

Asea reporta ventas netas de 17 mil 666 millones de pesos durante el primer trimestre del 2023

- Ventas Mismas Tiendas (VMT):

	1T23
Vs. 1T22	23.5%

- Aumento en Ventas Totales de 16% en el primer trimestre del año
- Incremento en las Órdenes Mismas Tiendas de 12% en comparación con el 1T22
- La Compañía superó los 3 mil millones de pesos en ventas en entrega a domicilio, con más de 11 millones de órdenes y una participación de 17% de las ventas consolidadas durante el primer trimestre del 2023
- Las ventas digitales (E-Commerce, Agregadores & Lealtad) contribuyeron al 30% de las Ventas Totales de Asea, alcanzando 5.0 mil millones de pesos, con un sólido crecimiento de 23% vs. año anterior
- Incremento de 23.6% en el EBITDA* con un margen de 13.1%
- Al cierre del primer trimestre, se logró un incremento de 41.1% en la Utilidad Neta*, alcanzando 564 millones de pesos
- El ratio de apalancamiento Deuda Total / EBITDA* fue 2.88x al cierre del trimestre
- Durante el 1T23, se recompraron 4.9 millones de acciones con la intención de cancelarlas

*Excluyendo efecto de la NIIF 16, así como el efecto relacionado a la reexpresión por la hiperinflación en Argentina

MENSAJE DE LA DIRECCIÓN GENERAL

Armando Torrado, Director General de Asea, comentó: Me complace compartir nuestros sólidos resultados para el primer trimestre de 2023. Las ventas totales en el periodo aumentaron 16% año contra año, a 17.5 mil millones de pesos, lo que demuestra un crecimiento significativo en todas nuestras regiones. Además, el EBITDA del trimestre (pre-IFRS 16) aumentó 23.6% alcanzando 2.3 mil millones de pesos contra el año anterior.

Estos resultados reflejan la fuerte demanda por nuestras marcas y la capacidad de la compañía para mantener resultados positivos. Además, aunque se está incrementando nuestra venta dentro de restaurante, nuestras ventas en entrega a domicilio (*delivery*) en el trimestre representaron el 17% de las ventas totales, esto va en línea con el trimestre anterior.

Respecto a nuestra estrategia de expansión, en el trimestre agregamos 20 nuevos restaurantes corporativos y 8 franquicias, principalmente de Starbucks y Domino's Pizza. Evaluamos cuidadosamente cada nueva posible apertura para capitalizar oportunidades de mercado en todas nuestras regiones, siempre priorizando la rentabilidad.

En cuanto a nuestras marcas, Starbucks tuvo un crecimiento significativo del 36% en las ventas mismas tiendas en el trimestre, y me complace compartir que Asea recientemente firmó un acuerdo con Starbucks para abrir su primera tienda en Paraguay. El segmento de comida rápida (QSR) tuvo un sólido crecimiento de 19%, mientras que el segmento de Comida Casual tuvo un crecimiento de 17% en comparación con el trimestre del año pasado.

Informe Trimestral 1T23

El 30 de marzo de 2023, celebramos nuestro día de analistas e inversionistas “Aalsea Day” en la ciudad de Nueva York, brindando un excelente espacio para interactuar con nuestros inversionistas, discutir iniciativas estratégicas y compartir nuestra guía para 2023. Ahí compartimos que estamos bajando nuestra tasa de rotación de empleados y utilizando soluciones tecnológicas de Inteligencia Artificial para la contratación de personal en nuestra operación; en nuestra cadena de suministro estamos aumentando la eficiencia y reduciendo costos mediante avances tecnológicos en el transporte, fabricando más de nuestros ingredientes *in-house* y con contratos de cobertura estratégica. Con respecto al ámbito digital, nuestros clientes con cuentas en nuestros programas de lealtad tienen un ticket promedio más alto, nos visitan con más frecuencia y nos brindan datos valiosos para aprender cómo mejorar nuestro servicio. En línea con la estrategia de transformación digital, avanzamos con la Plataforma E-Commerce Domino’s CLOUD en el Roll Out de México y Colombia, así como el Piloto de Stars for Everyone (SFE) en México que nos permitirá continuar expandiendo y refinando los programas digitales de nuestras marcas.

En términos de guía para 2023, anticipamos la apertura de entre 250 y 290 nuevas tiendas, mientras proyectamos un crecimiento de las ventas mismas tiendas del 14% al 17%, con ingresos superiores al 13%. Además, esperamos que el EBITDA pre-IFRS16 aumente más del 15% y que el EBITDA post-IFRS16 aumente más del 10%.

