiendas pertenecientes al grupo Franca Americana, franquiciador en Francia de la cadena Domino's Pizza. El precio final de adjudicación ascendió a 377

millones de pesetas. Adicionalmente, la Sociedad dominante adquirió la deuda que hasta ese momento mantenían ciertos franquiciados con la mencionada cadena, por importe nominal de 366 millones de pesetas y por el que TELE PIZZA, S.A. sólo pagará 152 millones de pesetas. TELE PIZZA, S.A. asumen en la operación una plantilla total de 296 empleados.

A día de redacción del presente Folleto, se han adquirido, aparte de las 19 tiendas mencionadas, 9 tiendas a franquiciado de Domino's.

Es intención del grupo comenzar a operar las mencionadas tiendas, con el formato Telepizza, en el primer semestre del año 1.999, estando a principio de Abril 20 tiendas abiertas operando bajo el formato Telepizza.

#### **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 cinco ejercicios o desde su fecha de constitución, a excepción de TELE PIZZA, S.A., que se encuentra abierta a inspección sólo desde el año 1.995.

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

Consideramos que los riesgos derivado 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 1.998 ha sido: 21 millones de pesetas, por la Póliza Multirriesgo o de Daños (pendiente de regularización del último trimestre), y 6 millones de pesetas, por la Póliza de Responsabilidad Civil (pendiente de regularización anual).

Todos los ciclomotores del Grupo Telepizza están debidamente asegurados con la cobertura obligatoria. La prima neta abonada por este concepto durante 1.998 ha sido de 192 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 1.998 de 10 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 1.998 de 2 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 1'5 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.**

Todas 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 de Circunstancias de la producción 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 a partir del año.

Excepcionalmente, pueden realizarse contratos por tiempo indefinido en Servicios Centrales en puestos de elevada cualificación.

**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 5 ó 6 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 inferior a 48 horas al mes.

Existe también un número de trabajadores por centro ( entre 4 y 8 ) que tienen pactada una jornada flexible. Esta jornada viene regulada en el Artículo 31 del referido Convenio y dota al Grupo de flexibilidad necesaria para responder a las fluctuaciones que se producen en ventas y en la mano de obra de este negocio.

Con la entrada en vigor de la Ley 15/98, se han establecido jornadas de 60, 80 y 100 horas mensuales para el personal a tiempo parcial.

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

El elemento humano ha desempeñado un papel esencial en el desarrollo del Grupo TELE PIZZA. Los ritmos de crecimiento, tanto en apertura de nuevas tiendas como en el nivel de facturación de las mismas, no hubieran sido posibles, manteniendo un nivel de calidad, servicio y rentabilidad adecuados, si desde el primer día no se hubiera prestado una especial atención al reclutamiento, selección y formación de personas con un alto nivel de potencial y dedicación.

Bajo la denominación genérica de “Recursos Humanos”, se engloban dos áreas diferenciadas que son: “recursos humanos” propiamente dicho y “formación”.

La plantilla equivalente a tiempo completo (normalizada a jornadas de 8 horas) ascendió a fecha 31 de Diciembre de 1998 a 8.377 personas, lo que supone un incremento del 35,2% con respecto al ejercicio anterior.

La plantilla total del Grupo a 31 de Diciembre de 1998 ascendía a 16.082 personas, de las cuales 11.891 corresponden a empleados en territorio nacional y 4.191 a empleados en el resto de países en los que opera el Grupo.

Salvo 341 empleados en los Servicios Centrales y 349 en las fábricas, el resto están distribuidos en las tiendas que, en promedio, cuentan con 50 empleados, de los cuales sólo el jefe, los encargados y la responsable de ventas trabajan jornada completa. El resto, pizzeros y repartidores, trabajan con contratos a tiempo parcial.

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. La proporción entre ambos varía, siendo mayor la variable cuanto mayor es el nivel de responsabilidad. Paralelamente, con el fin de motivar a los empleados de cara al logro de la misión (“HAY QUE CRECER”) y a la creación de valor para el accionista, se ha articulado un plan de Opciones sobre acciones para empleados.

La segunda área dentro de “Recursos Humanos” es la de recursos humanos “strictu sensu”, es decir, la que se encarga del reclutamiento y selección del

personal, estudios de clima, elaboración de planes de carrera y asesoramiento en promociones.

Sin duda alguna, la atención que desde el primer momento se prestó a este área, probablemente debido a la formación y experiencia multinacional de los fundadores, así como su clara visión de futuro, ha sido clave para el desarrollo vertiginoso pero controlado del negocio.

Sólo el reclutamiento y selección de pizzeros y repartidores (responsabilidad del jefe de tienda) queda fuera de su ámbito de competencia. El resto de la selección, incluyendo la de franquiciados y sus empleados de alto nivel, a los que deben dar el visto bueno, está a su cargo. Para ello se utiliza la combinación de baterías de tests ya muy ajustados a perfiles definidos, técnicas de grupo y entrevistas personales.

Como política general del Grupo, históricamente, se ha apostado por la contratación de personas de alto potencial, aunque su experiencia fuera escasa, para desarrollarlos en la empresa, primando la promoción interna sobre la externa. Manteniendo la política de favorecer el desarrollo profesional de los empleados del Grupo, durante este ejercicio se ha seguido potenciando la promoción interna para cubrir las necesidades de personal para puestos de gerencia en las tiendas. De esta manera, los ratios de promoción interna se siguen manteniendo en el 70%, frente al 30% de selección externa.

El último área de Recursos Humanos es la de "Formación", cuya responsabilidad consiste en desarrollar herramientas de entrenamiento, tales como vídeos y manuales, así como el diseño e impartición de cursos y seminarios de desarrollo gerencial. Dicha labor está desempeñada por un grupo de cuatro personas lideradas por una pedagoga. Por las razones mencionadas a lo largo de este capítulo, su tarea es fundamental para la unificación de procedimientos en toda la cadena, así como para el pleno desarrollo del potencial de todo el personal.

En síntesis, la combinación de una buena selección y formación del personal, desarrollando al máximo sus capacidades, junto con las grandes oportunidades de promoción que el rápido crecimiento ha generado y unas políticas de compensación motivantes han marcado la diferencia con otras empresas del sector, facilitando al Grupo TELE PIZZA la consecución del liderazgo del mismo.

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

	<u>98</u>	<u>97</u>	<u>96</u>
Dirección	17	9	8
Jefes de tienda	206	116	67
Otro personal	<u>4.350</u>	<u>3.482</u>	<u>1.581</u>
	4.573	3.607	1.656

Coste de personal (en millones de pts)	<b>8.551</b>	6.330	2.997
---	--------------	-------	-------

Salario medio (en millones de pts/año)	<b>1,87</b>	1,75	1,81
---	-------------	------	------

Nota : Las cifras de personal que aparecen en la memoria individual de TelePizza, S.A. del ejercicio 1996 incluía el personal de las sociedades que se fusionaron con fecha 31-12-96, por lo que no coinciden con las mostradas en este folleto.

PLANTILLA POR CATEGORIAS Y SALARIO MEDIO DEL GRUPO CONSOLIDADO TELEPIZZA

	<u>98</u>	<u>97</u>	<u>96</u>
Dirección	29	16	18
Jefes de tienda	341	268	176
Otro personal	<u>8.007</u>	<u>5.908</u>	<u>4.210</u>
	8.377	6.192	4.404
Coste de personal (en millones de pts.)	12.498	8.384	5.572
Salario medio (en millones de pts/año)	1,49	1,35	1,27

DESGLOSE POR TIPO DE CONTRATO

	<u>98</u>	<u>97</u>	<u>96</u>
Contrato temporal	5.445	4.609	3.567
Contrato Indefinido	2.932	1.583	837

DESGLOSE POR TIPO DE JORNADA

Jornada parcial	6.397	5.303	3.845
Jornada Completa	1.980	889	559

#### **IV.4.2. Negociación colectiva afectante al Grupo.**

TELE PIZZA regula las relaciones laborales con sus empleados 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.

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.

