

# AmRest priorizará las aperturas de KFC en España y se abre a adquisiciones

La compañía focalizará el crecimiento de la marca en Madrid, Cataluña y norte del país, y volverá a abrir locales de La Tagliatella ▶ Valorará compras y acuerdos para explotar marcas de terceros

JAVIER G. ROPERO  
MADRID

AmRest, uno de los principales grupos de restauración de Europa, centrará su expansión por el mercado español con la apertura de más locales de KFC, la cadena especializada en pollo frito de la que es franquiciado en España. De las marcas que gestiona, es la que más ha crecido en los últimos años, muy por encima del resto de formatos, incluida La Tagliatella, de la que es propietaria.

“Veíamos que había una oportunidad y que la demanda es positiva”, dice Luis Comas, consejero delegado de la compañía, en entrevista con este periódico, junto al responsable financiero, Eduardo Zamarripa. “Nuestra expectativa es buscar la línea de crecimiento, y las inversiones que van detrás son importantes”, explica. Este cifra en 30 millones la inversión en España en 2023, dentro de los 200 que la compañía ha destinado en todos sus mercados. “Hay una apuesta importante por España”, dice Comas. “La inversión en 2023 ha crecido de forma importante. Lo que queremos es que siga esa tendencia al alza”, apunta Zamarripa.

A 30 de septiembre, AmRest contaba con 2.143 restaurantes entre todos sus mercados, de los que 350 están en España, el segundo

país en volumen de ingresos tras Polonia. De ellos, La Tagliatella aglutinaba 227, una cifra que se ha mantenido casi inalterada en los dos últimos años, y que incluso ha perdido una decena de unidades desde que empezó la pandemia. Por contra, KFC ha tenido 32 aperturas netas desde 2019, y ya contaba con 115 locales hasta septiembre.

## Modelo

“Seguramente KFC tiene más capacidad de penetración. Los potenciales se visualizan más en su caso que en La Tagliatella, que también va a crecer”, concede Comas, que no detalla planes concretos de aperturas. “Con KFC vamos de la mano de Yum!, dueña de la marca. Ellos ven potencial para 50 aperturas al año en el mercado ibérico. Somos el franquiciado más grande, pero no el único”, añade, detallando que las zonas con mayor potencial son Madrid, Cataluña y norte de la Península.

Respecto a La Tagliatella, los responsables de AmRest vuelven a hablar de aperturas y en cualquier zona de España, al detectar crecimientos en el segmento en el que se sitúa, el llamado *casual dining*: un restaurante con servicio de carta y camareros a precios moderados, y que fue el que más sufrió en la pandemia. “Las gráficas nos hablan de una perma-



Eduardo Zamarripa, director financiero de AmRest, y Luis Comas, consejero delegado, en la sede de la compañía en Madrid. PABLO MONGE

nente recuperación del segmento, y es buena señal. El mayor potencial de Tagliatella llega cuando su segmento crece”, dice Comas, que subraya los nuevos formatos desarrollados alrededor de la marca, como un concepto para celíacos en Zaragoza, y que prevé llevar a Madrid, Barcelona y Valencia.

Respecto a sus otras marcas propias, la apuesta es diferente. Sushi Shop, adquirida en 2018 y con cinco locales en España, abrirá el sexto en la calle Narváez de Madrid, y AmRest seguirá

explorando aperturas. No será el caso de Bacoa, su marca de hamburguesas premium. También comprada en 2018, cuenta con apenas tres locales. “La perspectiva es dejarla como está”, dice su consejero delegado.

Tanto Comas como Zamarripa confirman que la buena dinámica de la compañía invita a pensar de nuevo en operaciones corporativas, tras años de calma tras la pandemia. El ratio de deuda sobre ebitda apenas es de 1,8 veces, y la empresa genera caja.

“Está en el radar hacer movimientos”, dice Luis Comas. “Ha habido un cambio de dinámica, y estamos dispuestos a escuchar”, añade. No distingue entre adquisiciones puras o acuerdos para explotar terceras marcas como franquiciados.

“Estamos abiertos a todo, siempre que tenga sentido y sea escalable. Valoramos todas las opciones”, apunta, aunque Telepizza, en manos ahora de sus acreedores, se queda fuera de ese radar. “No estamos interesados”.

## Pone en marcha la refinanciación de la deuda

▶ **Vencimiento.** AmRest cuenta con una deuda financiera neta de 380 millones, de la que el 87% vencerá en 2024. Eduardo Zamarripa, director financiero, confirma que ya han comenzado las conversaciones con los bancos para alargar los plazos y, quizá, obtener fondos para los planes de aperturas. “Para ello tenemos dos fuentes: los flujos de caja que genera la empresa, y también la financiación. Somos muy disciplinados al designar los recursos”, añade.

▶ **Aniversario.** AmRest cumple 30 años desde su fundación, con ventas récord de 1.802,7 millones hasta septiembre, un 16% más, y de las que más de la mitad se generan ya por soportes digitales. El ebitda, de 283 millones, también crece un 16%, y el beneficio neto se situaba en 55,7 millones. “AmRest es una empresa con muchos años por cumplir y con potencial para seguir mejorando resultados”, dice Luis Comas.

## La Audiencia de Madrid envía el caso Restalia a la Audiencia Nacional, como pedían los denunciantes

NURIA MORCILLO  
MADRID

La Audiencia Provincial de Madrid ha acordado trasladar a la Audiencia Nacional la querrela por presunta estafa que varios exfranquiciados de Restalia presentaron contra la compañía de restauración –que cuenta con marcas como The Good Burger, 100 Montaditos, La Sureña, Panther o Pepe Tac– y sus altos cargos, al entender que se cumplen todos los requisitos para que un órgano central conozca los he-

chos denunciados. De este modo, el tribunal ha dado la razón a los denunciantes, que consideran que los juzgados ordinarios de Madrid no tienen competencia para investigar estos hechos, tal y como sucedió. Ahora, la Audiencia Nacional debe aceptar la inhibición. En caso de que no lo haga, se abriría un conflicto de competencia, cuya resolución recaerá en el Tribunal Supremo.

En un auto, con fecha del 24 de noviembre y que se notificó este viernes, al

que tuvo acceso **CincoDías**, la Sección número 5 de la Audiencia de Madrid ha estimado el recurso que los exfranquiciados plantearon contra la decisión del Juzgado de Instrucción número 52 de Madrid de no aceptar dicha petición. De hecho, este magistrado instructor acordó el pasado mes de enero el sobreseimiento de esta causa, una cuestión que también está recurrida ante la Audiencia de Madrid.

La resolución indica que el perjuicio causado supera

## El juez instructor archivó la querrela por estafa contra la compañía de restauración

## El auto señala que la “complejidad” del caso justifica la competencia del órgano central

los 20 millones de euros y que los “múltiples” perjudicados –más de 80, apunta la Audiencia de Madrid– se reparten por todo el territorio nacional e incluso por otros países, lo que puede encajar en el delito de defraudación o de maquinación para alterar el precio de las cosas.

En este punto, fuentes jurídicas conocedoras de este procedimiento informaron a este diario que hace unos días la Audiencia Provincial de Madrid estimó otro recurso de los denunciantes

contra la denegación del juez instructor de admitir la ampliación de las querrelas para incluir a nuevos afectados que abrieron restaurantes de Restalia en el extranjero.

Por otro lado, el tribunal señala que otro de los motivos para enviar el caso a la Audiencia Nacional es la “complejidad” de los hechos, debido a la “implicación de diversas personas físicas y empresas o con operaciones fraudulentas desarrolladas en distintos territorios, nacionales o extranjeros”.