Con el propósito de mejorar nuestro desempeño e identificar prioridades en nuestra estrategia de sostenibilidad global, actualizamos nuestro estudio de materialidad, ejercicio que llevamos a cabo cada dos años. En esta ocasión utilizamos por primera vez el concepto de doble materialidad, el cual se cimienta en la evaluación de los impactos ASG (ambientales, sociales y de gobernanza) más significativos que tenemos hacia el exterior (materialidad de impacto) y los temas ASG que condicionan el desempeño económico y financiero de la compañía, de manera que damos respuesta a las exigencias que señala el mercado (materialidad financiera).

Todas nuestras acciones y planes en materia ASG estarán orientados a dar respuesta a los temas materiales resultado de este estudio, donde los más relevantes son: 1.- Atracción y retención de talento, 2.- Calidad y seguridad de la comida, 3.- Salud y seguridad clientes / colaboradores, 4.- Equidad, diversidad e inclusión, 5.- Energía y emisiones; y al cumplimiento de nuestras metas 2030. Estaremos brindando avances anuales para los indicadores prioritarios que medimos para nuestra estrategia ASG. Los principales hallazgos del estudio de materialidad estarán incluidos en nuestro informe anual integrado 2022, disponible a partir de principios de mayo en la página web corporativa.

Con la finalidad de continuar retribuyendo la confianza de nuestros accionistas, en abril del presente año la Asamblea General de Accionistas aprobó el otorgar un dividendo implícito a través de la cancelación de 4.9 millones de acciones.

Me gustaría expresar mi gratitud a nuestros colaboradores por su dedicación y arduo trabajo, que condujo a un inicio de año tan sólido y a nuestro optimismo acerca del panorama de la Compañía.

Estamos comprometidos en continuar entregando felicidad y experiencias llenas de sabor y generando valor para nuestros accionistas.

Abril, 2023

Ciudad de México a 27 de abril de 2023. El día de hoy Asea, S.A.B. de C.V. (BMV: ALSEA*), operador líder de establecimientos de Comida Rápida “QSR”, Cafeterías, Comida Casual y Restaurante Familiar en América Latina y Europa, dio a conocer los resultados correspondientes al primer trimestre 2023. Dicha información se presenta de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS por sus siglas en inglés) y se presenta en términos nominales. Los comentarios que se presentan en este reporte incluyen el efecto de la IFRS 16, así como el efecto referente a la reexpresión por la hiperinflación en Argentina.

RESUMEN FINANCIERO DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2023

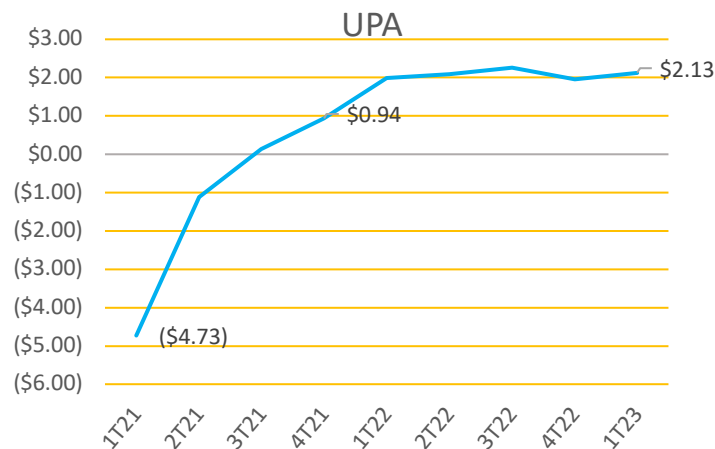
La siguiente tabla presenta un Resumen Financiero, así como el margen que cada concepto representa de las ventas netas y el cambio porcentual del trimestre terminado el 31 de marzo de 2023 en comparación con el mismo periodo de 2022:

	Pre-IFRS16			Post-IFRS16 + Reexpresión Argentina		
	1T23	1T22	Var %	1T23	1T22	Var %
Ventas Mismas Tiendas	23.5%	47.3%	N.A.	23.5%	47.3%	N.A.
Ventas Netas	17,584	15,165	16.0%	17,666	15,228	16.0%
Utilidad Bruta	11,755	10,342	13.7%	11,810	10,385	13.7%
EBITDA ⁽¹⁾	2,297	1,859	23.6%	3,684	3,458	6.6%
<i>Margen EBITDA</i>	13.1%	12.3%	80 pbs	20.9%	22.7%	(180) pbs
Utilidad de Operación	1,367	1,088	25.6%	1,637	1,435	14.0%
Utilidad Neta	\$564	\$400	41.1%	\$606	\$512	18.5%
<i>Margen Utilidad Neta</i>	3.2%	2.6%	60 pbs	3.4%	3.4%	-
ROIC	14.4%	10.2%	415 pbs	10.8%	8.6%	220 pbs
ROE	21.3%	16.1%	522 pbs	19.1%	21.8%	(270) pbs
Deuda Neta/EBITDA	2.4x	3.2x	N.A.	3.0x	3.5x	N.A.
UPA ⁽²⁾	\$2.48	\$1.60	54.7%	\$2.13	\$1.60	33.2%

* Cifras en millones de pesos, excepto la UPA

(1) EBITDA se define como utilidad de operación antes de la depreciación y amortización.