TELE PIZZA, S.A. no tiene, ni prevé suscribir o subvencionar ningún tipo de planes de pensiones o sistema de ahorro privado para sus empleados.

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

Existe un plan de opciones sobre acciones a favor de empleados como compensación para el ejercicio 1998, objeto del presente folleto y que se detalla en el capítulo II del mismo.

##### **2. Política de formación.**

TELE PIZZA, S.A. tiene en marcha acciones formativas en el área de gestión operativa, con especial dedicación en las tiendas, como medida estratégica para garantizar la homogeneidad del sistema y la optimización de la productividad de una plantilla caracterizada por la juventud y la dispersión geográfica.

Durante el año 1998 se han intensificado las acciones formativas, con el objetivo de favorecer el desarrollo de las capacidades técnicas y gerenciales de los equipos gerentes, los mandos intermedios y el personal de tiendas. El Departamento de Formación ha desarrollado, en este sentido, 14 distintas acciones formativas. El número total de horas de formación impartidas asciende a 4.679, y han participado 2.191 personas en los distintos cursos. Por otra parte, se ha llevado a cabo una labor de actualización de los manuales formativos y de elaboración de dos nuevos videos de formación.

### **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 5 ó 6 personas) trabaja a jornada completa. El personal de gerencia está compuesto por un jefe de tienda, tres encargados (más normalmente un subencargado en formación) y una responsable de ventas.

Existen además otros 6 u 8 trabajadores con jornada flexible (de 12 a 38 horas semanales), cuya duración se determina en función del volumen previsto de ventas para cada semana. El resto (unas 38 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 y 1998 se deben tanto a nuevas aperturas realizadas en dichos ejercicios o reposición de activos obsoletos, 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>1.998</u>	<u>1.997</u>	<u>1.996</u>
INMOVILIZACIONES MATERIALES			
Terrenos y construcciones	948	209	303
Instalaciones técnicas y maquinaria	4.816	3.420	898
Otro inmovilizado	2.036	2.032	533
<b>TOTAL INM. MATERIALES</b>	<b>7.780</b>	<b>5.661</b>	<b>1.734</b>
	<u>1.998</u>	<u>1.997</u>	<u>1.996</u>
INMOVILIZACIONES INMATERIALES			
Concesiones, patentes, marcas	313	284	35
Derechos de traspaso	0	0	0
Aplicaciones informáticas	213	0	1
Arrendamiento financiero	303	18	58
<b>TOTAL INM. INMATERIALES</b>	<b>829</b>	<b>302</b>	<b>94</b>
INMOVILIZACIONES FINANCIERAS	<b>232</b>	<b>239</b>	<b>12</b>
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>8.841</b>	<b>6.202</b>	<b>1.840</b>

El total de inversión en inmovilizado material se desglosa de la siguiente manera:

	<u>98</u>	<u>97</u>	<u>96</u>
Inversión en tiendas	6.264	5.250	1.591
Inversión en fábricas	532	244	69
Inversión en servicio centrales	<u>984</u>	<u>167</u>	<u>74</u>
	<b>7.780</b>	<b>5.661</b>	<b>1.734</b>

**LOCALES PROPIOS O EN ALQUILER**

Del total de tiendas propias de que dispone el Grupo TELE PIZZA, un total de 47 establecimientos se encuentran en locales que se tienen en propiedad, o contratados con una entidad financiera para su compra vía leasing en un plazo de 10 años.

Tele Pizza, S.A. : 21 locales, de los cuales seis están comprados en leasing y 15 son en propiedad.

Telepizza Portugal Comercio de Produtos Alimentares, S.A. : 5 locales, de los cuales tres están comprados en leasing y dos son en propiedad.

Telepizza Chile S.A. : 1 local en leasing y 3 en propiedad.

Telepizza Polonia, S.A.: 3 locales en propiedad.

El resto de los locales del Grupo TELEPIZZA en España, 271 locales, están alquilados con las siguientes características 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 contrato, 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.5.3 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 o al crecimiento de la cadena vía la concesión de nuevas franquicias. Independientemente, cada tienda propia que se incorpore al balance del Grupo supondrá una inversión media aproximada de 35 millones de pesetas en tiendas Telepizza, 44 millones de pesetas en tiendas Telegrill y 35,5 millones de pesetas en tiendas Pizzaworld, repartidos del siguiente modo:

Cifras en miles de pesetas

	Telepizza	Telegrill	Pizzaworld
Instalaciones Técnicas	22.000	24.000	22.000
Maquinaria	5.200	13.500	6.200
Mobiliario	2.200	1.000	1.800
Informática	3.100	3.000	3.000
Motos	2.500	2.500	2.500
<b>TOTAL</b>	<b>35.000</b>	<b>44.000</b>	<b>35.500</b>

Para las tiendas existentes se prevé la reposición de 10 motos por tienda y año, así como 1 millón de pts por tienda para reponer cualquier otro tipo de inmovilizado.

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

La inversión de servicios centrales irá destinada, principalmente, a la adquisición de nuevo hardware y software, así como a la reposición de vehículos comerciales.

El número de aperturas previsto para el año 1999 es de 210 tiendas( entre propias y franquicias) , de las cuales corresponden a la cadena Telepizza 150 tiendas ( 45 en España y 105 en internacional), a la cadena Pizzaworld 25 tiendas, a la cadena Telegrill , 35 tiendas, y adicionalmente se abrirá una tienda para investigación y desarrollo de nuevos conceptos, siempre dentro del mercado de fast-food.

La mayoría de las tiendas Telegrill se abrirán como tiendas combinadas con un concepto de pizzas, pudiéndose este ser “Telepizza” ó “Pizza World”. La inversión en estas tiendas combinadas es aproximadamente de 70 millones, cifra inferior a la suma de la inversión en dos tiendas independientes.

A diciembre de 1.998, el ratio entre tiendas propias y franquicias era de 65% propias y 35% franquicias. Con las aperturas previstas se estima que ese ratio se mantendrá en una proporción similar.

La cadena de Telegrill, cuyo principal producto son pollo y costillas, se seguirá desarrollando en España a lo largo del año 1999. Se inició con una tienda en Madrid, abierta en septiembre de 1997, y opera bajo el mismo esquema que las tiendas de TELEPIZZA.

También se producirá en los primeros meses del año 1999 la apertura de la primera tienda de la nueva cadena “TeleOriental”, continuando así con la expansión en el mercado del fast-food.

Para el total del año 1999 se prevé una inversión de aproximadamente 5.000 Millones de pts., inversión que se financiará principalmente con el cash generado por el grupo, y en menor medida mediante endeudamiento.

En el ámbito internacional, se prevén unas inversiones de aproximadamente 2.000 millones de pesetas, principalmente enfocadas hacia las tiendas, y en menor medida a oficinas y fábricas.

La inversión internacional prevista para 1999 se desglosa de la siguiente manera:

Cifras en millones de pesetas

	TIENDAS	FÁBRICA	OFICINAS	TOTAL
INSULAR	125	-	-	125
CHILE	33	-	-	33
MÉXICO	816	385	-	1.201
POLONIA	486	-	-	486
PORTUGAL	18	-	-	180
FRANCIA	182	-	-	358

#### **IV.5.4. EFECTO DEL AÑO 2.000.**

En relación con la adaptación tecnológica al año 2.000, y haciendo un breve resumen sobre el tratamiento de los planes de adaptación que se han aprobado, diremos que básicamente, se divide en el análisis de los siguientes puntos:

1.- Sistemas de información.- Relacionado con los sistemas que tiene el Grupo "Telepizza" y que consta de sistemas propios, aplicaciones de tiendas fundamentalmente, que almacenan todas las fechas tratadas con cuatro dígitos. De esta forma el cambio de siglo no supone ningún problema. No obstante, para facilitar la introducción de las fechas en las distintas aplicaciones realizadas se ha permitido la introducción del año sólo con los dos últimos dígitos.

Respecto de los sistemas adquiridos, de la misma manera ha sido contemplado y resuelto en cada caso el problema de cambio de siglo.

