

Memoria Anual
2012



“Orgullosos de lo realizado,
comprometidos con la excelencia”

45 aniversario
1967-2012
GRUPO
IFA





5	Mensaje del Presidente
6	Grupo IFA en números
8	Orgullosos de lo realizado. 45 Aniversario
10	Un pionero en la distribución. Cronología 1965 - 2012
12	Comprometidos con la excelencia. Visión 2015
14	Nuestros Proveedores
16	Nuestros Clientes
18	Nuestra Sociedad y Medio Ambiente
20	Nuestros Asociados

Relación de Asociados

24 **La Central**

Consejo de Administración
Comité Comercial
Equipo Directivo

30 **Datos Económicos y Estadísticos**

Volumen de Negocio Consolidado
Facturación Media por Miembro
Ventas por Canales y Porcentaje sobre el Total
Sucursalismo
Cash & Carry
Cuota de Mercado en valor
Cuota de Mercado en superficie
Pago Centralizado a través de IFA
Importe Neto Cifra de negocio

36 **Balance**

Balance de Situación a 31 de diciembre de 2012
Cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio 2012
Estado de cambios en el patrimonio neto del ejercicio 2012
 A) ESTADO DE INGRESOS Y GASTOS RECONOCIDO
 B) ESTADO TOTAL DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO
Estado de flujos de efectivo del ejercicio 2012



Junio de 2013

Tenemos motivos para estar contentos. Durante el año 2012 hemos tenido la oportunidad de celebrar el 45 Aniversario del Grupo IFA; sin duda, y dicho con todo el respeto hacia los demás, la Central de Compras y Servicios que aglutina a los mejores Distribuidores Regionales de nuestro país. Así nos lo ha reconocido también, en el 2012, nada menos que el Ministerio de Economía y Competitividad a través de la Secretaría de Estado de Comercio al honrarnos con la Placa al Mérito en el Comercio.

Precisamente, en las palabras de agradecimiento, pude expresar que los que estamos aquí solo somos portadores temporales del honor de representar al Grupo IFA, como lo han sido otros en el pasado y lo serán otros en el futuro, y que, por ello, ese reconocimiento, pertenece a las más de 60.000 personas que trabajamos en el Grupo IFA y a las más de 180 empresas que lo componen. Nuestro agradecimiento sincero a todos ellos y a todas aquellas personas que, en algún momento, durante estos 45 años, han formado parte del Grupo o nos han ayudado a llegar hasta aquí en plena forma.

Estamos orgullosos de lo realizado, pero también, y sobre todo, estamos totalmente comprometidos con el futuro. Futuro que estamos construyendo para garantizar que superaremos con éxito los desafíos que vamos a encontrarnos en adelante. Este convencimiento implica tomar decisiones valientes, meditadas, y sobre todo fieles y coherentes con lo que será mejor para la competitividad futura de la Central y los Miembros Asociados, sin condicionantes de ningún tipo. Son tiempos de cambio sobre buenos cimientos para afrontar con éxito el futuro, y, sin ningún género de duda, lo estamos haciendo.

Estamos reforzado extraordinariamente la estructura humana de la Central, con la incorporación de excelentes profesionales. Estamos, a su vez, estableciendo un grado de compromiso entre los miembros asociados muy superior al que ya teníamos, plasmado en un nuevo Plan Estratégico



que rápidamente está dando sus frutos; todos ellos (los que han llegado, los que se han iniciado y los que están por venir), encaminados a garantizar la capacidad de competir con éxito de todas las empresas Miembros asociadas al Grupo IFA.

Nuestro objetivo no es otro que servir cada día mejor a nuestros clientes finales, al tiempo que servimos a la fabricación de nuestro país con los que estamos estableciendo nuevos canales de trabajo conjunto, sin perder de vista nuestro continuo compromiso de construir cada vez nuevos establecimientos de venta más eficientes, y al tiempo continuar contribuyendo a generar empleo.

Gracias a todos por vuestro apoyo, vuestro compromiso y la apuesta común. A las empresas que componen nuestro GRUPO IFA, a los compañeros y compañeras de la Central; tan importantes siempre y más aun en tiempos de cambio; a las Organizaciones de las que formamos parte, a nuestros Proveedores, Trabajadores y sobre todo a nuestros Clientes; gracias por seguir confiando en nosotros.

ROBERTO TOJEIRO RODRÍGUEZ

Presidente y Consejero Delegado de IFA Española, S.A.



FACTURACIÓN

Fuente: Interna

10.626

millones de euros, siendo el 2º grupo del sector



Nº EMPLEADOS

Fuente: Interna

60.000

En el último año se crearon más de 2.000 empleos



ESTABLECIMIENTOS

Fuente: Interna

4.094

Compuesto por 3.838 supermercados y 256 C&C



SUPERFICIE COMERCIAL

Fuente: Alimarket

2,9

millones de m² siendo uno de los tres mayores grupos

Grupo IFA es, sin duda, uno de los tres mayores grupos de la distribución en España.

Su facturación alcanzada en 2012 de 10.626 millones de euros le permite situarse como 2º grupo del ranking nacional, tan sólo después del destacado líder del sector.

El conjunto de nuestros asociados da empleo a más de 60.000 trabajadores en España, siendo el segundo del sector, contribuyendo decisivamente a la generación de empleo en estos momentos, con más de 2.000 nuevos puestos de trabajo creados en el último año.

Con un universo de más de 4.000 establecimientos, habiendo incrementado dicha cifra con otros 69 puntos de venta, ocupa una superficie comercial superior a 2,9 millones de metros cuadrados.



Grupo IFA alcanza una posición de liderazgo en cuota de mercado sobre la marca de fabricante en el canal supermercados de 20,1%, habiéndose esta incrementado ligeramente en 2012 según Nielsen.

Asimismo, según Kantar Worldpanel, nuestro Grupo ha alcanzado una penetración en los hogares españoles del 53,6% con un incremento de +1,1 puntos en 2012 lo cual evidencia nuestra presencia como grupo en más de la mitad de los hogares españoles.

Ambas variables nos confirman nuestra sólida posición de liderazgo en ventas respecto a los principales fabricantes líderes nacionales, para los que IFA ostenta su cliente principal o segundo en importante, lo que reafirma nuestro compromiso histórico con la capacidad de elección del consumidor y surtido en nuestras tiendas.

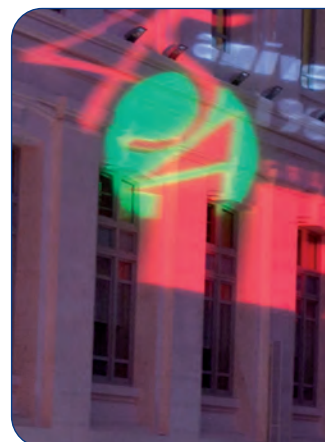
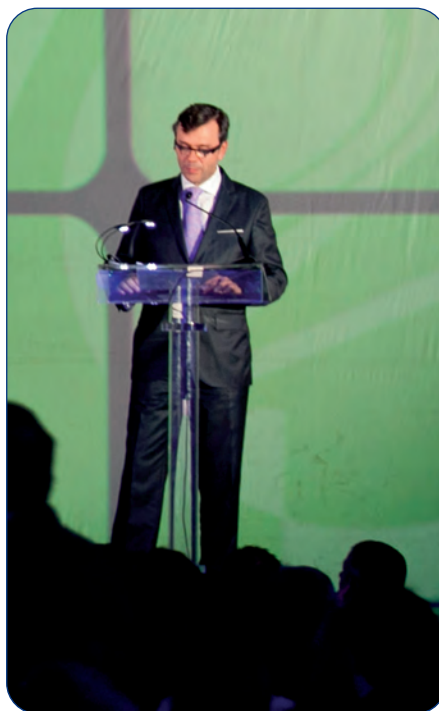


A lo largo de estos 45 años, Grupo IFA se ha consolidado como la Central de Compras por excelencia en España, habiendo sido la primera en constituirse así como siendo pionera en el desarrollo de grandes innovaciones dentro del sector de distribución en España.

