

ALSEA ACTUALIZACIÓN COVID-19

Ciudad de México, 26 de junio de 2020 — Alsea, S.A.B. de C.V. (BMV: ALSEA*) “Alsea”, operador líder de establecimientos de Comida Rápida “QSR”, Cafeterías, Restaurantes Casuales y Familiares en América Latina y Europa, reporta la siguiente actualización operativa en función de la dinámica situación relacionada con la pandemia del COVID-19.

En la tabla a continuación, mostramos el crecimiento de las ventas preliminares año tras año, durante los primeros dos meses del segundo trimestre, así como el número de unidades operativas abiertas solamente para entrega a domicilio o para llevar y abiertas a un número limitado de clientes. A la vez, esta actualización destaca varias iniciativas que la Compañía ha estado implementando para mejorar la experiencia del cliente y mejorar la eficiencia operativa.

El comportamiento del consumidor en toda la industria de restaurantes evidentemente cambió hacia la entrega a domicilio y la comida para llevar en el segundo trimestre, debido a las medidas de contingencia con las que se cerraron casi todos los restaurantes. Todavía no está claro cómo responderán los consumidores a medida que los restaurantes vuelvan a abrir, pero la tendencia a largo plazo hacia una mayor cantidad de comida para llevar y entregar a domicilio se acelerará. Las inversiones y la experiencia de Alsea en digitalización y entrega a domicilio, así como sus sólidas marcas y su escala nacional, han puesto a la Compañía en una posición muy sólida para ser líderes en este segmento en todos sus mercados principales.

La Compañía está inmensamente orgullosa de cómo nuestro equipo ha respondido a los desafíos presentados por el COVID-19, en lo que ha sido el periodo operativo más difícil en la historia de Alsea. En los últimos tres meses, hemos implementado estrictos protocolos priorizando la salud y seguridad de nuestros colaboradores y clientes, al mismo tiempo que innovamos en todos los aspectos de nuestras operaciones para proporcionar, en la medida de lo posible, entrega a domicilio sin contacto. Conforme nuestros restaurantes comiencen a abrir y volver a la normalidad, nos gustaría expresar nuestro agradecimiento a todos nuestros colaboradores.

Ventas por región 1T20 vs 1T19 (ya reportado):

	1T20	1T19	Var.	% Var.
México	6,210	6,387	(\$176)	(2.8)%
Europa	4,150	5,033	(\$883)	(17.5)%
América Latina	1,725	2,238	(\$512)	(22.9)%

Cifras en millones de pesos.

Ventas por región para los primeros dos meses del segundo trimestre de 2020, comparadas con el año anterior y con el pronóstico interno por el COVID-19 de la Compañía hecho a principios de abril:

	Abril (%)		Mayo (%)	
	A/A	vs. Pronóstico abril	A/A	Vs. Pronóstico abril
México	(62.8)%	38.7%	(61.4)%	43.5%
Europa	(90.9)%	71.9%	(75.3)%	224.3%
América Latina	(78.2)%	27.4%	(66.7)%	0.0%
Aalsea	(75.6)%	40.8%	(67.1)%	54.5%

Como se esperaba, para abril y mayo, las tres regiones donde operamos reportaron caídas significativas año tras año, pero superaron nuestras proyecciones internas realizadas a principios de abril que tomaban en cuenta el impacto del COVID-19 (ver columna “vs. Pronóstico abril” arriba). El importante aumento en ventas en Aalsea Europa en comparación con nuestro pronóstico interno durante el mes de abril se debió a la reapertura de las unidades, que ha sido más rápida de lo esperado inicialmente.

Estado de las unidades por región geográfica al 14 de junio de 2020:

	Unidades corporativas totales	Abiertas con capacidad limitada	Solo entrega a domicilio y para llevar	Unidades operativas totales	% de unidades en funcionamiento
México	1,891	234	1,085	1,319	70%
Europa	893	76	512	588	66%
Argentina	275	0	169	169	61%
Colombia	145	0	140	140	97%
Chile	199	0	88	88	44%
Total	3,403	310	1,994	2,304	68%
%	100%	9%	59%	68%	-

Iniciativas clave para aumentar las ventas y el tráfico en nuestras diferentes marcas y formatos:

Asea busca ser la opción preferida para la entrega de alimentos en todos sus canales de venta, al ofrecer el mejor producto, empaque y tiempos de entrega. Esta estrategia tiene dos pilares: agregadores y nuestro propio canal de entrega a domicilio. Buscamos garantizar que todas las herramientas tecnológicas disponibles para los clientes funcionen de manera consistente y brinden una experiencia digital completa para nuestros usuarios.