Se ha tenido en cuenta el análisis en la totalidad de las sociedades que componen el Grupo y en particular se analizarán los impactos que tienen en las aplicaciones contables necesarias para mantener los libros oficiales locales en cada país.

En sociedades internacionales se analizará la viabilidad de ampliar aplicaciones implantadas en España, estableciendo el calendario correspondiente.

2.- Resto de sistemas.- A nivel de departamentos y durante el primer trimestre de 1.999 se ha procedido al análisis y a la búsqueda de la solución de los efectos que la problemática del año 2.000 puede tener sobre sus sistemas operativos de control, de procedimiento, etc.

Por tanto, y a la vista de lo anterior, decir que por nuestra parte se ha adoptado y puesto en marcha los planes pertinentes durante el año 1.998, confiando en que no tendremos ningún problema en cuanto a dicha adaptación tecnológica.

## **CAPÍTULO V**

**EL PATRIMONIO, LA SITUACIÓN FINANCIERA Y LOS RESULTADOS DEL OFERENTE.**

## **CAPÍTULO V**

### **EL PATRIMONIO, LA SITUACIÓN FINANCIERA Y LOS RESULTADOS DEL OFERENTE.**

#### **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 (1998) 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 (1998).

**TELE PIZZA S.A. y Sociedades Dependientes**

**BALANCE DE SITUACION CONSOLIDADO (a 31 de Diciembre)**

(en millones de pesetas)

	<b>1.998</b>	<b>1.997</b>	<b>1.996</b>
<b>ACTIVO</b>			
<b>INMOVILIZADO</b>	<b>15.817</b>	<b>9.673</b>	<b>5.359</b>
Gastos de establecimiento	101	28	27
Inmovilizado Inmaterial	1.451	813	892
Inmovilizado Material	12.515	7.742	3.964
Inmovilizado Financiero	377	434	226
Acciones de la sociedad dominante	1.373	656	250
<b>FONDO DE COMERCIO DE FUSION</b>	<b>586</b>	<b>659</b>	<b>733</b>
<b>FONDO DE COMERCIO DE CONSOLIDACION</b>	<b>3.439</b>	<b>1.424</b>	<b>283</b>
<b>GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS</b>	<b>117</b>	<b>264</b>	<b>265</b>
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>5.952</b>	<b>3.843</b>	<b>2.994</b>
Existencias	1.696	808	449
Deudores	2.694	1.896	1.217
Inversiones financieras temporales	323	29	856
Tesorería	1.092	1.001	377
Ajustes por periodificación	147	109	45
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>25.911</b>	<b>15.863</b>	<b>9.584</b>
<b>PASIVO</b>			
<b>FONDOS PROPIOS</b>	<b>9.411</b>	<b>5.913</b>	<b>3.280</b>
Capital suscrito	1.073	1.073	1.073
Reservas	4.696	2.329	505
Rtdo. atribuido a la sociedad dominante	3.642	2.511	1.702
Dividendo a cuenta entregado			
<b>SOCIOS EXTERNOS</b>	<b>484</b>	<b>292</b>	<b>205</b>
<b>DIFERENCIA NEGATIVA DE CONSOLIDACION</b>	<b>237</b>	<b>233</b>	<b>235</b>
<b>INGRESOS A DISTRIBUIR</b>	<b>280</b>		
<b>PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS L/P</b>	<b>382</b>	<b>371</b>	<b>299</b>
<b>ACREEDORES A LARGO PLAZO</b>	<b>6.062</b>	<b>2.369</b>	<b>1.119</b>
<b>ACREEDORES A CORTO PLAZO</b>	<b>9.055</b>	<b>6.685</b>	<b>4.446</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>25.911</b>	<b>15.863</b>	<b>7.336</b>

**TELE PIZZA S.A. y Sociedades Dependientes****CUENTA DE PERDIDAS Y GANANCIAS CONSOLIDADA (a 31 de Diciembre)**

(en millones de pesetas)

	<b>1.998</b>		<b>1.997</b>		<b>1.996</b>	
Importe neto de la cifra de negocio	38.741	100,0%	26.876	100,0%	17.993	100,0%
Otros ingresos de explotación	2.795	7,2%	2.081	7,7%	1.373	7,6%
<b>TOTAL INGRESOS DE EXPLOTACION</b>	<b>41.536</b>	<b>107,2%</b>	<b>28.957</b>	<b>107,7%</b>	<b>19.366</b>	<b>107,6%</b>
TOTAL CONSUMOS	-12.949	-33,4%	-9.276	-34,5%	-6.207	-34,5%
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>28.587</b>	<b>73,8%</b>	<b>19.651</b>	<b>73,2%</b>	<b>13.159</b>	<b>73,1%</b>
Personal	-12.523	-32,2%	-8.383	-31,2%	-45.572	-31,0%
Amortizaciones	-2.190	-5,65%	-1219	-4,5%	-7.46	-4,1%
Otros gastos de explotación	-8.295	-21,4%	-6.139	-22,8%	-3.867	-21,5%
<b>TOTAL GASTOS DE EXPLOTACION</b>	<b>-23.008</b>	<b>-59,4%</b>	<b>-15.741</b>	<b>-58,6%</b>	<b>-10.185</b>	<b>-56,6%</b>
<b>BENEFICIO DE EXPLOTACION</b>	<b>5.579</b>	<b>14,4%</b>	<b>3.940</b>	<b>14,7%</b>	<b>2.974</b>	<b>16,5%</b>
Ingresos financieros	78	0,2%	83	0,3%	56	0,4%
Gastos financieros	-225	-0,6%	-141	-0,5%	-147	-0,8%
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>-147</b>	<b>-0,4%</b>	<b>-58</b>	<b>-0,2%</b>	<b>-81</b>	<b>-0,5%</b>
Participación en beneficio de sociedades puestas en equivalencia	64	0,2%	90	0,3%	54	0,3%
Amortización Fondo de Comercio Consolidación	-201	-0,5%	-104	-0,4%	-106	-0,6%
<b>BENEFICIO DE ACTIVIDADES ORDINARIAS</b>	<b>5.295</b>	<b>13,7%</b>	<b>3.868</b>	<b>14,4%</b>	<b>2.841</b>	<b>15,8%</b>
Ingresos extraordinarios	419	1,1%	121	0,5%	153	0,9%
Gastos extraordinarios	-363	-1,0%	-282	-1,0%	-381	-2,1%
<b>RESULTADO EXTRAORDINARIO</b>	<b>56</b>	<b>0,1%</b>	<b>-161</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-228</b>	<b>-1,3%</b>
<b>BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>5.351</b>	<b>13,8%</b>	<b>3.707</b>	<b>13,8%</b>	<b>2.613</b>	<b>14,5%</b>
Impuesto sobre beneficio	-1.566	-4,0%	-1091	-4,1%	-840	-4,7%
<b>BENEFICIO DESPUES DE IMPUESTOS</b>	<b>3.785</b>	<b>9,8%</b>	<b>2.616</b>	<b>9,7%</b>	<b>1.773</b>	<b>9,9%</b>
Resultado atribuible a socios externos	-143	-0,4%	-105	-0,4%	-71	-0,4%
<b>RTDO. ATRIBUIDO A LA SOC. DOMINANTE</b>	<b>3.642</b>	<b>9,4%</b>	<b>2.511</b>	<b>9,3%</b>	<b>1.702</b>	<b>9,5%</b>

## **TELE PIZZA S.A. – CASH FLOW CONSOLIDADO**

(en millones de pesetas)