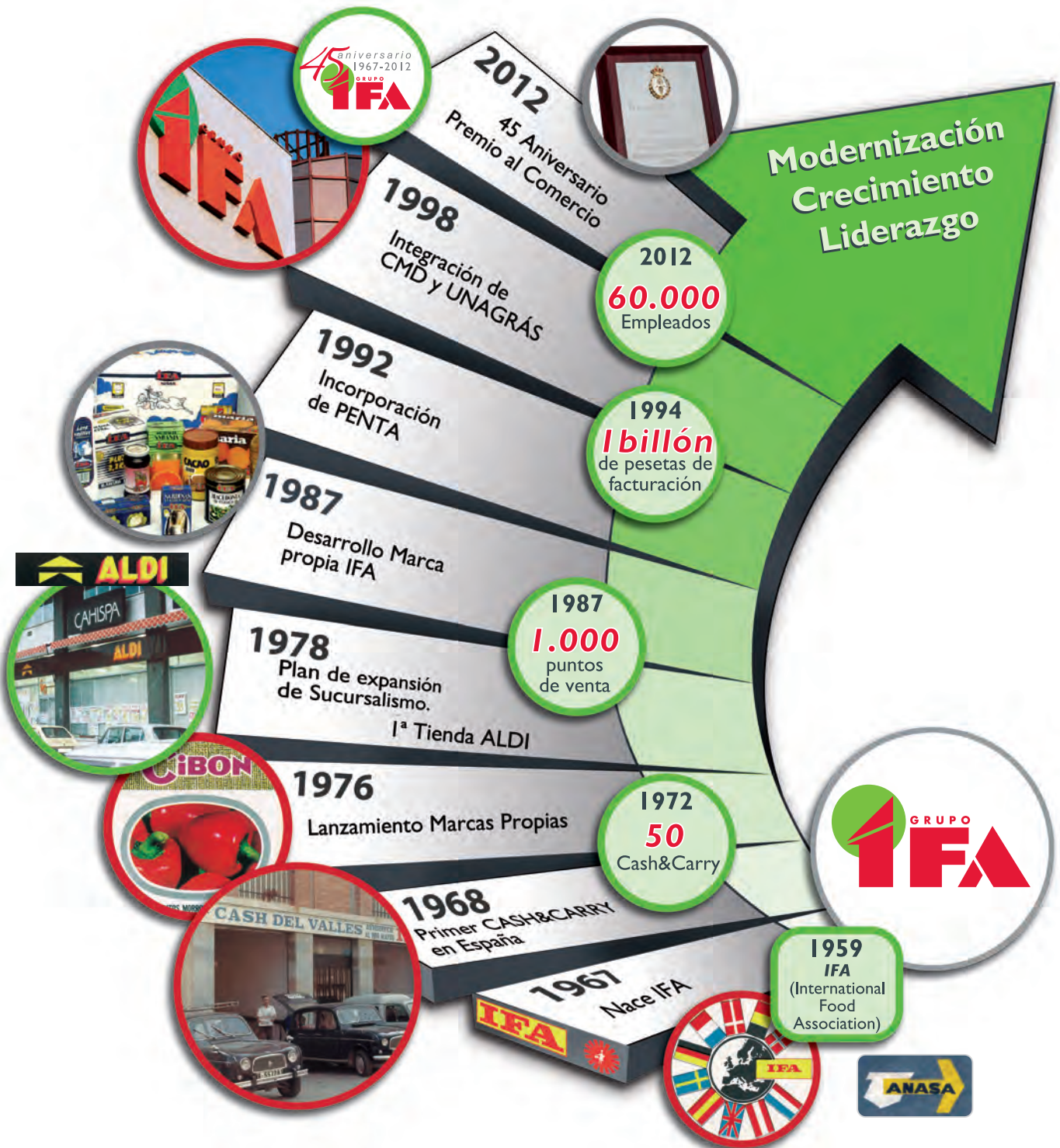
- Primer Cash & Carry en España (1968)
- Lanzamiento Marcas Propias (1976)
- Plan de Expansión de Sucursalismo (1ª tienda Aldi - 1978)
- Se alcanzan los 1000 puntos de ventas (1987)
- Superamos el billón de las antiguas pesetas en facturación (1994)

Consecuencia de un trabajo bien hecho y una gestión rigurosa, coherente y transparente con todos los asociados, nuestro Grupo puede hoy sentirse orgulloso de contar con 11 empresas de las 16 asociadas a Centrales de Compra en el ranking de las 30 primeras empresas de distribución que concentran más del 70% del volumen total del sector según Alimarket.

“En Grupo IFA están el 70% de las empresas asociadas a una central de compras del Top 30 de la distribución en España.”







Cronología 1965 - 2012

2012

Se cumplen 45 Años del nacimiento de Grupo IFA.
Ifa recibe el prestigioso Premio al Comercio 2012 otorgado por el Ministerio de Economía.
El conjunto de las empresas del Grupo llegan a 60.000 empleados.

1998

La adecuación de la estructura de Grupo IFA al mercado da un paso decisivo en octubre con la integración de las Centrales de Compras UNAGRAS y CMD.

1994

Grupo IFA supera el billón de las antiguas pesetas en la facturación.

1992

El Grupo crece en un 50% aproximadamente en el número de Asociados, con la incorporación de la Central de Compras PENTA. El consolidado aumenta en cifras similares, teniendo una participación en el mercado del 14%.

1987

Coincidiendo con el desarrollo de la Marca propia IFA, se alcanzan los 1.000 puntos de venta.

1978

Se implanta el "Plan de Expansión de IFA" que permite el desarrollo del sucursalismo y abre las puertas al comercio minorista. La empresa Cabrero e Hijos inaugura en Huesca el primer "supermercado descuento" con la enseña ALDI.

1976

Lanzamiento de las Marcas propias CIBON y BAJEL entre otras.

1972

La red IFA Cash & Carry alcanza el establecimiento número 50.

1968

Almacenes PAQUER de Tarrasa inaugura el primer Cash & Carry en España.

1967

Nace IFA Española S.A. Un viernes 2 de junio de 1967 en la notaría de D. Francisco Javier Monedero Gil, con un capital social de 2.800.000 ptas.

1959

Fundación de la Asociación Internacional IFA por iniciativa de Roger Durand, Presidente de SOPEGROS/ AVAM, IFA (International Food Association). En España se constituye ANASA (Alimentación Nacional S.A.)