Debido a la contingencia, emprendimos las siguientes acciones con los agregadores:

- Integramos DiDi Foods como un nuevo agregador para 7 marcas y más de 100 unidades.
- Agregamos más de 600 unidades para entrega en Uber Eats.
- Agregamos más de 200 unidades de Domino's Pizza a Rappi y 200 unidades adicionales a Uber Eats, anteriormente había 100 unidades en Uber Eats.
- Se agregaron más de 100 unidades de Starbucks a Sin Delantal.
- Ajustamos los menús para todas nuestras marcas, optimizando los productos que ofrecemos y agregando más de 80 promociones durante la contingencia.
- Creamos una división de Entrega a Domicilio dentro de Asea para fortalecer el canal.
- Se agregó una etiqueta de seguridad a todas las marcas de Asea para garantizar que no se toquen los alimentos de nuestros clientes.

En nuestro Propio Canal de Entrega a Domicilio realizamos las siguientes mejoras:

- Cambiamos nuestro modelo de entrega a domicilio para optimizar los tiempos al reunir a todos los distribuidores de las diferentes marcas, haciendo entregas de múltiples marcas y unidades, con lo que redujimos nuestros costos operativos por más del 20%.
- Implementamos Wow Delivery, una nueva opción para pedir comida de diferentes marcas de Asea. Además de poder realizar pedidos a través del teléfono o sitio web de cada marca, todas las marcas de Asea se pueden encontrar en el mismo lugar utilizando Wow Delivery.

Estas medidas nos permitieron aumentar las ventas por más del 115% en este canal, en comparación con las ventas registradas antes de la contingencia.

Adicionalmente, Wow Rewards ahora tiene más de 3.2 millones de socios registrados, de los cuales 571,603 han usado Wow Rewards en el último año, lo que representa 5.3% de las ventas totales de Asea. Nuestro objetivo para Wow Rewards es proporcionar al cliente un canal de comunicación digital directo y ofrecer programas de lealtad independientes de nuestras marcas que incentiven el uso frecuente de la plataforma.

Los planes para los próximos meses incluyen:

- Quioscos digitales en Burger King que permitan pedidos sin contacto humano.
- Permitir que los clientes ordenen desde sus teléfonos dentro de nuestras unidades.
- Para cualquiera de los restaurantes de Asea, facilitar las órdenes a través del mercado de cada marca y después recoger el pedido.
- Expandir nuestro propio canal de ventas. Actualmente, estamos recibiendo pedidos de Burger King a través de WhatsApp y esperamos expandir este servicio a todas nuestras marcas.
- Integrar Wow Rewards y Cupones Digitales Asea con los diferentes mercados y la plataforma Wow Delivery.

Con el fin de llevar nuestras marcas a una base de consumidores más grande y cubrir la creciente demanda de entrega a domicilio, Asea está haciendo pruebas para lanzar *dark kitchens* en algunas

de sus unidades, una forma que permite que los restaurantes agrupen recursos y reduzcan los gastos generales para aumentar su capacidad de servir al mercado de entrega a domicilio. Durante abril y mayo, Alsea implementó el concepto de *dark kitchen* en 34 unidades de El Portón y Vips para ofrecer las siguientes marcas: Chili's, El Portón, Italianni's, TCCF, La Casa del Comal y Corazón de Barro.

Estas *dark kitchens* se utilizan en todos los canales de entrega y hasta ahora se han realizado 12,000 pedidos a través de nuestro modelo de cocina oscura. La misma tecnología que se desarrolló para integrar agregadores se utilizó para operar los modelos de *dark kitchens*. En los próximos meses continuaremos la expansión de este tipo de unidades.

Nuevas iniciativas para impulsar el rendimiento operativo y mejorar la experiencia del cliente:

Durante las últimas semanas, Alsea ha capacitado a cada uno de sus colaboradores, por un total de más de 150,000 horas, en medidas de higiene, salud y seguridad para garantizar el cumplimiento de estrictos protocolos en cada uno de sus restaurantes y tiendas, poniendo siempre la salud de los clientes y empleados primero.

En sus más de 2,260 restaurantes y sus 11 marcas en México, Alsea ha implementado nuevas tecnologías y prácticas adicionales de seguridad e higiene alimentaria que cumplen con los más altos estándares sanitarios nacionales e internacionales en la industria. A medida que se vuelven a abrir los restaurantes, los colaboradores y clientes de Alsea pueden estar confiados de que están en lugares seguros, gracias a las siguientes medidas:

Diariamente para cada uno de nuestros colaboradores:

- Se tomará su temperatura.
- Desinfectarán sus zapatos con tapetes desinfectantes.
- Se lavarán las manos con más frecuencia y usarán mascarillas.
- Para mantener distanciamiento social, hemos colocado letreros en el piso en las áreas de trabajo, además de ajustar sus descansos y horas de comida.