	<b>1998</b>	<b>1997</b>	<b>1996</b>
<b><u>CASH FLOW POR OPERACIONES</u></b>			
Resultado después de impuestos	3.642	2.511	1.702
Ajustes al Resultado:			
* Amortizaciones de inmovilizado	2.168	1.219	746
* Amortización fondo de comercio	201	104	106
* Provisiones dotadas	30	72	176
* Intereses minoritarios	143	105	71
* Resultados enajenación de activos	21	72	-60
FONDOS GENERADOS	6.205	4.083	2.741
Variación en el fondo de maniobra operativo	-999	1.182	1.313
	<u>5.206</u>	<u>5.265</u>	<u>4.054</u>
<b><u>CASH FLOW POR OPERACIONES DE INVERSION</u></b>			
Inversión en Inmovilizado Material	-7.800	-4.943	-1.668
Inversión en Inmovilizado Inmaterial	-829	-262	-93
Inversión en Inmovilizado Financiero	-232	-239	-25
Variación Fondos de Comercio	-2.216	-1.172	-507
Inversión en gastos plurianuales	164	0	62
Adquisición de acciones propias	-999	-406	-235
	<u>-11.912</u>	<u>-7.022</u>	<u>-2.466</u>
Desinversiones	1.440	246	436
Variación diferencias de conversión	-143	123	12
Variación otros pasivos L/P	426	-82	-12
	<u>-10.189</u>	<u>-6.735</u>	<u>-2.030</u>
<b><u>CASH FLOW POR ACTIVIDADES DE FINANCIACION</u></b>			
Préstamos y deudas financieras recibidos	5.368	2.094	0
Préstamos y deudas financieras canceladas	0	0	-1.651
Variación de tesorería	-385	-624	-83
Dividendos distribuidos	0	0	-290
	<u>4.983</u>	<u>1.470</u>	<u>-2.024</u>

## **COMENTARIOS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS**

Analizando los gastos de explotación (la evolución de la cifra de negocios del ejercicio ya ha sido comentada en el capítulo IV. 2.5), observamos que la situación de crecimiento del Grupo, traducida en la apertura de nuevas tiendas, tanto a nivel nacional como internacional, y la adquisición de franquicias tanto de la cadena TelePizza como Pizza World, la incorporación de Luxtor, S.A. y el desarrollo de Delivery Delta, S.A., han supuesto un incremento de dichos gastos en términos relativos sobre el importe neto de la cifra de negocio consolidada, motivada por el periodo de puesta en marcha de las tiendas. Este aspecto representa una clara oportunidad de mejora de costes en los ejercicios futuros, una vez superada la fase inicial.

Este aspecto destaca especialmente en los países en los que se ha realizado un esfuerzo inversor de desarrollo de la cadena "TelePizza", que ha supuesto un mayor crecimiento de dichos gastos en relación con las ventas.

El esfuerzo inversor realizado, tanto a nivel nacional como internacional, no ha sido obstáculo para que todas las unidades de negocio operativas en conjunto aporten resultado positivo al consolidado.

Cabe destacar el importante esfuerzo financiero realizado para la adquisición de algunas franquicias y de la empresa que nos suministraba el queso, Luxtor, S.A. continuando con la política de integración vertical para asegurar el suministro de nuestros productos clave. La generación de fondos, por parte de todo el grupo, ayudada por la bajada de los tipos de interés ocurrida durante el pasado ejercicio, han permitido al Grupo acometer dichas adquisiciones y el resto de inversiones en la apertura de nuevos establecimientos.

Con todo ello, el crecimiento que ha experimentado el Resultado Consolidado del Grupo en este ejercicio, con respecto al ejercicio 1997 ha sido del 45% como puede deducirse del gráfico adjunto, donde se muestra la evolución de dicho Resultado durante los seis últimos ejercicios.

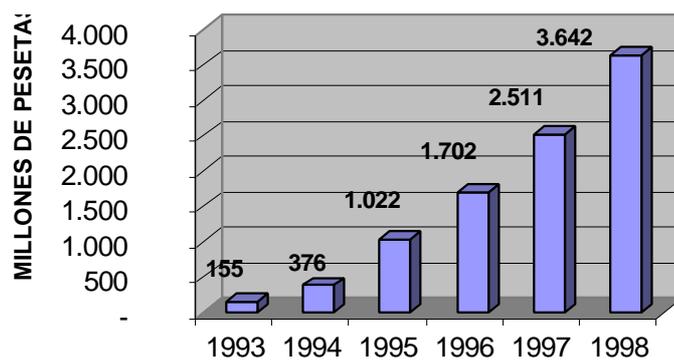
En cuanto al Balance, caben destacar las siguientes partidas:

Incremento en existencias, debido principalmente a la compra de Luxtor, a la fábrica de Barcelona que ha estado operativa desde Noviembre de 1997 y a la fábrica de Telegrill que no existía en 1997.

Incremento en el circulante no financiero, principalmente debido a la adquisición de Luxtor, dado que esta empresa financiaba sus ventas a Telepizza via Confirming, al ser el coste de esta financiación más alto que la que Telepizza obtiene de sus cuentas de crédito, se ha suprimido y ha sido asumida por Telepizza.

En este mismo capítulo y en el apartado de Endeudamiento Financiero y Otras Deudas No Comerciales del Grupo Telepizza Cosnolidado, se hacen comentarios sobre el incremento del endeudamiento financiero.

**EVOLUCIÓN RESULTADO NETO CONSOLIDADO**



## NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

### PERÍMETRO DE CONSOLIDACIÓN

Las sociedades incluidas en el perímetro de consolidación a 31 de Diciembre de 1.998 son las siguientes:

Sociedad Dominante:

**TELE PIZZA, S.A.**

Sociedades dependientes:

**TELEPIZZA CÓRDOBA, S.A.**  
**TELEPIZZA LOGROÑO, S.A.**  
**TELEPIZZA INSULAR, S.A.**  
**MINENA, 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. (1)**  
**SEDES, S.A. (2)**  
**FAWN, S.A. (3)**  
**EYDAL, S.A.**

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.

- (1) En Mayo de 1.998 la sociedad dominante adquirió un 84,75% de las acciones de LUXTOR, S.A., por lo tanto, a partir del 1 de junio de 1.998 esta sociedad se consolidó por el método de integración global.
- (2) En Agosto de 1.998 la sociedad dominante adquirió el 50,6% del capital de SEDES, S.A., después de esta compra el porcentaje de participación de TELE PIZZA, S.A. se sitúa en el 100%. Esta sociedad se ha consolidado hasta Agosto por puesta en equivalencia y posteriormente por integración global.
- (3) En Diciembre de 1.998, la sociedad dominante adquirió el 77,27% de FAWN, S.A., tras esta adquisición el porcentaje de participación de TELE PIZZA, S.A. se situó en el 100% por lo tanto el 22,73% de resultado se ha incorporado por puesta en equivalencia en la cuenta de pérdidas y ganancias y se ha incorporado el 100% de su balance.

### **Movimiento Fondos Propios 1996 - 1998: (GRUPO CONSOLIDADO)**

El movimiento de los fondos propios del grupo consolidado ha sido el siguiente durante el período 1996 - 1998:

(Datos en millones de pesetas y al final del correspondiente ejercicio)

#### **MOVIMIENTOS FONDOS PROPIOS**

(en millones de pesetas)	<b>1998</b>	<b>1997</b>	<b>1996</b>
Capital suscrito	1.073	1.073	1.073
Prima de emisión	0	0	0
Reservas de la sociedad dominante:			
Reservas distribuibles	2.841	1.235	233
Reservas no distribuibles	1.588	835	281
Reservas en sociedades consolidadas	261	41	-56
Reservas en sociedades puestas en equivalencia	12	81	33
Diferencias de conversión	(6)	137	14
Pérdidas y ganancias	3.642	2.511	1.702
Dividendo a cuenta	0	0	0
<b>TOTAL FONDOS PROPIOS</b>	<b>9.412</b>	<b>5.913</b>	<b>3.280</b>

#### **DISTRIBUCION DEL RTDO. DEL EJERCICIO ANTERIOR**

(en millones de pesetas)	<b>1998</b>	<b>1997</b>	<b>1996</b>
Reservas distribuibles	2.197	1.408	538
Reservas no distribuibles	36	147	0
Reservas en sociedades consolidadas	191	98	2
Reservas en sociedades puestas en equivalencia	87	49	3
Diferencias de conversión	0	0	-2
Dividendos	0	0	482

**ENDEUDAMIENTO FINANCIERO Y OTRAS DEUDAS NO COMERCIALES**  
**DEL GRUPO TELE PIZZA CONSOLIDADO**

(en millones de pesetas)	<b>1998</b>	<b>1997</b>	<b>1996</b>
+ Deudas contratos de arrendamiento financiero	748	633	869
+ Préstamos y créditos (*)	6.980	1.729	216
+ Otros Acreedores a Largo Plazo	75	70	79
+ Administraciones Públicas a Largo Plazo	189	225	286
<b>= Total Endeudamiento Financiero</b>	<b>7.992</b>	<b>2.657</b>	<b>1.450</b>
% s/Fondos Propios + Socios Externos	80,7%	42,8%	41,6%
+ Administraciones Públicas a Corto Plazo	1.276	667	1.200
+ Otros Acreedores no comerciales C/P	624	405	116
<b>= Total Deudas No Comerciales</b>	<b>9.892</b>	<b>3.729</b>	<b>2.766</b>
% s/ Total Pasivo	38,2%	23,5%	28,9%

El incremento en el endeudamiento financiero se debe al importante esfuerzo inversor del grupo durante el ejercicio 1.998, 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 1.998 asciende a 2.176 millones de pesetas siendo el límite de las mismas 8.638 millones de pesetas.