Transcurridos estos cuarenta y cinco años de existencia de Grupo IFA desde su año de nacimiento, han sido muchos los éxitos y casos donde nuestra Organización fue pionera en su momento: el fenómeno del asociacionismo en España, la introducción de la figura del cash&carry y su posterior expansión al sucursalismo, el desarrollo de una marca propia en los ochenta con inmenso éxito entre otros muchos.

Estando plenamente satisfechos de esta larga andadura, entendemos que estamos en las mejores condiciones para impulsar este Grupo hasta el siguiente nivel de excelencia.

La mayor dificultad a la que se enfrentan nuestras empresas debido, tanto a la actual crisis económica y de consumo como al desafiante entorno competitivo del sector, nos ofrece una oportunidad



única de abordar una visión amplia y completa de lo que necesitan nuestro negocio y nuestros asociados en los próximos años para mejorar su competitividad frente al resto de operadores del sector.

La dimensión de nuestro negocio conjunto valorado en más de 10.600 millones de euros, que nos sitúa como **segundo grupo de distribución en el sector**, hace perfectamente compatible mantener la autonomía y gestión independiente de cada una de nuestras empresas asociadas con un esfuerzo de cohesión y unión que pongan en valor el verdadero peso específico y oportunidad de generación de valor que nuestro proyecto ofrece a los diferentes actores a lo largo de dicha cadena de valor.

Convencidos, como estamos tanto Central como miembros asociados, de dicha realidad Grupo IFA ha emprendido en 2012 un camino ambicioso y valiente de transformación de su central de compras en un verdadero grupo de distribución operando, como tal, en todas aquellas áreas donde juntos podamos aportar más valor que separados sin perder la esencia ni elementos que hacen a cada empresa del Grupo, única.

“... con un colectivo
de empleados
superior a
60.000 personas...”



Durante el año 2012 hemos dado pasos decisivos en dicha evolución de nuestra compañía habiendo sentado las bases de nuestra visión 2015, recogida en el plan estratégico desarrollado y aprobado por nuestro Consejo de Administración.

Sin duda, GRUPO IFA, con un colectivo de empleados superior a 60.000 personas con más de 4.000 establecimientos en toda España que ocupan más de 2.9 millones de metros cuadrados y pasa por ser el primer o segundo cliente más importante para los principales fabricantes de este país, formado por más de 180 empresas líderes regionales, reúne todas las condiciones para convertirse en un verdadero **agente del cambio** en un sector tan necesitado de impulso hacia la verdadera **creación de valor y búsqueda de crecimiento y empleo** en nuestro país.



La importancia de los proveedores está intrínsecamente presente en el ADN de IFA. No se podría concebir esta organización sin la estrecha colaboración que se refleja en los 614 acuerdos comerciales cerrados con nuestros proveedores. Prueba inequívoca de nuestra vocación, son los más de 5.600 artículos de Proveedor en promoción que hemos tenido en el 2012, lo que nos convierte para muchos de ellos, en su primer o segundo cliente.

No sólo nos regimos por un código de buenas prácticas consensuado, sino que avanzamos día a día en la integración de nuevas iniciativas encaminadas a satisfacer de manera más eficiente las necesidades de nuestros consumidores.

El aumento en la verticalización de algunas acciones con nuestros proveedores ha cristalizado en aproximadamente 10 grandes iniciativas de



generación de valor conjunto en las categorías de alimentación, bebidas, droguería y perfumería, cubriendo aspectos como la innovación, el desarrollo de nuevas categorías y el impulso promocional coordinado.

Nos sentimos muy orgullosos de ser un Grupo que apuesta decididamente por la innovación de los proveedores y la libre elección del consumidor en cuanto a marcas y formatos. El apoyo a sus lanzamientos y esfuerzos por valorizar las diferentes

“...apostamos decididamente por la innovación de los proveedores y la libre elección del consumidor.”

categorías es crítico para nosotros. Somos muy conscientes de la importancia que esta colaboración tiene para el conjunto de la sociedad, la generación de riqueza en España, y en definitiva, la defensa de la libertad de elección del consumidor.





“La cuota de Mercado de Grupo IFA en Marca de Fabricante, se sitúa por encima del 20% en supermercados.”

El ámbito de la colaboración con los proveedores está siendo una fuente inagotable de mejora continua para todos los agentes implicados. Estamos desarrollando proyectos muy sólidos y esperanzadores en el corto, medio y largo plazo enfocados en la mejora de la Cadena de Valor. Pensamos firmemente que nuestro futuro como organización pasa por seguir avanzando con decisión en este sentido.

Pensamos que de la colaboración sincera y honesta es de donde van a salir los grandes proyectos futuros de eficiencias y de valorización de las diferentes categorías. Estamos obligados a pensar en soluciones que aporten valor a todos los agentes; los consumidores, los proveedores y al Grupo IFA.

Desde la humildad y siendo conscientes del apasionante camino que queda por recorrer, nos estimula saber que vamos por el buen camino, como indica el aumento de Cuota de Mercado del grupo IFA en Marca de Fabricante reportado por Nielsen al cierre de 2012, que nos sitúa ya en una cuota del 20,1 % en supermercados.

El cliente es aquello por lo que existimos, el objeto de nuestros esfuerzos, de nuestro afán de mejora; es, en definitiva, el eje central del Grupo Ifa. La calidad, el precio y el surtido son los elementos que conforman la satisfacción completa del cliente desde que, hace ya 45 años, comenzó su andadura; una experiencia empresarial sin precedentes que hoy, ya en pleno Siglo XXI, ha demostrado su éxito: que es, a su vez, el éxito del cliente al elegirnos. Y es esta interlocución del Grupo con sus clientes lo que ha creado la base de un modelo elegido cada vez por más compradores.



Es el destinatario final de nuestra actividad económica, y todos los esfuerzos de las empresas del Grupo van dirigidos a prestar el mejor servicio. Hemos adaptado el surtido de nuestros lineales a las nuevas necesidades y demanda del consumidor sin menoscabo de la calidad y seguridad, y por supuesto mejorando cada día el servicio que prestamos.

El cliente participa cada vez que entra en alguno de los establecimientos; cada vez que elige un producto. Percibe, en cada detalle, la calidad, el esfuerzo por poner a su disposición los mejores productos y siempre aquellos que demanda al precio que necesita. No es casualidad que el éxito de la "fórmula IFA" descansa en el más sólido de los pilares, que no es otro que el reconocimiento expreso de los clientes que, año tras año, incrementan su presencia en nuestros centros de venta.

Nuestros establecimientos, de vocación claramente urbana y de máxima proximidad, están implantados en aquellas áreas cuyo profundo conocimiento socioeconómico nos permite poner al alcance del cliente todos los recursos para que acierte en el proceso de la compra. Nuestros supermercados se integran a nivel profesional y humano con nuestros clientes, con el objetivo de satisfacer sus necesidades de consumo de forma eficaz, ágil y cómoda.

Además de la participación permanente del cliente en los procesos de venta, a través de sus sugerencias y de la confianza que sólo la cercanía puede cimentar, nuestro apoyo al cliente es continuo, mediante de promociones permanentes realizadas con la colaboración de los proveedores.