Tiendas y restaurantes:

- Antes de la reactivación de la industria, cada una de nuestras unidades se sometió a un proceso exhaustivo de limpieza y desinfección.
- Todas las instalaciones tendrán marcas en los pisos, facilitando el distanciamiento social de 1.5 metros a través de indicadores visuales para una fácil identificación por parte de nuestros clientes. Lo mismo ocurrirá con la disposición de las mesas en cada establecimiento.
- Desde el momento en que los suministros llegan a nuestras unidades, se desinfectan antes de ingresar a los almacenes o área de preparación.
- Los platillos se cocinarán a una temperatura de cocción estandarizada para eliminar virus, parásitos y bacterias, incluido el SARS-CoV2.
- La cadena de suministro de Alsea tiene altos estándares de calidad e higiene; nuestros centros de distribución garantizan la seguridad en todos los procesos sanitarios.
- La posibilidad de descargar menús digitales existirá a través de códigos QR.

Responsabilidad social:

Entendemos el impacto negativo que la crisis del COVID-19 ha tenido en muchas familias que se encuentran en situaciones vulnerables en las regiones donde opera Alsea. Por este motivo, a partir del 5 de junio, Alsea ha emprendido las siguientes iniciativas que han tenido un impacto positivo en

más de 110,00 personas:

- A junio, se habían donado 274 toneladas de alimentos en todos los mercados donde opera Alsea.
- Se han entregado 7,185 canastas de alimentos a los beneficiarios del programa Va por mi Cuenta. A partir de junio, Alsea se asoció con La Comer y Fundación Alsea para entregar canastas de alimentos.
- Se entregaron 4,620 raciones de alimentos a pacientes y familiares de pacientes del Hospital Siglo XXI a través de nuestro socio Por un Hogar.
- A través del Fondo para la Paz I.A.P., se garantizó la seguridad alimentaria de 620 beneficiarios de comunidades indígenas en los estados de Oaxaca y San Luis Potosí. Estas comunidades también están apoyadas mediante la compra y distribución de material médico para atender a pacientes con COVID-19.
- Se proporcionaron 1,200 canastas de alimentos para madres solteras.
- En alianza con la Fundación IMSS, del 17 de abril al 2 de junio, se entregaron 38,604 canastas de alimentos a trabajadores de salud en los hospitales Siglo XXI y La Raza.
- Todas las marcas ya han proporcionado 125,000 raciones de alimentos para trabajadores de salud de varios hospitales en el país.
- Para beneficiar a nuestros colaboradores gravemente afectados por el COVID-19, junto con Starbucks International, se creó un Fondo de Emergencia para apoyar a los colaboradores en México, Chile, Colombia, Uruguay y Argentina.

En resumen, continuamos navegando la pandemia de COVID-19 guiados por principios claros que se alinean con la misión y los valores de nuestra Compañía. Creemos firmemente que, después de estas circunstancias sin precedentes, saldremos más fuertes y resistentes que hoy.

Limitación de Responsabilidades

El presente evento relevante contiene ciertos pronósticos o proyecciones, que reflejan la visión actual o las expectativas de Alsea y su administración con respecto a su desempeño, negocio y eventos futuros. Alsea usa palabras como "creer", "anticipar", "planear", "esperar", "pretender", "objetivo", "estimar", "proyectar", "predecir", "pronosticar", "lineamientos", "deber" y otras expresiones similares para identificar pronósticos o proyecciones, pero no es la única manera en que se refiere a los mismos. Dichos enunciados están sujetos a ciertos riesgos, imprevistos y supuestos. Alsea advierte que un número importante de factores podrían causar que los resultados actuales difieran materialmente de los planes, objetivos, expectativas, estimaciones e intenciones expresadas en el presente evento relevante. Alsea no está sujeta a obligación alguna y expresamente se deslinda de cualquier intención u obligación de actualizar o modificar cualquier pronóstico o proyección que pudiera resultar de nueva información, eventos futuros o de cualquier otra causa.

Acerca de Alsea

Alsea es el operador de restaurantes líder en América Latina y Europa con marcas de reconocimiento global dentro de los segmentos de Comida Rápida, Cafeterías, Comida Casual, Fast Casual y Restaurante Familiar. Cuenta con un portafolio multi-marcas integrado por Domino's Pizza, Starbucks, Burger King, Chili's, P. F. Chang's, Italianni's, The Cheesecake Factory, Vips, Vips Smart, El Portón, Archies, Foster's Hollywood, Cañas y Tapas, Gino's, TGI Fridays y wagamama. La compañía opera más de 4,000 unidades en México, España, Argentina, Colombia, Chile, Francia, Portugal, Uruguay y Andorra. Su modelo de negocio incluye el respaldo a todas sus Unidades de Negocio a través de un Centro de Soporte y Servicios Compartidos, brindando apoyo en procesos Administrativos, de Desarrollo y de Cadena de Suministro.

Para mayor información visita: www.alsea.com.mx

Sus acciones cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores bajo la clave ALSEA*

Salvador Villaseñor Barragán

Relación con Inversionistas
Teléfono: +52 (55) 7583-2000
ri@alsea.com.mx



A través de nuestras marcas encendemos el espíritu de la gente, conócenos: www.alsea.net