**SERVICIO FUTURO DE LA DEUDA DEL GRUPO TELE PIZZA**  
**CONSOLIDADO**

(en millones de pesetas)	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>RESTO</b>	<b>TOTAL</b>
Administraciones Públicas	1.276	39	32	26	25	67	1.465
Deudas contratos de arrendamiento financiero	205	176	119	96	78	74	748
Préstamos y créditos	1.726	226	4.829	62	39	98	6.980
Otros Acreedores	453	108	36	36	36	30	699
	<b>3.346</b>	<b>473</b>	<b>4.991</b>	<b>196</b>	<b>153</b>	<b>248</b>	<b>9.892</b>

Nota : referido exclusivamente al endeudamiento financiero

## **EVOLUCION DEL FONDO DE MANIOBRA DEL GRUPO**

### **TELE PIZZA CONSOLIDADO**

(en millones de pesetas)

	<b>1998</b>	<b>1997</b>	<b>1996</b>
+ Existencias	1.696	808	449
+ Deudores	2.694	2.004	1.262
- Acreedores Comerciales	-5.164	-5.286	-2.753
- Otros Acreedores	-1.960	-1.112	-1.363
<b>= Fondo de Maniobra de Explotación</b>	<b>-2.734</b>	<b>-3.586</b>	<b>-2.405</b>
- Deudas con Entidades de Crédito a C/P	-1.931	-287	-331
+ Inversiones Financieras Temporales	323	29	856
+ Tesorería	1.092	1.001	377
<b>= Fondo de Maniobra Neto</b>	<b>-3.250</b>	<b>-2.843</b>	<b>-1.503</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.

Los datos relativos a la rotación de existencias son los siguientes:

	1998	1997	1996
Rotación de existencias	47,81	31,78	26,429

Este aumento en la rotación de existencias en 1998, se ha debido a la compra de Luxtor, S.A., a la fábrica de Barcelona que ha estado operativa desde Noviembre de 1997 y la fábrica de Telegrill que no existía en 1997.

### **Fondo de Comercio de consolidación y de fusión**

El fondo de comercio de fusión a 31 de diciembre de 1998 alcanzaba 586 millones de pts. y el de consolidación 3.439 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 diez 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, o por la proyección temporal de su contribución a los resultados del grupo, en el caso del de fusión.

A 31 de diciembre de 1998, 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	0	1.125
Eydal, S.A.	5	1	4
Sedes, S.A.	418	22	396
Telapizza Moratalaz, S.A.	37	1	36
Mineña, S.L.	263	4	259
Luxtor, S.A.	402	23	379
Mixor, S.A.	1.121	177	944
Circol, S.A.	82	13	69
	<b>3.798</b>	<b>358</b>	<b>3.440</b>

**Diferencias Negativas Consolidación:**

El detalle de las diferencias negativas de consolidación a 31 de diciembre de 1998 es el siguiente:

**DIFERENCIAS NEGATIVAS DE CONSOLIDACION**

(en millones de pesetas)

	<b>1998</b>
Telepizza Polonia, S.A.	17
Telepizza Chile, S.A.	51
Telepizza México, S.A. de C.V.	165
Telepizza Córdoba, S.A.	5
	<b>238</b>

**Transacciones en moneda extranjera:**

Durante el ejercicio 1998 las transacciones con empresas del grupo han sido las siguientes:

**TRANSACCIONES EN MONEDA EXTRANJERA**

(en millones de pesetas)

	<b>Compras</b>	<b>Ventas</b>	<b>Servicios prestados</b>	<b>Servicios Recibidos</b>
Telepizza Portugal, S.A.	555	2.046	91	605
Telepizza Chile, S.A.	347	915	9	158
Telepizza México, S.A.	400	1.078	18	304
Telepizza Polonia, S.A.	180	573	2	134

**Bases Negativas:**

Las Bases imponibles negativas, pendientes de compensar, a 31 de diciembre de 1998 son las siguientes:

**BASES IMPONIBLES NEGATIVAS**

(en millones de pesetas)

	<b>Base Imponible</b>
Telepizza Polonia, S.A.	18
Telepizza Chile, S.A.	341
Prenasa, S.A.	78
Eydal, S.A.	34
Circol, S.A.	131
Telepizza México, S.A. de C.V.	291
	<b>894</b>

**V.2. INFORMACIÓN CONTABLE INDIVIDUAL.****V.2.1 Balance y Cuenta de Pérdidas y Ganancias.**

A continuación, figura la Cuenta de Pérdidas y Ganancias y Balance de Situación correspondientes al último ejercicio cerrado (1998) y los dos ejercicios anteriores.

**TELE PIZZA S.A.****BALANCE DE SITUACION INDIVIDUAL (a 31 de Diciembre)**

(en millones de pesetas)

	<b>1.998</b>	<b>1.997</b>	<b>1.996</b>
<b>ACTIVO</b>	<b>14.981</b>	<b>9.701</b>	<b>4.641</b>
<b>INMOVILIZADO</b>			
Gastos de establecimiento	5	8	13
Inmovilizado Inmaterial	855	646	587
Inmovilizado Material	6.280	4.997	2.955
Inmovilizado Financiero	6.468	3.394	836
Acciones de la sociedad dominante	1.373	656	250
<b>FONDO DE COMERCIO DE FUSION</b>	<b>586</b>	<b>659</b>	<b>732</b>
<b>GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS</b>	<b>76</b>	<b>147</b>	<b>193</b>
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>4.978</b>	<b>3.049</b>	<b>2.714</b>
Existencias	954	544	342
Deudores	3.395	2.013	1.460
Inversiones financieras	171	21	763
Tesorería	353	378	130
Ajustes por periodificación	105	93	19
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>20.620</b>	<b>13.556</b>	<b>8.280</b>
<b>PASIVO</b>			
<b>FONDOS PROPIOS</b>	<b>8.798</b>	<b>5.548</b>	<b>3.234</b>
Capital suscrito	1.073	1.073	1.073
Prima de emisión	0	0	0
Reservas	4.475	2.162	689
Resultado del ejercicio	3.250	2.313	1.472
Dividendo a cuenta entregado	0	0	0
<b>INGRESOS A DISTRIBUIR VARIOS EJERCICIOS</b>	<b>1</b>		
<b>PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS L/P</b>	<b>90</b>	<b>110</b>	<b>136</b>
<b>ACREEDORES A LARGO PLAZO</b>	<b>5.335</b>	<b>2.278</b>	<b>897</b>
Entidades de Crédito	5.089	1.985	632
Otros Acreedores	63	68	78
Administraciones Públicas	183	225	287
<b>ACREEDORES A CORTO</b>	<b>6.397</b>	<b>5.620</b>	<b>4.013</b>
Entidades de Crédito	739	259	222
Acreedores comerciales	4.399	4.550	2.622
Otros Acreedores	1.259	811	1.168
Ajustes por periodificación	0	0	1
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>20.620</b>	<b>13.556</b>	<b>8.280</b>