Así, a través del Grupo Ifa, nuestras empresas desarrollan campañas publicitarias en colaboración



con los proveedores, con ofertas agresivas que son de la máxima satisfacción del consumidor. Dentro de dichas ofertas promocionales, tienen una especial relevancia las campañas anuales que desde el Grupo IFA, donde se han repartido entre nuestros clientes más de 270.000 regalos directos, entre los que caben destacar 100 cruceros por el Mediterráneo y 300 viajes a las Islas Canarias en régimen de todo incluido. Estas promociones han gozado de una excelente acogida.

También contribuye a la excelencia en la relación con nuestros clientes la apuesta del Grupo IFA por las nuevas tecnologías. Así, nuestros asociados han desarrollado canales de venta online y han adaptado los medios de pago a las últimas tendencias de la demanda del consumidor, como puede ser el uso de dispositivos móviles para el pago de la compra.

La oferta de productos bajo nuestras nuevas marcas

propias, IFA Eliges, IFA Sabe, e IFA Unnia, han sido desarrolladas en 2012 para su lanzamiento al mercado en los primeros meses de 2013.

No es casualidad que, según la consultora Kantar Worldpanel, más de uno de cada dos compradores españoles realice la compra en los supermercados del Grupo IFA. Y este reconocimiento es lo que nos mueve y nos hace estar cada día más aplicados a la satisfacción procurada a nuestros compradores.

Hemos querido, por último, tributar un merecido homenaje a nuestros clientes y consumidores por su fidelidad a lo largo de los años. Nuestra campaña publicitaria bajo el mensaje “porque nos encanta cómo sois” ha generado una enorme complicidad y entusiasmo, reforzado por nuestra actividad en RRSS.



“Nuestra nueva campaña de homenaje a nuestros fieles consumidores ha sido recibida con gran entusiasmo y participación”

Más allá de los resultados económico del Grupo IFA, un elemento esencial de nuestra gestión es hacer las cosas de manera impecable dentro de nuestro ámbito de Responsabilidad Social Corporativa.

Nuestro compromiso no es otro que tratar de devolver a la Sociedad parte de lo que nos ha dado al confiar en nosotros.

Desde el punto de vista medioambiental suscribimos el compromiso global de preservar nuestro planeta y esforzarnos en mejorarlo para que lo disfruten las generaciones venideras. El Grupo IFA, en su gestión diaria aplica un sinfín de políticas de sostenibilidad y protección medioambiental empezando por el propio concepto de sus tiendas, donde uno de sus pilares fundamentales es la proximidad, evitando así desplazamientos y minimizando las emisiones de CO2 a la atmósfera; acercamos la tienda a donde esté el consumidor.

Durante el acto de la compra hemos implantado medidas de gestión respetuosas con el medio ambiente, como la utilización de nuevos materiales más sostenibles, el uso de bolsas de un solo uso y la reducción de envases. En ese sentido, trabajamos activamente en los procesos de recuperación de envases, de manera que garantizamos la eficiencia

“Trabajamos activamente en los procesos de recuperación de envases.”



y sostenibilidad en la Cadena de Valor a través de su puesta a disposición de gestores autorizados. Grupo IFA, a este respecto, pertenece tanto al Consejo de Administración de Ecoembes como su comisión delegada, participando por ello, de forma muy activa, en el cumplimiento de los objetivos impuestos por

la Unión Europea, ampliamente superados en el nivel de reciclado y recuperación exigidos.

El Sistema Integrado de Gestión (SIG) desarrollado por Ecoembes se ha mostrado como el más eficaz en el tratamiento del reciclaje y recuperación de envases. De hecho, en 2012, España volvió a mejorar sus datos de recuperación de envases domésticos, con una tasa de reciclado que se elevó al 70,3%, dos puntos por encima de la obtenida en 2011. Este porcentaje supone que en 2012 se reciclaron 1.199.775 toneladas de envases, que equivaldría a llenar 90 estadios de fútbol. Todo ello, gracias al compromiso mutuo de los ciudadanos y las empresas, quienes han hecho del reciclaje un hábito cotidiano. Como prueba de ello, cabe destacar como en el último año, la aportación ciudadana de envases ligeros (de plástico, metal y briks) en el contenedor amarillo fue de 11 kilos por habitante. Por su parte, en el contenedor azul, la media de envases de cartón y papel depositados fue de 15,76 kilos por habitante al año. Sin lugar a dudas, la colaboración integrada de todos los agentes implicados hace que seamos optimistas sobre los avances que todos esperamos en este ámbito. A este respecto el Grupo IFA se compromete a seguir actuando proactivamente en este ámbito.



D. Juan Manuel Morales firma el acuerdo de adhesión a la iniciativa de AECOC contra el desperdicio alimentario

IFA Española se adhiere a la iniciativa puesta en marcha por AECOC para frenar o minimizar al máximo el desperdicio alimentario que se a lo largo de la cadena de valor.

Esta iniciativa tiene como principales objetivos reducir los desperdicios a lo largo de toda la cadena alimentaria con un sistema de trabajo que permita medir los logros alcanzados y optimizar al máximo el aprovechamiento del "excedente" que, de manera inevitable, se va a seguir produciendo en los distintos eslabones de la cadena de valor.

La fórmula comercial de las tiendas del Grupo IFA, además de facilitar la compra a sus clientes, considera la importancia de atender las necesidades de sus empleados. Una correcta gestión de sus horarios y planificación de turnos, facilita la adecuada conciliación de la vida profesional y personal de sus, aproximadamente, 60.000 trabajadores. El adecuado balance de tiempos es una prioridad crítica para nosotros de cara a contribuir a una convivencia familiar saludable. En este sentido, es necesario señalar que las alteraciones contra natura de los horarios comerciales no sólo no beneficiará al consumo sino que supondrá unos mayores costes de gestión e incidirá de forma muy negativa en la conciliación de la vida laboral con la familiar.

La formación continua de nuestros empleados es otro de los puntales de desarrollo del Grupo IFA. Colaboramos, entre otros, con la Asociación Española de Entidades de Distribución (ASENDIS), y apostamos por la formación permanente de nuestro equipos humanos, a través de políticas activas de mejora de la cualificación de sus puestos de trabajo. De esta manera cada vez somos capaces de ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes y tener unos empleados más satisfechos y adaptados en todo momento a las cambiantes necesidades que el mercado requiere.

IFA Española, S.A. está formada por 33 empresas consideradas miembros de pleno derecho, de las cuales 29 son a su vez accionistas de la sociedad, con idéntica participación en el capital social.

Además contamos con 148 empresas más, entre filiales y miembros de otras centrales integradas en IFA.

Ante una situación económica, especialmente difícil en 2012, nuestras empresas han conseguido crecer, incrementar su número de establecimientos, ganar cuota de mercado y generar empleo en este año.

Sin duda, el esfuerzo económico y humano para alcanzar dichos magníficos resultados en el mercado, ha sido muy notable con su consiguiente impacto en dichos ámbitos.

Nuestro modelo de establecimiento, fundamentalmente de proximidad, se ha reafirmado como el más relevante y claro ganador en estos últimos años. Es justo reconocer el valor y

reconocimiento alcanzado desde hace muchos años por nuestras empresas, como el elemento local y regional muy distintivo, en un momento donde la mayor parte de los operadores nacionales han decidido esforzarse e invertir sus recursos.

