

Carta del Director General

En Alsea, nuestra forma de ganar es una ecuación dinámica donde participan nuestras marcas, colaboradores y un modelo de sinergia y masa crítica, en combinación con estrategias de mercadotecnia e innovación; todo para sorprender a nuestros clientes, superar sus expectativas y cumplir con nuestro plan estratégico.

Durante 2017, las ventas netas aumentaron 12.8% a 42,529 millones de pesos en el 2017 en comparación con los 37,702 millones de pesos del año anterior. Este aumento se debe principalmente al crecimiento de 6.6% en ventas mismas tiendas, así como al incremento de 214 unidades corporativas, llegando a un total de 2,716 unidades al cierre de diciembre 2017, lo cual representa un crecimiento de 8.6% en comparación con el mismo periodo del año anterior.

Adicionalmente, durante el año y como consecuencia del crecimiento de 14.2% en la utilidad bruta y el incremento de 11.4% en los gastos de operación (excluyendo depreciación y amortización), el EBITDA creció 25.4% para llegar a 6,466 millones de pesos al cierre del 2017, en comparación con los 5,155 millones de pesos del año anterior. El incremento en el EBITDA por 1,311 millones de pesos es atribuible principalmente a la contribución positiva de 609 millones de pesos provenientes de la venta del total de la participación minoritaria del capital social de Grupo Axo S.A. de C.V., la cual fue adquirida en junio de 2013, al crecimiento ventas mismas tiendas, a las eficiencias operativas, así como al incremento en el número de unidades.

En Alsea México el 2017 fue un año de grandes celebraciones, además de los 15 de años de Starbucks en el país, tuvimos la oportunidad de celebrar la apertura de nuestro Centro de Operaciones Alsea (COA), el cual nos permite asegurar el servicio para el centro del país, consolidando la manufactura, logística y distribución, genero eficiencias que impactan positivamente nuestra rentabilidad.

Como parte de nuestras estrategias de innovación, incorporamos soluciones de compra más accesibles y acordes con el estilo de vida de nuestros clientes, ejemplo de ello es el programa Starbucks Rewards en México, el cual alcanzó ya 1.3 millones de socios, así como la nueva app Dominos Mx que ha alcanzado el 18% del total de ventas de la marca. Por último, Wow Rewards, nuestro programa de lealtad en México, proyecto insignia de desarrollo de tecnología de punta que reconoce la preferencia de nuestros clientes, cuenta ya con casi 900 mil usuarios registrados, lo ha traído consigo el que este presente en el 5.7% de las ventas de Alsea con un incremento en el ticket promedio de 37%.

Durante el tercer trimestre del año, los retos fueron aún mayores poniendo a prueba nuestra capacidad de resiliencia en respuesta a los sismos que se dieron lugar en el centro de México. Esto nos impactó en el desempeño financiero de nuestro negocio cuyas ventas se vieron afectadas, lo que nos obligó a cerrar algunos establecimientos de forma temporal y nos exigió responder de manera solidaria a la sociedad. Para atender esta emergencia habilitamos más de 900 restaurantes como centros de acopio de alimentos, víveres y artículos de higiene personal, al mismo tiempo que ofrecemos apoyo a 280 colaboradores afectados en sus viviendas a través de un plan interno de ayuda del Comité de Emergencias.

En Alsea Internacional, cumplimos tres años desde la adquisición de Grupo Zena en España, periodo en el cual hemos conseguido un crecimiento anual compuesto de 14% y 21% en ventas y EBITDA respectivamente. Por otro lado, en el segundo trimestre del año logramos concretar de forma exitosa la firma del contrato de desarrollo de la marca Starbucks en Uruguay y en agosto abrimos la primera unidad de Chili's en Chile, formato que ha logrado tener una gran aceptación en el mercado andino;



A través de nuestras
marcas Encendemos
el Espíritu de la gente,
conócelas: www.alsea.net

con estos logros, cumplimos con nuestra estrategia de llevar exitosamente nuestras marcas a otros países.

Apegados a nuestros pilares de sustentabilidad, continuamos trabajando alineados a nuestros cuatro ejes: apoyo a la comunidad, consumo responsable, calidad de vida y medio ambiente.

Hablando de nuestro compromiso con la comunidad alcanzamos durante 2017 nuestra meta de poner en operación 10 comedores infantiles del Movimiento “Va por mi Cuenta”, al abrir uno en la comunidad de Santa Úrsula en la Ciudad de México y otro más en Oaxaca, con lo que ampliamos la cobertura de alimentación diaria a más de 3,500 niños. En cuanto a nuestros colaboradores, seguimos trabajando uno a uno para ofrecer mejores planes de prestaciones, oportunidades de crecimiento, capacitación y lugares de trabajo en donde se garantice su desarrollo integral, así como su seguridad y salud. Otro de los logros en materia de sustentabilidad y apegados a nuestro compromiso con el consumo responsable, definimos la política y el estándar de seguridad alimenticia y calidad aplicables para todos los países donde Alsea tiene operaciones. Comprometidos con el medio ambiente, iniciamos la compra de 3.5 millones de Kilowatt/hora de energía eólica evitando la emisión a la atmósfera de 1,620 toneladas de CO₂ y se recolectaron 916,000 litros de aceite evitando contaminar alrededor de 916 millones de litros de agua en el año 2017.

Todo esto nos mueve hacia una evolución en la forma en la que concebimos nuestro negocio, en donde incorporamos la cooperación y colaboración de todos los que formamos parte de la Familia Alsea para atender las demandas multiculturales que estamos experimentando.

Estamos dando grandes pasos para fortalecer los lazos con todos ustedes: nuestros inversionistas, colaboradores, clientes, proveedores y sociedad, a quienes agradecemos su confianza e invitamos a conocer, a través de este informe, con mayor detalle quién es Alsea y por qué somos la compañía líder en la industria de restaurantes en América Latina y España desde hace más de 27 años.

Renzo Casillo Nielsen
Director General