(2) UPA es la utilidad por acción de los últimos doce meses.



RESULTADOS CONSOLIDADOS

VENTAS

Las **ventas netas** del primer trimestre de 2023 **augmentaron 16.0%** para llegar a **17,666 millones de pesos**, en comparación con los 15,228 millones de pesos en el mismo periodo del año anterior. Este incremento se explica principalmente por la recuperación sostenida en la tendencia de consumo, la preferencia hacia nuestras marcas, así como a la implementación de estrategias comerciales exitosas y a una ejecución responsable en las estrategias de precio. Excluyendo el efecto de tipo de cambio, las ventas netas **incrementaron 25.7%**.

En el segmento de entrega a domicilio (*delivery*) representó un importe superior a 3,000 millones de pesos, alcanzando más de 11.5 millones de órdenes y una participación de 17.2% en las ventas consolidadas de Asea.

En cuanto a ventas mismas tiendas en el primer trimestre de 2023 a nivel consolidado fue de **23.5%**, impulsado por un incremento en órdenes mismas tiendas de **12%**.

El portafolio de negocios en **Sudamérica** registró un **incremento de 58.3%**, nuestras marcas en **México** presentaron un **crecimiento 18.4%** y la operación en **Europa** presentó una **expansión de 16.2%**, comparado con el 1T22.

Es importante mencionar que las marcas de comida casual muestran una sólida recuperación, con un crecimiento en ventas mismas tiendas de 17.0% en comparación con el primer trimestre de 2022. El segmento de comida rápida continúa mostrando un desempeño positivo, presentando un crecimiento en ventas mismas tiendas de 18.8% en comparación con las registradas en el primer trimestre de 2022. Starbucks continúa siendo una marca que mantiene una sólida posición en su segmento, reportando un crecimiento en ventas mismas tiendas de 35.6% para el primer trimestre de 2023, en comparación con el mismo periodo de 2022.

EBITDA

El **EBITDA pre-IFRS16 del 1T23** presentó un **incremento de 23.6%** y un margen de **13.1%** con una expansión de 0.8 puntos porcentuales en comparación con el primer trimestre del año anterior, alcanzando 2,297 millones de pesos. Excluyendo el efecto de tipo de cambio, el EBITDA incrementó 29.7%.

El aumento en el EBITDA de 438 millones de pesos está relacionado principalmente con la continua recuperación en la tendencia de consumo, la preferencia de los clientes por las marcas en el portafolio de la Compañía, las estrategias digitales e innovación en productos y las eficiencias implementadas durante el trimestre, así como a una mayor participación de los negocios de mayor marginalidad. A pesar del incremento en el costo de Asea Europa al no poder mitigar la inflación en productos importantes, incremento en el costo de energía en Europa de más de 110% en comparación con el trimestre del año anterior y el incremento salarial en las diferentes geografías, pudimos tener un importante crecimiento año contra año.

El **EBITDA post-IFRS16 del 1T23** presentó un **incremento de 6.6%** y un margen de 20.9% con una contracción de 1.8 puntos porcentuales en comparación con el primer trimestre del año anterior, alcanzando 3,684 millones de pesos. Dicha contracción se debe principalmente a beneficios obtenidos en el año anterior en rentas y una mayor participación de rentas variables.

UTILIDAD NETA

La utilidad neta del primer trimestre aumentó 95 millones de pesos a **606 millones de pesos**, en comparación con 512 millones de pesos en el mismo periodo del año anterior. Este incremento se debe principalmente al aumento de **201 millones de pesos en la utilidad de operación** como resultado de la positiva y constante tendencia en las ventas, estrategias comerciales, innovación de productos, desarrollos en las aplicaciones digitales, así como eficiencias en control de gastos tanto a nivel tienda como a nivel corporativo.

Adicionalmente, obtuvimos un beneficio por la fluctuación cambiaria de 157 millones de pesos, parcialmente contrarrestado con el incremento de 124 millones de pesos en los intereses pagados netos y el aumento de 139 millones de pesos en los impuestos.