**TELE PIZZA S.A.****CUENTA DE PERDIDAS Y GANANCIAS INDIVIDUAL (a 31 de Diciembre)**

(en millones de pesetas)

	<b>1.998</b>		<b>1.997</b>		<b>1.996</b>	
Importe neto de la cifra de negocio	28.659	100,0%	21.691	100,0%	11.840	100,0%
Otros ingresos de explotación	2.395	8,4%	1.891	8,7%	1.811	15,3%
<b>TOTAL INGRESOS DE EXPLOTACION</b>	<b>31.054</b>	<b>108,4%</b>	<b>23.582</b>	<b>108,7%</b>	<b>13.651</b>	<b>115,3%</b>
TOTAL CONSUMOS	-10.546	-36,8%	-8.231	-37,9%	-5.330	-45,0%
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>20.508</b>	<b>71,6%</b>	<b>15.351</b>	<b>70,8%</b>	<b>8.321</b>	<b>70,3%</b>
Personal	-8.482	-29,6%	-6.330	-29,2%	-2.997	-25,3%
Amortizaciones	-1277	-4,5%	-886	-4,1%	-410	-3,5%
Otros gastos de explotación	-6.334	-22,1%	-4.701	-21,7%	-2.693	-22,7%
<b>TOTAL GASTOS DE EXPLOTACION</b>	<b>-16.093</b>	<b>-56,2%</b>	<b>-11.917</b>	<b>-54,0%</b>	<b>-6.100</b>	<b>-51,5%</b>
<b>BENEFICIO DE EXPLOTACION</b>	<b>4.415</b>	<b>15,4%</b>	<b>3.434</b>	<b>15,8%</b>	<b>2.221</b>	<b>18,8%</b>
Ingresos financieros	164	0,6%	111	0,5%	95	0,8%
Gastos financieros	-166	-0,6%	-96	-0,4%	-113	-1,0%
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>-2</b>	<b>0%</b>	<b>15</b>	<b>0,1%</b>	<b>-18</b>	<b>-0,2%</b>
<b>BENEFICIO DE ACTIVIDADES ORDINARIAS</b>	<b>4.413</b>	<b>15,4%</b>	<b>3.449</b>	<b>15,9%</b>	<b>2.203</b>	<b>18,6%</b>
Ingresos extraordinarios	353	1,2%	28	0,1%	118	1,0%
Gastos extraordinarios	-162	-0,6%	-154	-0,7%	-206	-1,7%
<b>RESULTADO EXTRAORDINARIO</b>	<b>191</b>	<b>0,6%</b>	<b>-126</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-88</b>	<b>-0,7%</b>
<b>BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>4.604</b>	<b>16,1%</b>	<b>3.323</b>	<b>15,3%</b>	<b>2.115</b>	<b>17,9%</b>
Impuesto sobre beneficio	-1.353	-4,7%	-1.010	-4,7%	-642	-5,4%
<b>BENEFICIO DESPUES DE IMPUESTOS</b>	<b>3.251</b>	<b>11,3%</b>	<b>2.313</b>	<b>10,7%</b>	<b>1.473</b>	<b>12,4%</b>

## **TELE PIZZA S.A. – CASH FLOW**

(en millones de pesetas)

	<b>1998</b>	<b>1997</b>	<b>1996</b>
<b><u>CASH FLOW POR OPERACIONES</u></b>			
Resultado después de impuestos	3.251	2.313	1.473
Ajustes al Resultado:			
* Amortizaciones	1.277	886	410
* Provisiones dotadas	93	95	131
* Resultados enajenación de activos	11	44	-68
FONDOS GENERADOS	4.632	3.338	1.946
Variación en el fondo de maniobra operativo	-1.248	1.523	348
	<b>3.384</b>	<b>4.861</b>	<b>2.294</b>
<b><u>CASH FLOW POR OPERACIONES DE INVERSION</u></b>			
Inversión en Inmovilizado Material	-2.549	-2.849	-995
Inversión en Inmovilizado Inmaterial	-307	-142	-35
Inversión en Inmovilizado Financiero	-3.157	-2.668	-885
Inversión en gastos plurianuales	71	0	-10
Aplicación de provisiones	-38	-62	0
Adquisición de acciones propias	-999	-406	-235
	<b>-6.979</b>	<b>-6.127</b>	<b>-2.160</b>
Desinversiones	662	133	391
	<b>-6.317</b>	<b>-5.994</b>	<b>-1.769</b>
<b><u>CASH FLOW POR ACTIVIDADES DE FINANCIACION</u></b>			
Préstamos y deudas financieras a L/P recibidos	3.057	1.532	0
Préstamos y deudas financieras a L/P canceladas	0	-151	-175
Variación de tesorería	-1.247	-248	-60
Dividendos distribuidos	0	0	-290
	<b>2.933</b>	<b>1.133</b>	<b>-525</b>

## NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

### MOVIMIENTOS FONDOS PROPIOS TELE PIZZA, S.A. (INDIVIDUAL)

(en millones de pesetas)	<b>1998</b>	<b>1997</b>	<b>1996</b>
Capital suscrito	1.073	1.073	1.073
Prima de emisión	0	0	0
Reserva legal	215	178	31
Reserva acciones propias	1.373	656	250
Reservas voluntarias	2.887	1.327	408
Pérdidas y ganancias	3.251	2.313	1.473
Dividendo a cuenta	0	0	0
<b>TOTAL FONDOS PROPIOS</b>	<b>8.799</b>	<b>5.547</b>	<b>3.235</b>

### DISTRIBUCION DEL RTDO. DEL EJERCICIO ANTERIOR

(en millones de pesetas)	<b>1998</b>	<b>1997</b>	<b>1996</b>
Reserva legal	37	147	0
Reserva acciones propias	0	0	0
Reservas voluntarias	2.276	1.326	482
Dividendos	0	0	482

## **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.**

Según los estatutos sociales, el Consejo de Administración estará integrado por un mínimo de cinco (5) miembros y un máximo de once (11) miembros.

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.

Los dos únicos consejeros con facultades de representación en la sociedad son D. Leopoldo Fernández Pujals y D. José Ortiz Martínez. Dichas facultades consisten en representación de la sociedad ante Juzgados, Tribunales y Organismos Públicos en general. D. Leopoldo Fernández Pujals además, tiene facultades mancomunadas con otros directivos de la sociedad para disposición de dinero, compras, ventas, etc., facultades que están limitadas en cada caso.

A la fecha de este Folleto Informativo, el **Consejo de Administración** de la Sociedad está integrado como sigue:

Presidente    D. Leopoldo Fernández Pujals (Dominical) Nombramiento:  
28-06-96

Vocales:        D. Antonio Catalán Díaz (Independiente) Nombramiento:  
15-10-96

D. Joaquín Arespachaga Llopiz (Independiente)  
Nombramiento: 15-10-96

D. Alfonso Martínez de Irujo Fitz-James Stuart (  
Independiente) Nombramiento: 15-10-96

D. Julio Azcargorta Peral (Dominical, representando a la Sociedad Bilbao Vizcaya Holding , S.A.) Nombramiento: 28-06-96

D. Juan M. Ruíz Aizpuru (Dominical, representando a la Sociedad Bilbao Vizcaya Holding , S.A.) Nombramiento: 28-06-96

D. Joaquín Cayuela Vergés (Independiente)  
Nombramiento: 15-10-96

D. Angel Lozano Roy (Independiente) Nombramiento: 15-10-96

Secretario-Consejero: D. José Ortiz Martínez (Independiente)  
Nombramiento: 10-04-96,  
renovación 28-06-96

- **Dominical:** Son consejeros que ejercen su cargo de miembros del Consejo en representación de accionista o accionistas que en el momento de su designación tenían una participación importante en la Sociedad.
- **Independiente:** Son consejeros que han sido designados por su prestigio a nivel empresarial.

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, que, para una mayor objetividad, cuenta con representantes internos y externos de la propia Compañía.