Dichos movimientos realizados por las empresas referentes a nivel nacional, hace cada vez más necesaria una mayor cohesión y compromiso para llevar a nuestro Grupo hacia la excelencia, con la firme voluntad de convertirnos en el mejor grupo de la distribución en España.

Grupo IFA ha alcanzado su posición de liderazgo gracias a sus excelentes miembros, mayoritariamente asociados a nuestra Central dentro del sector. Sin ellos, nuestra Central no sería posible y, así mismo, nuestros asociados sin IFA Española contarían con una situación competitiva en el sector muy diferente.


“IFA aglutina 7 de cada 10 empresas asociadas a una Central, del Top 30 de la distribución”



Relación de Asociados

(A 1 de Junio de 2013)

	AHORRAMAS, S.A.
	ALIMENTACIÓN PENINSULAR, S.A. (ALIPENSA)
	ALIMERKA, S.A.
	BON PREU, S.A.
	CABRERO E HIJOS, S.A.
	<p>CADENA DE EMPRESAS DETALLISTAS, S.A. (CMD)</p> <ul style="list-style-type: none"> — Empresas Filiales-Adheridos <ul style="list-style-type: none"> ▪ Almacenes Eguren, S.A. ▪ Almacenes Felipe Godoy e Hijos, S.L. ▪ Ayebsa, S.L. ▪ D. Y P. Miguez, S.L. ▪ Detallista de Alimentación del Segura, S.L ▪ Droguería Albizu, S.L. ▪ Ebro Droper, S.L. ▪ Fertla, S.L. ▪ Hermanos Gavira, S.L ▪ Hijos de Fidel García, S.L. ▪ Inpescasa, S.L. (Industrias de la Pesca Canaria, S.A.) <ul style="list-style-type: none"> Empresa Filial-Adherido de Inpescasa: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Supermercados Inpescasa, S.L. ▪ Orencio Matas y Hnos, S.L. ▪ Perfumería Miralls, S.L. ▪ Saavedra Hermanos, S.L ▪ Super Bonilla, S.A. ▪ Supermercados Codi, S.L ▪ Udata, S.C.L.
	CAFES MORA, S.L.
	CARO RUIZ, S.A.
	<p>CASH LEPE, S.A.</p> <ul style="list-style-type: none"> — Empresa Filial-Adherido: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Manuel Vallejo, S.A.
	COMERCIAL PIEDRA TRUJILLO, S.L

	COMPAÑÍA NACIONAL DE COMERCIO, S.A. (CONACO)
	CONDIS SUPERMERCATS, S.A.
	DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L.
ECOS MANCHEGOS, S.A.	ECOS MANCHEGOS, S.A. (ECOMANSA)
	FRANCO - MOR, S.A.
	GADISA RETAIL, S.L.U.
	GRUPO HERMANOS MARTÍN, S.A.
	<p>HD COVALCO, S.L.</p> <ul style="list-style-type: none"> — Empresas del Grupo: <ul style="list-style-type: none"> ▪ 7 Alimentación 7, S.A. Unipersonal ▪ Alimentación Alcira, S.A. Unipersonal ▪ Coaliment Andalucía, S.L. ▪ Coaliment Aragón, S.A. Unipersonal ▪ Coaliment Castilla, S.A. Unipersonal ▪ Coaliment Granollers, S.A. Unipersonal ▪ Coaliment Mallorca, S.L. Unipersonal ▪ Coaliment Penedés, S.A. Unipersonal ▪ Coaliment Valencia, S.A. ▪ Distribuidora General Alavesa, S.A. Unipersonal ▪ Ethnic Foods, S.L. Unipersonal ▪ Valenciana de Supermercados, S.A. Unipersonal
	HERMANOS AYALA SOUSA, S.L.
	HIPER USERA, S.L.
	IBERCUDIS, S.L.
	JOSÉ BERNABEU PIC, S.A.
	<p>MOYA SAUS E HIJOS, S.A.</p> <ul style="list-style-type: none"> — Empresa Filial-Adherido: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Supermercados Cop, S.A.

	ROMÁN GARCÍA ROMO, S.A.
SANCHEZ VAZQUEZ HNOS., S.A.	SÁNCHEZ VÁZQUEZ HNOS., S.A.U.
	<p>SCABER,S.C. (CENTRAL DE COMPRAS DE HIPERMERCADOS E. LECLERC)</p> <p>— Empresas del Grupo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aca, S.A.U. ▪ Alcantadis, S.L. ▪ Alcobendadis, S.L. ▪ Almendis, S.L. ▪ Arancedis, S.L. ▪ Carabandis, S.L. ▪ Carbadis, S.L. ▪ Cori, S.A.U. ▪ Eurohiper Distribución, S.L. ▪ Fuenlabradadis, S.L. ▪ Majadadis, S.L. ▪ Mirandadis, S.L. ▪ Pamplona Distribución, S.A. ▪ Pintodis, S.L. ▪ Soriadis, S.L. ▪ Toriodis, S.L. ▪ Trujillodis, S.L. ▪ Valdemodis, S.L. ▪ Vallecadis, S.L. ▪ Vitoriadis, S.L.
	SUPERFICIES DE ALIMENTACIÓN, S.A.
	SUPERMERCADOS BOLAÑOS, S.L.
	SUPERMERCADOS DANI, S.L.
	TEÓGENES RUIZ, S.L.
	UNAGRAS, S.A.
	<p>UNIALCO, S.L.</p> <p>— Empresa Filial-Adherido:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ves, S.L
	VICENTE ALONSO, S.L.

Ifa Española, S.A. cuenta en la actualidad con 59 personas para el desarrollo de su actividad, en su sede central en Alcobendas (Madrid).

En el último año, la Central ha visto reforzada su estructura directiva y equipo humano con la incorporación de 7 nuevas personas respecto a 2011.

Su recientemente aprobado Plan Estratégico, ha contribuido decisivamente a reforzar dicha estructura, específicamente, en las áreas de nuevos negocios y servicios que permitirán ofrecer un mayor servicio y valor añadido al conjunto de nuestros Asociados.

Nuestro proyecto conjunto, Central y Asociados, de Marca Propia ha comenzado a dar sus primeros resultados con el nacimiento de nuevas marcas que impulsarán dicho proyecto: ifa eliges, ifa sabe e ifa Unnia.

“Nuestro proyecto conjunto, Central y Asociados, de Marca Propia ha comenzado a dar sus primeros resultados”





Consejo de Administración

(A 1 de Junio de 2013)

El Consejo de Administración de IFA Española, S.A., está constituido por 13 Consejeros y el secretario no consejero.

Cuenta con un Presidente y un Vicepresidente, que a su vez son Consejeros Delegados, y con un Consejero Delegado.

Las reuniones tienen carácter mensual, e intervienen de forma activa en la marcha de la Organización, estableciendo las políticas acordadas.