RESULTADOS POR SEGMENTO DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2023

MÉXICO



Asea México	Pre-IFRS 16				Post-IFRS 16			
	1T23	1T22	Var.	% Var.	1T23	1T22	Var.	% Var.
Número de unidades	2,244	2,174	70	3.2%	2,244	2,174	70	3.2%
Ventas Mismas Tiendas	18.4%	44.5%	N.A.	-	18.4%	44.5%	N.A.	-
Ventas	8,953	7,335	1,618	22.1%	8,953	7,335	1,618	22.1%
Costos	3,190	2,590	600	23.2%	3,190	2,590	600	23.2%
Gastos de operación	3,791	3,097	694	22.4%	3,206	2,456	750	30.5%
EBITDA Ajustado*	1,972	1,648	324	19.7%	2,557	2,288	269	11.7%
Margen EBITDA Ajustado*	22.0%	22.5%	(50) pbs	-	28.6%	31.2%	(260) pbs	-
Depreciación y Amortización	571	414	158	38.1%	1,038	905	133	14.7%
G&A y otros gastos	395	458	(63)	(13.8%)	317	326	(9)	(2.8%)
Utilidad de operación	1,005	776	230	29.6%	1,203	1,058	145	13.7%

* EBITDA Ajustado no considera gastos de administración por lo que representa el "EBITDA tienda". ** Cifras en millones de pesos.

VENTAS MÉXICO

Las ventas de Asea México representaron el 50.7% de las ventas consolidadas de Asea en el primer trimestre de 2023 y reportaron un incremento de 22.1% para llegar a 8,953 millones de pesos en comparación con 7,335 millones de pesos en el mismo periodo de 2022, debido principalmente a la continua recuperación en el consumo, la preferencia de los clientes por las marcas en el portafolio de la Compañía y el aumento en órdenes de 12.8% dentro de las tiendas durante el trimestre contra el mismo periodo del año anterior.

Aun cuando el consumo dentro de restaurantes ha aumentado, la tendencia en ventas a través de entregas a domicilio y *take-out* continúa siendo positiva, permitiendo a Asea aprovechar la ventaja competitiva de contar con estrategias de nuestros canales de venta *Mobile Order & Pay* y *Drive-Thru*, así como el canal *delivery* con "Wow+", *Domino's Online Ordering* y acuerdos con las principales plataformas de agregadores el cual logró un incremento de 3.8% en comparación con el 1T22, alcanzando una participación de 16.8% de las ventas del 1T23, con más de 6.4 millones de órdenes en el trimestre y un importe de más de 1,500 millones de pesos.

El crecimiento a ventas mismas tiendas por segmento alcanzó crecimientos de 32.5%, 14.4% y 4.5% para Starbucks, Comida Casual y Comida Rápida respectivamente contra 1T22.

De igual forma las estrategias implementadas en Vips favorecieron el crecimiento en ventas mismas tiendas de 13.5% en comparación con el primer trimestre de 2022 y un crecimiento en órdenes mismas tiendas de 10.4%.

EBITDA AJUSTADO PRE-IFRS 16 MÉXICO

El **EBITDA pre-IFRS16 Ajustado de Asea México** representó el 61.6% del EBITDA Ajustado consolidado en el primer trimestre, cerrando en 1,972 millones de pesos en comparación con 1,648 millones de pesos del mismo periodo del año anterior. Durante este trimestre tuvimos un incremento en inflación y aumentos en el salario mínimo, impactos que logramos contrarrestar a través del crecimiento en ventas del 22% y a la implementación de diferentes estrategias: arquitectura de menú, estrategia de precios responsable, así como planeación en plantillas resultando en una mayor rentabilidad por colaborador, con una contracción de únicamente de 50 puntos básicos a nivel EBITDA ajustado y una mejora de 0.6 puntos porcentuales en la utilidad operativa.

Al cierre del primer trimestre, Asea México contaba con un total de 1,829 unidades corporativas y 415 unidades de subfranquiarios.

EUROPA



Asea Europa	Pre-IFRS 16				Post-IFRS 16			
	1T23	1T22	Var.	% Var.	1T23	1T22	Var.	% Var.
Número de unidades	1,477	1,424	53	3.7%	1,477	1,424	53	3.7%
Ventas Mismas Tiendas	16.2%	38.4%	N.A.	-	16.2%	38.4%	N.A.	-
Ventas	5,577	5,185	392	7.6%	5,577	5,185	392	7.6%
Costos	1,630	1,335	296	22.2%	1,630	1,335	296	22.2%
Gastos de operación	3,221	3,051	170	5.6%	2,701	2,464	237	9.6%
EBITDA Ajustado*	726	799	(73)	(9.2%)	1,246	1,386	(140)	(10.1%)
Margen EBITDA Ajustado*	13.0%	15.4%	(240) pbs	-	22.3%	26.7%	(440) pbs	-
Depreciación y Amortización	284	287	(4)	(1.3%)	753	827	(74)	(9.0%)
G&A y otros gastos	319	353	(34)	(9.5%)	319	349	(29)	(8.4%)
Utilidad de operación	123	159	(36)	(22.6%)	174	210	(36)	(17.3%)

* EBITDA Ajustado no considera gastos de administración por lo que representa el "EBITDA tienda". ** Cifras en millones de pesos.

VENTAS EUROPA

Las ventas de Asea Europa representaron el 31.7% de las ventas consolidadas de la Compañía, y están conformadas por las operaciones de España, Portugal, Francia, Holanda, Bélgica y Luxemburgo.