La Comisión de Auditoría y de Compensación de Personal son comisiones no ejecutivas. La Comisión de Auditoría, además de las funciones que su propio nombre indica, también tiene competencias de control y procedimientos. La Comisión de Compensación y Personal, además de las funciones que su propio nombre indica, también ejerce competencias de nombramiento y retribuciones.

A continuación se citan las Comisiones citadas y los miembros que las componen, no habiéndose establecido en el Consejo de 15 de Octubre de 1.996, ningún sistema especial de designación de sus miembros, quienes serán designados por el propio Consejo de Administración:

Comisión Ejecutiva: D. Leopoldo Fernández Pujals  
D. José Ortiz Martínez  
D. Joaquín de Arespachaga Llopiz  
D. Julio Azcargorta Peral  
D. Antonio Catalán Díaz

Comisión de Auditoría: D. Leopoldo Fernández Pujals  
D. José Ortiz Martínez  
D. Joaquín de Arespachaga Llópiz  
D. Juan Manuel Ruiz Aizpuru

Comisión de Compensación  
y Personal: D. Leopoldo Fernández Pujals  
D. José Ortiz Martínez  
D. Joaquín Cayuela Verges  
D. Alfonso Martínez de Irujo Fitz-James  
Stuart  
D. Angel Lozano Roy

No se establece un número obligatorio de reuniones al año, reuniéndose estas Comisiones dependiendo de las necesidades de la Sociedad.

La Intención de la Sociedad es adaptarse al Código de Buen Gobierno. La Sociedad está estudiando aspectos del código para adaptarlos a la estructura de ésta, que será comunicado a la CNMV y a la Sociedad Rectora de la Bolsa.

El Reglamento Interno de Conducta está depositado en la Comisión Nacional de Mercado de Valores (C.N.M.V.).

#### **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:

DIRECCION GENERAL	D. Carlos López Casas
	D. José Luis Vázquez Rodríguez
SUBDIRECCION .GRAL. DE RECURSOS	D. Salvador Peñarrubia Sánchez
SUBDIRECCION GRAL. DE MARKETING	D. Juan José Mallebrera Rodríguez
SUBDIRECCION DE OPERACIONES	D. Santiago Bartolomé Brizuela
	D. Pedro Español Diaz del Río
SUBDIR. DE FÁBRICAS Y LOGISTICAS	D. Luis Aguilar
SUBDIR. GRAL. INTERNACIONAL	D. Eduardo Hernández de Armijo
DIR. DE SISTEMAS Y ORGANIZACIÓN	D. Juan Carlos García
DIRECCION DEL DPTO. JURIDICO	D. Juan Carlos Oliden Alvarez
DIRECCION DEL DPTO. DE EXPANSION	D. Javier Orna Carpena
DIRECCION DE RR. HH. (NACIONAL)	D. Arturo Ascaso Gonçalves
DIRECCION DE RR.HH. (INTERNACIONAL)	D. Miguel Angel Rodriguez
DIRECCION DE INVERSIONES	D. Alfonso Fernández de Gabriel

No existe Comité de Dirección.

### **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 fecha 9 de Abril de 1.999

	<b>Acciones Poseidas</b>	<b>%</b>
<b>CONSEJEROS</b>		
D. LEOPODO FERNANDEZ PUJALS	77.045.944	35,8923
D. JOSE ORTIZ MARTINEZ	340	0,0002
D. JULIO AZCARGORTA PERAL	1.200	0,0006
D. JUAN MANUEL RUIZ AIZPURU	0	0,0000
D. ALFONSO MARTÍNEZ DE IRUJO	4.300	0,0020
D. ANTONIO CATALAN DÍAZ	21.840	0,0102
D. ANGEL LOZANO ROY	0	0,0000
D. JOAQUIN DE ARSPACOCCHAGA LLOPIZ	4.730	0,0022
D. JOAQUIN CAYUELA VERGES	4.760	0,0022
<b>DIRECTIVOS</b>		
D. JOSE LUIS VAZQUEZ RODRIGUEZ	4.700	0,0022
D. CARLOS LOPEZ CASAS	22.220	0,0104
D. SALVADOR PEÑARRUBIA SÁNCHEZ	850	0,0004
D. JUAN JOSE MALLEBRERA RODRIGUEZ	26.500	0,0123
D. SANTIAGO BARTOLOME BRIZUELA	15.150	0,0071
D. PEDRO ESPAÑOL DÍAZ DEL RÍO	37.440	0,0174
D. JUAN CARLOS GARCIA	8.250	0,0038
D. JUAN CARLOS OLIDEN ALVAREZ	0	0,0000
D. JAVIER ORNA CARPENA	23.208	0,0108
D. ARTURO ASCASO GONÇALVES	1.000	0,0005
D. ALFONSO FERNANDEZ DE GABRIEL	0	0,0000
D. MIGUEL ANGEL RODRIGUEZ	0	0,0000
D. LUIS AGUILAR	0	0,0000
D. EDUARDO HERNANDEZ DE ARMIJO	7.655	0,0036
	<b>77.230.087</b>	<b>35,9781</b>

(\*) D. JULIO AZCARGORTA PERAL Y D. JUAN MANUEL RUIZ AIZPURU representan las 9.435 acciones que posee actualmente el B.B.V. y que representa el 0,0044 del capital social.

---

El total de acciones de consejeros y directivos asciende a 77.230.087 acciones, que representa un 35,9781% del capital.

En la última Junta General de Accionistas el 8 de Mayo de 1.998, el Consejo de Administración representó el 48,1131% del capital social, por delegación de los titulares de las acciones.

**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 la fecha del presente Folleto Informativo, 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.

No existen operaciones vinculantes de los Consejeros con TELE PIZZA, S.A.. Solamente, y como se manifiesta en el punto II.18.2., uno de los representantes de la asesora "Almond Partners, S.L." es D. Joaquín de Arespachaga Llópiz, miembro del Consejo de Administración.

**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.**

El importe de las remuneraciones totales devengadas durante el ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 1998 por los miembros del Consejo de Administración de TELE PIZZA, S.A. asciende a 77 millones de pesetas, en concepto de dietas de asistencia a Consejo de administración y a las comisiones comentadas anteriormente.

La política de remuneración a Consejeros que TELE PIZZA, S.A. sigue en la actualidad es la siguiente:

- a) Por un lado, dietas de asistencia a reuniones de Consejo de Administración y de Comisiones, en la cantidad de 400.000.- Ptas. brutas por Consejero.
- b) La cantidad fija neta de 500.000.- Ptas. al mes, a favor del Consejero-Secretario del Consejo de Administración.

Los Consejeros y Administradores de las Sociedades Filiales no cobran ningún tipo de retribución por ningún concepto.

El importe de las remuneraciones totales devengadas durante el ejercicio cerrado al 31 de Diciembre de 1.998 por los miembros del equipo directivo de la Sociedad asciende a 152.819.850 de pesetas.

Los Consejeros son adjudicatarios de distintos Planes de Acciones ofrecidos por la sociedad a empleados y consejeros. Dichos Planes han sido registrados en la C.N.M.V. con fechas 26 de Marzo de 1.997 y 31 de Junio de 1.998.

**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 tiene concedidos a 3 directores de los anteriormente mencionados, un total de 11,2 Millones de pts. en préstamos, no superando en ninguno de los casos un importe máximo de 5, 3 Millones de pts.

Estos préstamos fueron concedidos para la adquisición de acciones de la compañía por parte de los directivos a un tipo de interés anual del MIBOR (6 meses) + 0,5%.

Por otra parte, determinados directivos son adjudicatarios del Plan Especial de Opciones, 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.

**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.**

La participación más significativa corresponde a D. Leopoldo Fernández Pujals, que directamente o a través de la sociedad Transeuropean Research Traders, S.A., controla el 35,8% del Capital Social de la sociedad. The Chase Manhatam Bank controla el 10,45% del Capital social como custodio. Ninguno de estos accionistas ejercen control sobre la sociedad.