- **PRESIDENTE Y CONSEJERO DELEGADO**

D. ROBERTO TOJEIRO RODRÍGUEZ

- **VICEPRESIDENTE Y CONSEJERO DELEGADO**

UNIALCO, S.L. (D. ÁNGEL FERNÁNDEZ DE BARRENA VILLAGARCÍA)

- **CONSEJERO DELEGADO**

AHORRAMAS S.A. (D. EDUARDO SERRANO VALLEJO)

- **CONSEJEROS**

ALIMERKA, S.A. (D. ALEJANDRO FERNÁNDEZ GONZÁLEZ)

BON PREU, S.A. (D. JOAN FONT I FABREGÓ)

CASH LEPE, S.A. (Dña. MANUELA BELLA DÍAZ ORTA)

CONDIS SUPERMARCATS, S.A. (D. ENRIC EZQUERRA COSTA)

DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L. (D. JOSÉ ABRAHAM DOMÍNGUEZ SANTANA)

GRUPO HERMANOS MARTÍN, S.A. (D. JERÓNIMO MARTÍN GONZÁLEZ)

HIPER USERA, S.L. (D. FRANCISCO JOSÉ SÁNCHEZ DEL ARCO)

TEÓGENES RUIZ, S.L. (D. RAFAEL RUIZ ALONSO)

UNAGRAS, S.A. (D. ANTONIO GÓMEZ CRESPI)

D. JOSEP SAPERAS VERGARA

- **SECRETARIO (NO CONSEJERO)**

D. FRANCISCO JAVIER DE ASÍS Y GARROTE

Comité Comercial

(A 1 de Junio de 2013)

El Comité Comercial está formado por Asociados y ejecutivos de la Central, y permite llevar a cabo un análisis continuo del Mercado y del Sector, con capacidad para la toma de decisiones, e informar y recomendar al Consejo de Administración las medidas a adoptar, para su aprobación final por este órgano.

- AHORRAMAS, S.A.
 - D. Eduardo Serrano Vallejo
- ALIMERKA, S.A.
 - D. Álvaro Fdez.- Fournier
- CONDIS SUPERMERCATS, S.A.
 - D. Francesc Pellisa Estupiñá
- DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L.
 - D. Juan Carlos Gago Conlledo
- GADISA RETAIL, S.L.U.
 - D. Santiago Codesido Barreiro
- GRUPO HERMANOS MARTÍN, S.A.
 - D. Vicente Martín González
- HD COVALCO S.L.
 - D. José Antonio Ramos Horta
- HIPER USERA, S.L.
 - D. Francisco José Sánchez del Arco
- UNAGRAS, S.A. - HIPER MANACOR
 - D. Jaime Femenias Dols
- UNIALCO, S.L.
 - D^{ña}. M^a Paz Fernández Vega
- IFA ESPAÑOLA, S.A.
 - D. Juan Manuel Morales Alonso
 - D. Ángel E. Herranz Jiménez

Equipo Directivo

Así mismo, el equipo directivo se refuerza notablemente con la incorporación de dos nuevas Direcciones, lo que configura un nuevo Comité de Dirección constituido por las Direcciones Comercial, Financiera y de Organización y Sistemas, Operaciones y Desarrollo de Negocio. A dicho Comité de Dirección se incorpora el Jefe de Proyecto de Marca Propia.



JUAN MANUEL MORALES
DIRECTOR GENERAL

FÁTIMA ANDUIZA
SUBDIRECTORA GENERAL
DIRECTORA FINANCIERA,
ORGANIZACIÓN
Y SISTEMAS

CARLOS OLIVEIRA
DIRECTOR DESARROLLO
DE NEGOCIO

ÁNGEL E. HERRANZ
DIRECTOR
COMERCIAL

JUAN RAMÓN GONZÁLEZ
DIRECTOR
OPERACIONES

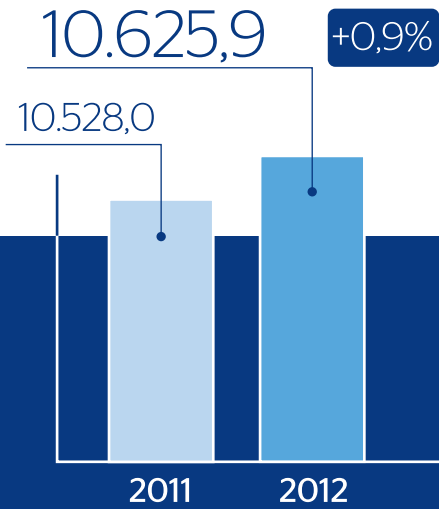
VICTOR PÉREZ
JEFE PROYECTO
MARCA PROPIA

compromiso



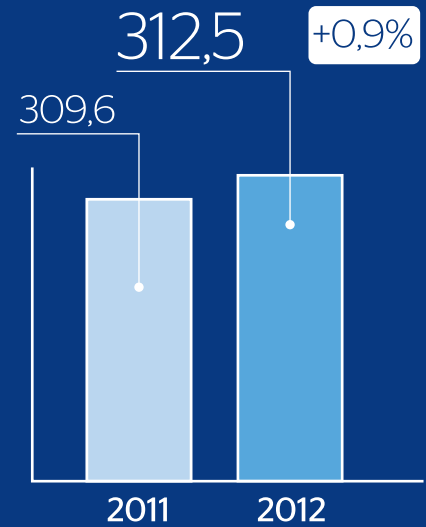
Volumen de Negocio Consolidado

(en millones de euros)



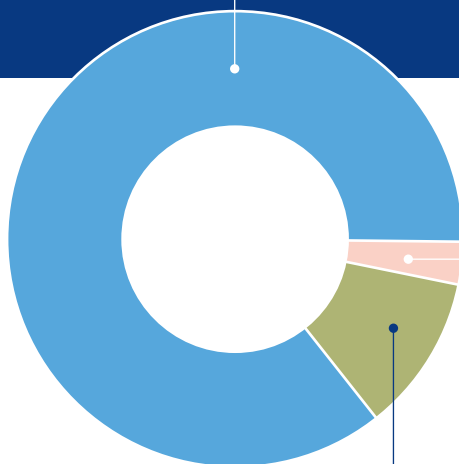
Facturación Media por Miembro

(en millones de euros)



Ventas por Canales Porcentaje sobre el Total

9.004.388.877,8
84,74%



1.275.671.446,5
12,01%

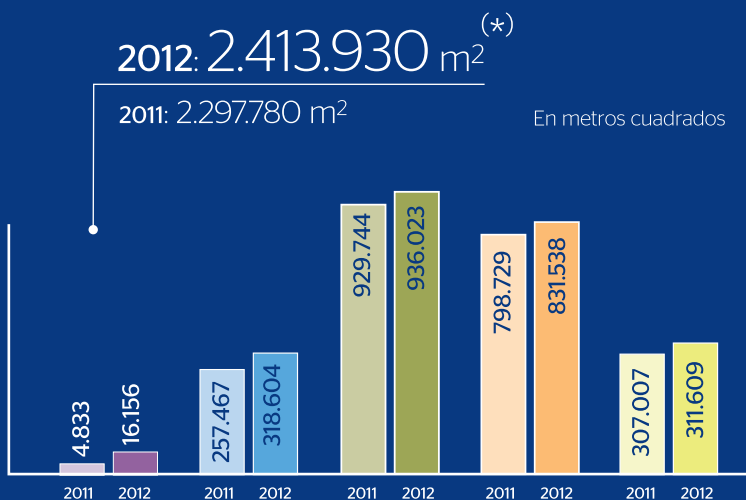
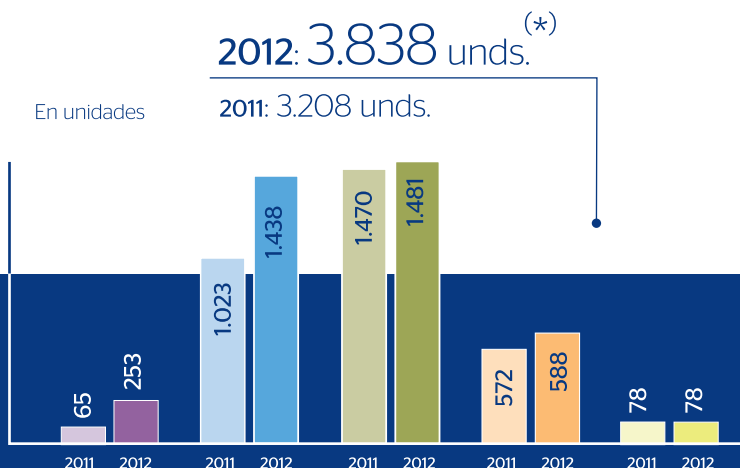
345.84.610,4
3,25%