Este segmento reportó ventas de 5,577 millones de pesos, representando un **incremento de 7.6%** en comparación con el primer trimestre de 2022. Dicho incremento está relacionado a la normalización en la tendencia de consumo en los países de la región, la preferencia de los clientes por las marcas en el portafolio de la Compañía, las estrategias digitales e innovación en productos, y un crecimiento de órdenes mismas tiendas de **12.4%**. Excluyendo el efecto de tipo de cambio, las ventas aumentaron **23.6%**.

Cabe mencionar que las ventas del segmento de entrega a domicilio (*delivery*) reportaron una participación de 17.7% en las ventas de Asea Europa en el 1T23, lo que representa un importe de más de 980 millones de pesos y más de 2 millones 300 mil órdenes.

El crecimiento a ventas mismas tiendas por segmento alcanzó crecimientos de 27.2 %, 17.5% y 6.8% para Starbucks, Comida Casual y Comida Rápida respectivamente contra 1T22.

Informe Trimestral 1T23

En Vips tuvimos un sólido desempeño en crecimiento de ventas mismas tiendas, creciendo 21.2% contra el mismo periodo del año anterior, favorecido por las estrategias de innovación de producto.

EBITDA AJUSTADO PRE-IFRS 16 EUROPA

El EBITDA ajustado pre-IFRS16 de Asea Europa en el primer trimestre de 2023 representó el 22.7% del EBITDA Ajustado consolidado. Los resultados de gestión en la región muestran un **crecimiento en EBITDA del 4%**

A nivel Asea alcanzamos un EBITDA ajustado de 726 millones de pesos con un decrecimiento de 73 millones de pesos versus el trimestre anterior, como consecuencia de un efecto de conversión del tipo de cambio.

Las afectaciones por el incremento en costo de materia prima, el alza del precio de la energía y el incremento en salario mínimo comparado contra el mismo periodo del año anterior, fueron parcialmente contrarrestadas con incrementos de precio, estrategias de valor y control de gastos.

Al cierre del primer trimestre, Asea Europa contaba con un total de 932 unidades corporativas y 545 unidades de subfranquiciarios.

SUDAMÉRICA



Asea Sudamérica	Pre-IFRS 16				Post-IFRS 16 + Reexpresión Argentina			
	1T23	1T22	Var.	% Var.	1T23	1T22	Var.	% Var.
Número de unidades	728	664	64	9.6%	728	664	64	9.6%
Ventas Mismas Tiendas	58.3%	53.5%	N.A.	-	58.3%	53.5%	N.A.	-
Ventas	3,054	2,645	408	15.4%	3,135	2,708	427	15.8%
Costos	1,008	898	110	12.3%	1,035	918	116	12.6%
Gastos de operación	1,542	1,368	174	12.7%	1,391	1,194	196	16.4%
EBITDA Ajustado*	504	379	124	32.8%	710	596	114	19.2%
Margen EBITDA Ajustado*	16.5%	14.3%	220 pbs	-	22.6%	22.0%	60 pbs	-
Depreciación y Amortización	76	70	6	8.2%	258	291	(33)	(11.4%)
G&A y otros gastos	189	155	34	22.0%	193	138	55	39.5%
Utilidad de operación	239	154	85	55.0%	260	167	93	55.5%

* EBITDA Ajustado no considera gastos de administración por lo que representa el "EBITDA tienda". ** Cifras en millones de pesos.

VENTAS SUDAMÉRICA

Las ventas de Asea Sudamérica representaron el 17.7% de las ventas consolidadas de la Compañía en el primer trimestre de 2023 y están conformadas por las operaciones de Argentina, Colombia, Chile y Uruguay.

Este segmento presentó un **incremento en ventas de 15.8%**, llegando a 3,135 millones de pesos en comparación con los 2,708 millones del primer trimestre de 2022. Este aumento está principalmente relacionado con el crecimiento en ordenes de 9.7%, aunado a la preferencia de los clientes por las marcas en el portafolio de la Compañía, la innovación tecnológica y la introducción de nuevos productos en el portafolio. La venta a domicilio incrementó 40.0% en comparación al 1T22, alcanzando una participación de 17.4% de las ventas de Asea Sudamérica en el 1T23. Excluyendo el efecto de tipo de cambio, las ventas aumentaron **45.5%**.

A nivel de marca, Starbucks y Burger King en Chile presentan un crecimiento en ventas mismas tiendas de 28.0% y 12.3% respecto al primer trimestre de 2022. Starbucks y Archie's en Colombia continúan con una

Informe Trimestral 1T23

tendencia positiva, registrando crecimientos en ventas mismas tiendas de 24.8% y 10.4% contra el primer trimestre de 2022.