A continuación se incorpora tabla donde vienen reflejados los accionistas que ostentan, directa o indirectamente, una participación significativa superior al 5% en el capital de la Sociedad:

<b>ACCIONISTAS</b>	<b>Nº ACCIONES</b>	<b>% CAPITAL SOCIAL</b>
Leopoldo Fernández Pujals	248.664	0,116
Transeuropean Research Traders, S.A.	76.797.280	35,776
The Chase Manhatam Bank	22.437.826	10,45

### **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 Ordinaria de Accionistas celebrada el pasado día 8 de Mayo, asistieron en total, entre presentes y representados 1.076 socios, titulares de 103.452.980 acciones, que representan un 48,1942% 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 DICHS 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 31,54%, el Banco Urquijo con un 28,66% y BANESTO que representa un 26,27%.

**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 31,55% del total de los consumos del Grupo para el pasado año 1998. Dicha empresa pertenece al grupo TelePizza.

Con fecha 27 de Mayo de 1.998 se ha procedido a comprar el 84,75% de dicha Sociedad, información que se amplía en el capítulo VII.1.

**VI.9. ESQUEMAS DE PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL EN EL CAPITAL 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; 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..

Por otra parte, se expone ampliamente en el Capítulo II del presente Folleto el Plan de Opciones sobre Acciones a favor de Empleados y Consejeros para el Ejercicio 1.998.

#### **VI.10. RETRIBUCIONES A LOS AUDITORES DE LA SOCIEDAD POR OTROS SERVICIOS DISTINTOS A LOS DE AUDITORÍA.**

Los Auditores actuales, Ernst & Young, no reciben ninguna retribución diferente a las estipuladas por su auditoría.

## **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**

Las oportunidades de crecimiento que TELEPIZZA vislumbra a corto-medio plazo son las siguientes:

- a) Crecimiento vertical aproximado del 20% en los territorios que actualmente son objeto de reparto a domicilio.
- b) Crecimiento horizontal, tanto en países donde operamos actualmente como en nuevos países (principalmente mediante la adquisición de pequeñas cadenas de pizza ya operativas).
- c) Crecimiento de las ventas de las tiendas "Pizza World" y "TeleGrill".
- d) Integración vertical, dirigida hacia productos y/o servicios estratégicos para el Grupo.
- e) Investigación y Desarrollo de nuevos conceptos dentro del ámbito de la comida rápida.

Como un ejemplo de esta labor de Investigación y Desarrollo se prevé la apertura de un establecimiento bajo la marca "TeleOriental" dedicada a comercializar, tanto en el local como en servicio a domicilio, comida china.

Durante un periodo no inferior a 6 meses y no superior a 12 este concepto será perfeccionado con el ánimo de, pasado ese periodo de tiempo (y siempre que quede demostrada su viabilidad futura), desarrollarlo tan rápidamente como sea posible e integrarlo en el plan de crecimiento del resto de las cadenas del Grupo sin limitación alguna.

También en relación con la investigación y desarrollo de nuevos conceptos, con fecha 24 de marzo de 1999 Tele Pizza, S.A. ha procedido a la constitución de una sociedad filial, denominada "Vending Pizza, S.A.", (con un capital social de 10 millones de pesetas) propiedad en un 51% de Tele Pizza, S.A. tal y como se describe en el Capítulo III.6. Inicialmente se ha estimado una inversión en el desarrollo de las actividades de la sociedad, consistentes en la fabricación y comercialización de máquinas dispensadoras de productos alimenticios calientes (en particular pizzas) y elaboración y comercialización de las propias pizzas que se suministran a dichas máquinas, de 1.800 millones de pesetas (incluidas las adquisiciones mencionadas en el citado Capítulo y las inversiones adicionales que se ha previsto a realizar a corto plazo), de los cuáles a día de hoy sólo se han desembolsado 940 millones de pesetas.

En 1999 se espera empezar a comercializar estas máquinas que ofrecen una pizza caliente en 1 minuto y 30 segundos, siendo la estrategia la siguiente:

- Se formalizarán acuerdos con distribuidores, empresas de colectividades y grandes cadenas, para la colocación, mantenimiento y reposición de las máquinas.
- La fabricación de la máquina se subcontratará prácticamente en su totalidad, reservando para fabricación propia, aquellos aspectos que se consideran estratégicos.
- La producción de las pizzas a distribuir en dichas máquinas será propia.

Con fecha 27 de mayo de 1998 TELE PIZZA, S.A. procedió a comprar el 84,75% de las acciones de la sociedad LUXTOR, S.A. por un importe de 767,5 Millones. Adicionalmente se ha firmado una opción de compra sobre las acciones que constituyen el 15,25% restante, a un precio equivalente.

La sociedad LUXTOR, S.A es el principal proveedor de queso de TELE PIZZA, S.A., con unas ventas estimadas para 1999 de 12 toneladas de queso y un volumen de facturación estimado para 1999 de 5.500 Millones de pesetas. Dicha sociedad dispone de instalaciones en Móstoles ( Madrid) y en Avila.

Con dicha operación, TELE PIZZA, S.A. pasa a controlar a uno de sus proveedores estratégicos y continúa, por tanto, con su política de integración vertical.

## **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.

Se espera para años posteriores que el mercado reclame un aumento del número de promociones y que este hecho, junto con el mantenimiento de los precios, reduzca el margen variable de las tiendas. Este factor se verá compensado ampliamente por efecto del mayor volumen de ventas y por el fuerte apalancamiento operativo con que cuenta la compañía, al repartirse los gastos de estructura entre un volumen creciente de ventas.

### **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 consideramos la capitalización de la totalidad de los beneficios como la alternativa más atractiva para el accionista, ya que, en nuestra opinión, la rentabilidad esperada de un valor de crecimiento debe venir por su revalorización antes que por un “yield” alto.

El análisis comparativo entre la rentabilidad por 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 proyecta realizar las mejoras necesarias para que sus centrales de abastecimiento puedan cubrir con idéntica eficacia el mayor número de establecimientos que deberá atender.

### **VII.2.4. Política de Endeudamiento.**

A pesar del esfuerzo inversor adicional realizado durante 1998 con la adquisición del proveedor de queso y de varias empresas que poseían franquicias, la generación de fondos durante el ejercicio unido a las líneas de crédito concedidas, ha permitido al grupo acometer dicha adquisición y el resto de 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 activo fijo podrán financiarse, en la medida en que esto sea posible, con los recursos generados en dichos años.

#### **VII.2.6. Política de amortizaciones.**

No se prevé que la política de amortizaciones seguida por el Grupo experimente modificación alguna, ya que se ajusta adecuadamente a la depreciación efectiva de sus inmovilizados.

---

JOSÉ ORTIZ MARTINEZ  
Secretario-Consejero del Consejo de  
Administración de TELE PIZZA, S.A.

## ANEXOS

- **ANEXO 1** – Certificación de acuerdos adoptados por la Junta General Ordinaria de Accionistas de la Sociedad en fecha 6 de Junio de 1.997.
- **ANEXO 2** – Certificación de acuerdos adoptados por el Consejo de Administración el 17 de Marzo de 1.998.
- **ANEXO 3** – Certificación de acuerdos adoptados por la Junta General Ordinaria de Accionistas de la Sociedad en fecha 8 de Mayo de 1.998.
- **ANEXO 4** – Certificación de vigencia de acuerdos adoptados por la Junta de Accionistas y el Consejo de Administración de la Sociedad.
- **ANEXO 5** – Copia de la Escritura de Elevación a Público del Acuerdo del Consejo de Administración, relativo a la redenominación del capital social a euros.
- **ANEXO 6** – Certificación sobre la vigencia y no modificación de los actuales estatutos.
- **ANEXO 7** - Certificación sobre la inexistencia de litigios que pudieran afectar la solvencia de la sociedad.
- **ANEXO 8** – Cuentas Anuales e Informe de Gestión, individuales y consolidados, correspondiente al ejercicio cerrado el 31 de Diciembre de 1.998. (pendientes de aprobación por la Junta General de Accionistas). Copia informe de Auditoría.
- **ANEXO 9** – Documento tipo de suscripción.
- **ANEXO 10** – Información a los suscriptores.