- Sucursalismo
- Cash and Carry
- Mayor Tradicional

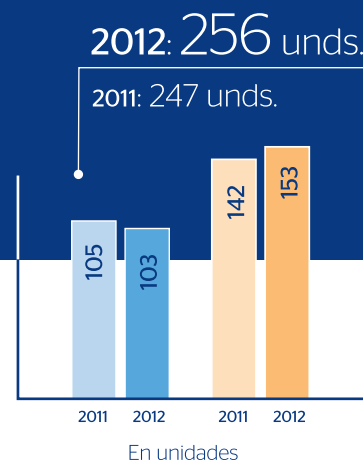
Sucursalismo

El número total de establecimientos a cierre del ejercicio 2012 es de 3.838 unidades con una superficie total de sala de ventas de 2.413.930 m². Si no tenemos en cuenta la incorporación de franquiciados sin censar en el 2011, el número de establecimientos se incrementa en 60 unidades y 22.581 m².

(*) Se incorporan al censo de 2012 establecimientos franquiciados que no se tuvieron en cuenta en 2011.

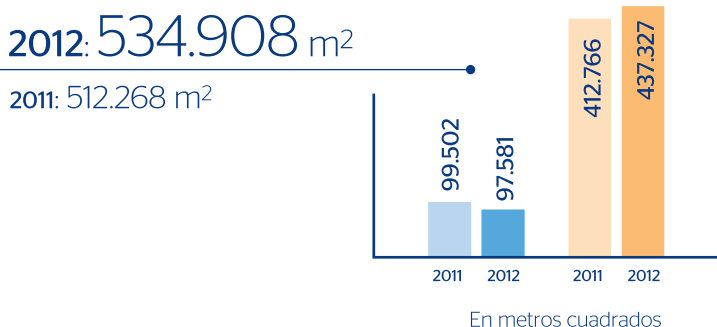


- Menos de 100 m²
- De 100 a 399 m²
- De 400 a 999 m²
- De 1000 a 2.499 m²
- Más de 2.499 m²



Cash & Carry

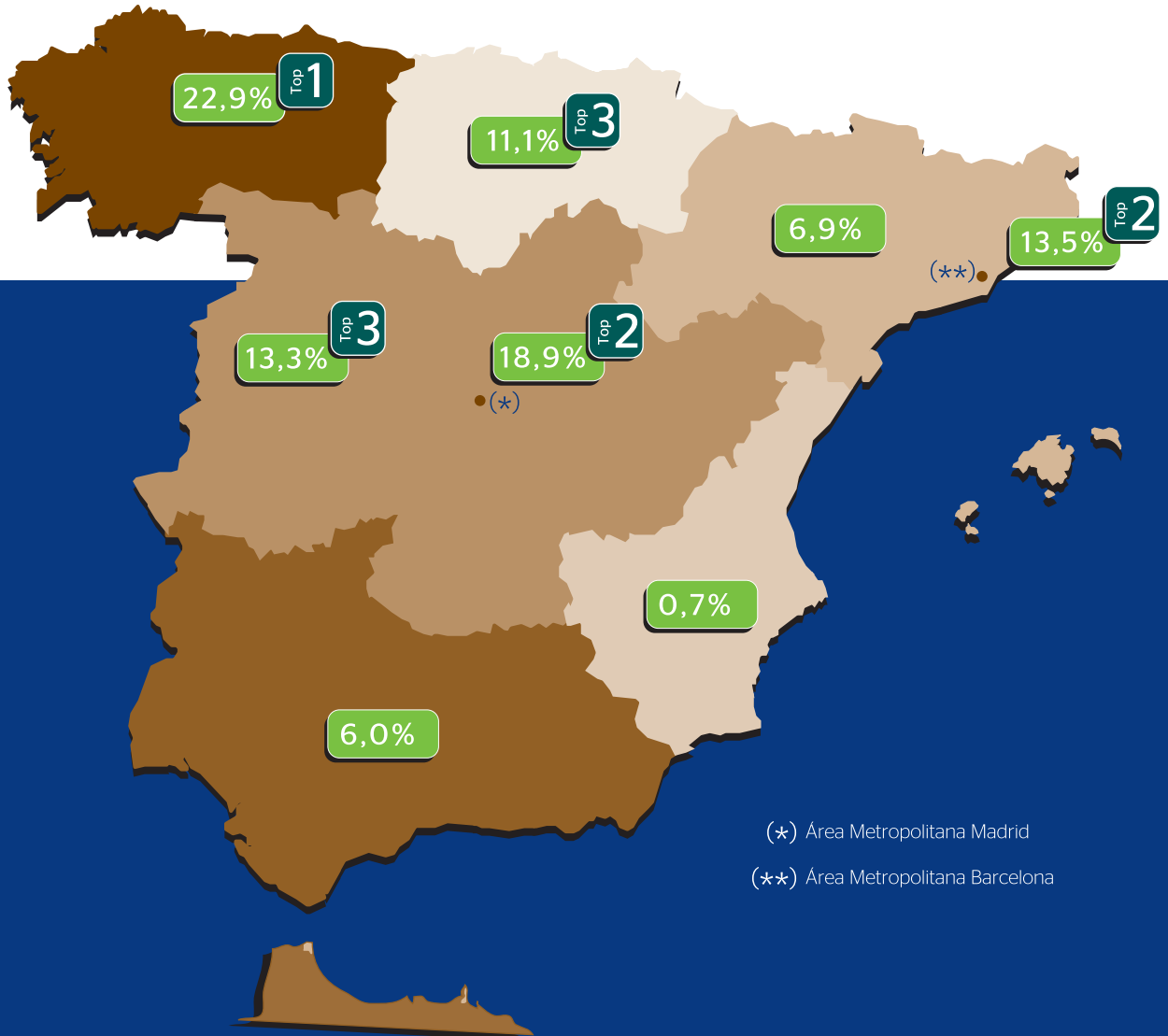
El número total de Cash & Carry a cierre del ejercicio 2012 es de 256 establecimientos con una superficie total de sala de ventas de 534.908 m², habiéndose incrementado respecto al 2011 en 9 unidades y 22.640 m².