EBITDA AJUSTADO PRE-IFRS 16 SUDAMÉRICA

El **EBITDA Ajustado pre-IFRS 16 de Aalsea Sudamérica** representó el 15.7% del EBITDA Ajustado consolidado en el primer trimestre 2023 y reportó un **incremento de 124 millones de pesos** en comparación con el 1T22, alcanzando **504 millones de pesos**. Este incremento se debe principalmente a un aumento en ventas, a las estrategias comerciales y de precio que mejoraron el costo, así como una reducción en los gastos operativos en los diferentes países de nuestra operación en Sudamérica y como consecuencia, una mejora de 2.0 puntos porcentuales en la utilidad operativa.

Continuamos reportando beneficios en cuanto a eficiencias, sinergias y mejores prácticas ligados a la consolidación e integración de las operaciones de Chile, Argentina y Uruguay.

Al final del primer trimestre, Aalsea Sudamérica contaba con un total de 680 unidades corporativas y 48 unidades de subfranquiciarios.

RESULTADOS NO-OPERATIVOS

Resultado Integral de Financiamiento

El **resultado integral de financiamiento** en el primer trimestre de 2023 **cerró en 682 millones de pesos**, lo cual representa una disminución de 33 millones de pesos en comparación con 715 millones de pesos en el año anterior. El resultado se debe a un beneficio por la fluctuación cambiaria de 157 millones de pesos, parcialmente contrarrestado con el incremento de 124 millones de pesos en los intereses pagados netos y el aumento de 139 millones de pesos en los impuestos.

BALANCE GENERAL

CAPEX

Durante los tres meses terminados el 31 de marzo de 2023, **Aalsea realizó inversiones de capital por 602 millones de pesos**, de los cuales 465 millones de pesos, equivalente al 77.1% del total de las inversiones, se destinaron a:

- La apertura de **20 unidades** en el primer trimestre del año
- La **renovación y remodelación de unidades** existentes de las diferentes marcas que opera la Compañía
- La reposición de equipos (CAPEX de mantenimiento)

Los 138 millones de pesos restantes fueron destinados principalmente a:

- Proyectos estratégicos de tecnología y mejora de procesos
- Licencias de software, entre otros

En inventarios, realizamos acopio de queso por un monto de alrededor de 350 millones de pesos para aprovechar un costo menor en comparación con el año anterior, en el que contamos con producto en México hasta septiembre del 2023 y en Colombia hasta diciembre de 2023.

Informe Trimestral 1T23

DEUDA BANCARIA, BURSÁTIL

Al 31 de marzo de 2023, se contaba con líneas comprometidas hasta por 29.9 millones de euros para disponer conforme sea necesario de acuerdo con la solvencia de la operación en Europa. Además, contamos con 30 millones de euros en líneas revolventes.

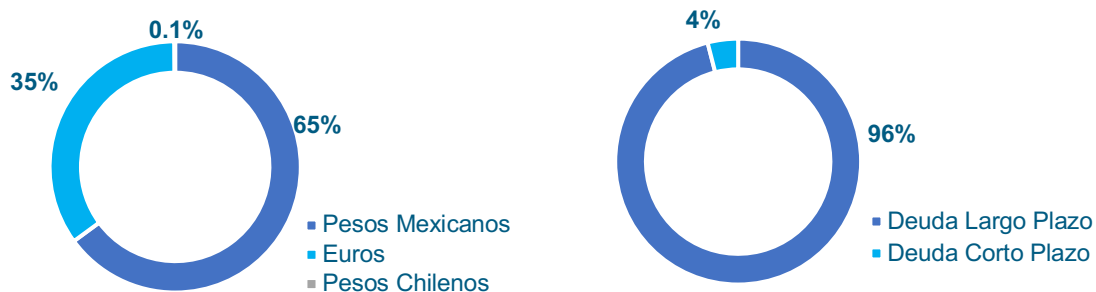
Al 31 de marzo de 2023, **la deuda total de Asea**, incluyendo arrendamientos por efecto de IFRS16, **disminuyó 6,934 millones de pesos**, para cerrar en 46,707 millones de pesos en comparación con 53,641 millones de pesos en la misma fecha del año anterior. Excluyendo el efecto por IFRS16, la deuda total con costo de Asea disminuyó 3,260 millones de pesos, para cerrar en 26,322 millones de pesos en comparación con 29,582 millones de pesos en la misma fecha del año anterior.

El **decremento en la deuda corresponde principalmente** a una devaluación de tipo de cambio del euro frente al peso mexicano, aunado a las amortizaciones por un monto de 86 millones de pesos correspondientes al periodo.

La **deuda neta consolidada** de la empresa, incluyendo arrendamientos por efecto de IFRS16, **disminuyó 6,332 millones de pesos**, para cerrar en 42,238 millones de pesos al 31 de marzo de 2023, en comparación con los 48,570 millones de pesos al cierre del primer trimestre de 2022.

