



Porcentaje de facturación de Áreas por mercados, por negocios y por países. Fuente: Áreas.

A?reas alcanza un beneficio neto de 19,5 millones de euros en el ejercicio 2013/14

10-02-2015

Después de un 2013 de reorganización, Áreas obtuvo el año pasado un beneficio de 19,5 millones, después de facturar 659,5 millones, el 43% en el extranjero. Entre los diversos proyectos llevados a cabo, destacan la puesta en marcha de 47 locales en el Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas y la apertura de las mayores áreas de servicio de Estados Unidos, Maryland y Chesapeake House.

La ejecución del profundo proceso de transformación realizado por A?reas en el ejercicio anterior ha llevado a la compañía española, especialista en la restauración y servicios al viajero, a cerrar el último ejercicio 2013-2014 con un beneficio neto de 19,5 millones de euros y un crecimiento del Ebitda del 33,8% hasta los 52,6 millones de euros, que alcanza el 8% de la cifra de negocio. Estas magnitudes avalan el éxito del golpe de timón, iniciado el año pasado, y que ha comportado importantes decisiones como la renovación de establecimientos, la desinversión en negocios no estratégicos y la apuesta por los mercados de mayor potencial, dentro de un marco de mejora de la eficacia operativa, acometido por una dirección renovada.

La enorme corrección del beneficio neto se debe principalmente a la mejora de la eficacia operativa resultante de las medidas de gestión y a los ingresos de carácter extraordinario procedentes de las desinversiones.

En un contexto económico todavía complicado, el efecto positivo de la transformación de la compañía se refleja también en el total de la facturación global, que ha aumentado un 1,42%, hasta los 659,5 millones de euros. Esta cifra demuestra el gran recorrido de los mercados y países en los que A?reas ha concentrado su actividad, ya que permite incrementar el global de las ventas a pesar de las desinversiones internacionales. Otro dato que avala la estrategia es el mantenimiento de la aportación a los ingresos de los mercados internacionales, que se sitúa en el 43,1%, frente al 42,9% del ejercicio anterior.

El binomio restauración y aeropuertos se reafirma como el que mayores ingresos supone –tanto en el ámbito nacional como internacional–, manteniendo una aportación muy estable al total de la cifra de negocio (66,4% y 56% respectivamente).

La culminación de importantes proyectos

En España, el primer mercado de la compañía, la recuperación del tráfico aéreo en los principales aeropuertos españoles y el inicio de la mejora de los indicadores económicos del país han favorecido la mejora de los resultados. A estos factores hay que añadir que en 2014 la compañía ha finalizado prácticamente el despliegue en el Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas de los 47 locales de 26 marcas que le fueron otorgados en el concurso de restauración, cuyas aperturas han supuesto una auténtica revolución de la oferta gastronómica en el recinto. Se trata del mayor contrato de la historia de la restauración de los aeropuertos españoles, valorado en 1.480 millones de euros. Los ingresos aportados por los nuevos locales junto con las numerosas medidas de mejora de la gestión están rentabilizando la inversión que alcanza los 25 millones de euros. En el mercado de autopistas y autovías también hay signos que constatan una recuperación del tráfico.

Estados Unidos continúa con un fuerte desarrollo. Los ingresos de A?reas en este mercado han crecido un 19% y se han situado en 156 millones de euros en 2013-2014. La culminación del proyecto en la autopista de Maryland -con la puesta en marcha de las áreas de servicio Maryland House y Chesapeake House- impulsa la consolidación de Estados Unidos como el primer mercado internacional de A?reas, que ya supone el 23,7% de la facturación global. La compañía ha invertido en el último ejercicio 25 millones de euros en este mercado y se ha erigido como el segundo operador de gestión de áreas de servicio de autopistas de peaje.

La presencia de A?reas en Estados Unidos, además, se complementa con establecimientos repartidos entre diez aeropuertos. Destaca la adjudicación para la gestión de un punto de venta en el Aeropuerto Internacional de Detroit, con un contrato de 53,5 millones de dólares, así como la apertura de cinco nuevos establecimientos en el Hartsfield-Jackson Atlanta International Airport, y la puesta en marcha de la mayoría de los locales de Chicago y Los Ángeles.

Portugal y América Latina

El mercado luso ha contribuido también a la buena senda de los resultados de 2013-2014, con un crecimiento de los ingresos del 7%, apuntalado por la renovación de los contratos de concesión de los aeropuertos de Oporto y Lisboa.

Los resultados en México han sido también muy positivos impulsados por la buena marcha de los negocios de restauración en los aeropuertos de AIMC, Monterrey y Los Cabos, y las aperturas de locales en Culiacán y Guadalajara. En República Dominicana, el ejercicio ha estado marcado por el óptimo arranque de la actividad de tiendas de conveniencia en el mercado de autopistas.

La actividad de A?reas en Chile se ha concentrado en aeropuertos y centros comerciales, los mercados considerados estratégicos para A?reas en este país.