Excluyendo el efecto por IFRS16, la deuda neta con costo de Asea disminuyó 2,659 millones de pesos, para cerrar en 21,853 millones de pesos en comparación con 24,512 millones de pesos en la misma fecha del año anterior.

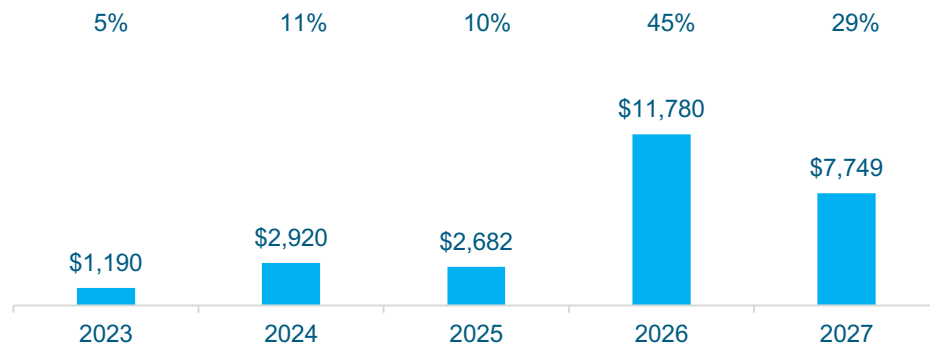
Al 31 de marzo de 2023, la deuda con costo (excluyendo IFRS16) estaba conformada de la siguiente forma:



**Nota: La deuda bursátil en dólares se encuentra cubierta a través de un derivado de tipo de cambio, por lo que se considera dentro de la deuda en pesos mexicanos.*

Informe Trimestral 1T23

En la siguiente gráfica se presenta el saldo de la deuda total (excluyendo IFRS16) en millones de pesos al 31 de marzo de 2023, así como los vencimientos que se tienen para los años subsiguientes:



*Cifras en millones de pesos.

RESUMEN ALSEA DAY

El pasado 30 de marzo tuvimos nuestro día de analistas e inversionistas “Alsea Day”, a continuación presentamos un resumen:

Cultura Alsea

La forma de ganar de Alsea

- Tener el mejor talento
- Excelencia operativa
- Transformación digital
- Marketing de vanguardia
- Crecimiento y rentabilidad del portafolio
- Innovación
- Sostenibilidad

= Maximizar el valor de Alsea

Nuestro Compromiso

- 1.- Desarrollar el mejor equipo
- 2.- Siempre tomar las mejores decisiones para nuestros clientes y miembros del equipo
- 3.- Incrementar el potencial de la empresa para crear valor
- 4.- Maximizar el valor para nuestros accionistas

Modelo de Negocio Estratégico



Estrategias Clave

▪ **Capacidad del personal/equipo**

Atraer, retener, desarrollar y comprometer al mejor talento

- Compensación
- Flexibilidad laboral
- Desarrollar el talento interno / in-house
- Aumentar la retención de empleados

Objetivo: Hacer que nuestros empleados se sientan valorados a través de la cultura, nuestros valores y el desarrollo personal.

▪ **Capacidad Comercial y Digital**

Transformación digital y marketing de vanguardia

- Marketing personalizado
- Datos = Analítica y perspectivas
- Gestión de precios y de ingresos
- Acelerar la estrategia de CRM y lealtad
- Digital y Omnicanal

Objetivo: Estrategias comerciales enfocadas en nuestros clientes y experiencia del cliente.

▪ **Capacidad Operativa**

Mejorar constantemente la experiencia del cliente (excelencia operativa)

- Mejora continua del rendimiento operativo
- Evolucionar la experiencia del cliente
- Aumentar la satisfacción del cliente

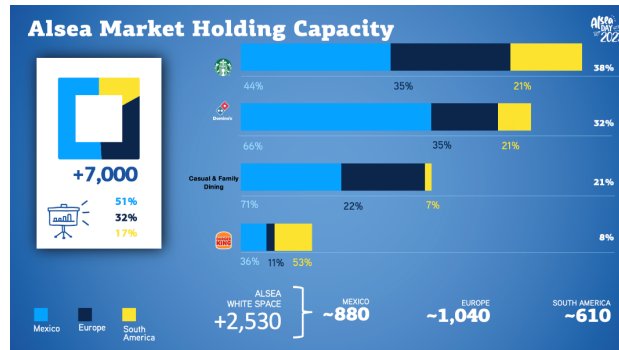
Objetivo: Proporcionar la mejor hospitalidad, comida y ambiente, enfatizando que cada cliente es importante.

Informe Trimestral 1T23

Capacidad de Gestión

Aumentar la rentabilidad del portafolio

- Gestión de portafolio (marcas y geografías)
- Incrementar la participación de franquiciados
- *Market Holding Capacity* de los próximos años



Objetivo: Destinar CapEx en las marcas y geografías más rentables.

Recursos Humanos

- Un equipo que marque el rumbo hacia el futuro y se asegure de que lo conseguimos
- Tener los mejores gerentes para incrementar las ventas
- Alineación del equipo directivo con los indicadores clave de rendimiento (KPI) que hacen avanzar la empresa y reflejan el desarrollo de capacidades.

Digital

Data: Analítica y Perspectivas

"Analytics & Insights centrados en los principales casos de valor de Aalsea"

- Precios y gestión de ingresos
 - Sofisticación de la gestión de precios e ingresos*
 - Optimización de listas de precios y clasificación por niveles
 - Análisis de elasticidad
 - Segmentación de productos y canales
 - Comparación con la competencia
 - Estudio de precios (*Conjoint*)
 - Maximize Sales and GP
- Análisis Digital y de Clientes
 - Pase de la transacción a la relación.*
 - La segmentación y personalización de clientes multiplica por 2 la frecuencia de consumo y reduce la rotación.*
 - Segmentación RFM
 - Preferencias y Momentos del Consumidor
 - Viajes del Cliente
 - Experiencia Personalizada;
 - Por Producto
 - Por Comunicación
 - Por Promociones

*Para consultar la presentación completa visita el siguiente link: https://www.aalsea.net/uploads/es/documents/general_documents/aalsea_day_2023.pdf

UNIDADES POR MARCA

MARCA	UNIDADES 1T23		
	Corporativas	Subfranquicias	Total
Domino's Pizza	879	497	1376
<i>México</i>	462	383	845
<i>España</i>	310	66	376
<i>Uruguay</i>	1		1
<i>Colombia</i>	106	48	154
Burger King	411	-	411
<i>México</i>	174	-	174
<i>Argentina</i>	114		114
<i>España</i>	55		55
<i>Chile</i>	68		68
Comida Rápida	1,290	497	1,787
Starbucks	1394	279	1673
<i>México</i>	785		785
<i>Francia</i>	84	137	221
<i>España</i>	130	24	154
<i>Argentina</i>	131		131
<i>Chile</i>	154		154
<i>Holanda</i>	22	76	98
<i>Colombia</i>	57		57
<i>Bélgica</i>		34	34
<i>Portugal</i>	19	4	23
<i>Uruguay</i>	12		12
<i>Luxemburgo</i>		4	4
Cafeterías	1394	279	1673
Foster's Hollywood	104	117	221
Ginos	83	37	120
<i>España</i>	81	37	118
<i>Portugal</i>	2		2
Italianni's	58	16	74
El Portón	15		15
Chili's Grill & Bar	75		75
<i>México</i>	70		70
<i>Chile</i>	5		5
Archie's	29		29
P.F. Chang's	31		31
<i>México</i>	28		28
<i>Chile</i>	3		3
TGI Fridays	13	0	13
The Cheesecake Factory	7		7
Corazón de Barro	2		2
Ole Mole	4	3	7
Comida Casual	421	173	594
Vips Smart	0	24	24
Comida Casual Rápida	0	24	24
Vips	338	39	377
<i>México</i>	228	16	244
<i>España</i>	110	23	133
Restaurante Familiar	338	39	377
TOTAL UNIDADES ALSEA			4,455
Corporativas	3,443		
Subfranquicias		1,012	

UNIDADES POR PAÍS

MÉXICO	2,244
FRANCIA	221
PORTUGAL	25

ESPAÑA	1,101
COLOMBIA	240
URUGUAY	13

ARGENTINA	245
HOLANDA	98
LUXEMBURGO	4

CHILE	230
BÉLGICA	34

EVENTOS RELEVANTES 1T23

- El 01 de febrero de 2023, Asea, S.A.B. de C.V. (BMV: ALSEA*) "Asea", informó que en la Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria de Accionistas de Asea S.A.B. de C.V. celebrada el 27 de enero de 2023, Christine Kenna y Gabriela Garza han sido nombradas para formar parte del Consejo de Administración de Asea.
- El 31 de marzo de 2023, Asea, S.A.B. de C.V. (BMV: ALSEA*) "Asea", presentó sus estimados para el año 2023.

Asea: Guía 2023

CAPEX	Alrededor de 5.5 mil millones de pesos	
Aperturas Tiendas Corporativas	Entre 180 y 200	
Aperturas Tiendas Franquicias	Entre 70 y 90	
Aperturas Tiendas Total	Entre 250 y 290	
Crecimiento en Ventas	>13%	
	Pre-IFRS16	Post-IFRS16
Crecimiento en EBITDA	>15%	>10%
Margen EBITDA	>13%	>20%
Deuda Total / EBITDA	~2.8x	~3.3x

* EBITDA se define como utilidad de operación antes de la depreciación y amortización.