- Menos de 1.500 m²
- Más de 1.500 m²

Cuota de Mercado en valor

Fuente: Kantar Worldpanel



La Cuota de Mercado en Valor del GRUPO IFA en el Consumo de los Hogares españoles destaca su fortaleza Regional, ya que es líder en el 63% de las Áreas KANTAR, ocupando la 1ª posición en la Zona Noroeste, la 2ª en Barcelona Metròpoli y Madrid Metròpoli, y la tercera en las Zonas Norte-Centro y Resto Centro.

Sobre el Consumo de Hogares del total España, GRUPO IFA incrementa su Cuota de Mercado con respecto al año anterior, con un valor del 10,6%.

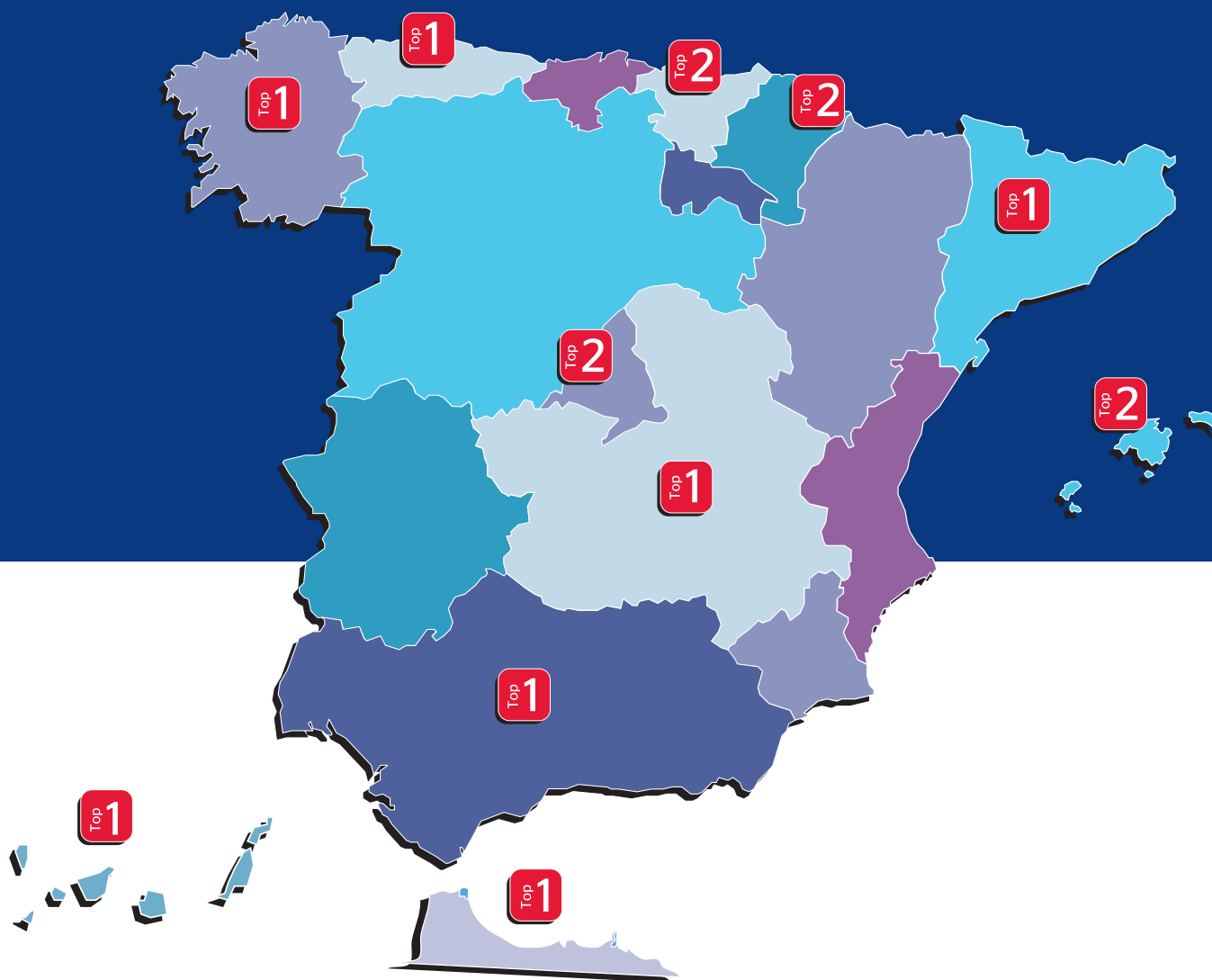
La fuerte presencia regional de GRUPO IFA constituye uno de sus mayores activos y ventajas competitivas.

El GRUPO IFA es líder de Mercado por superficie de comercio minorista en Andalucía, Asturias, Canarias, Castilla La Mancha, Cataluña, Ceuta y Melilla, Galicia. Éstas Comunidades suponen más del 50% de valor del mercado de productos de gran consumo en el territorio nacional

En su conjunto el GRUPO IFA ocupa la 1ª ó 2ª posición en el 61% de las Comunidades Autónomas.

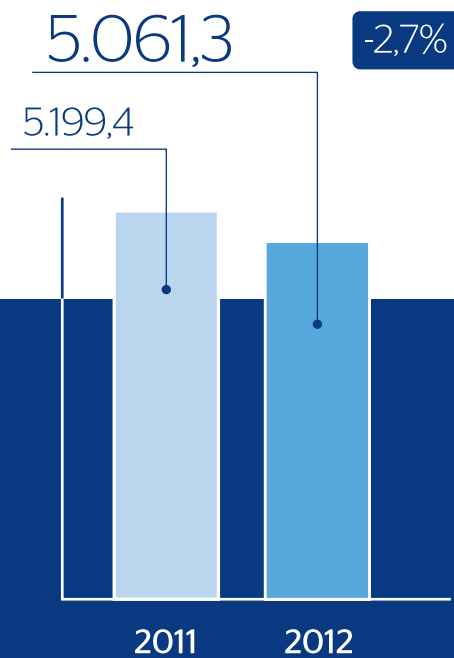
Cuota de Mercado en superficie

Fuente: Nielsen



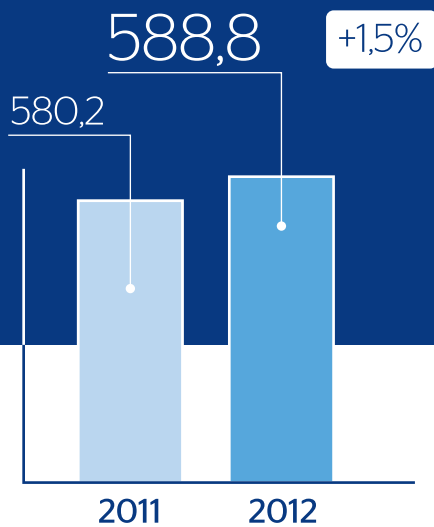
Total Pago Centralizado a través de IFA

(en millones de euros)



Importe Neto Cifra de negocio

(en miles de euros)



A pesar de la leve caída del pago centralizado en el 2012, el importe neto de la cifra de negocio se ha incrementado en un 1,5 %.



Balance de Situación a 31 de diciembre de 2012

En miles de euros

ACTIVO	Ejercicio 2012	Ejercicio 2011	PATRIMONIO NETO Y PASIVO	Ejercicio 2012	Ejercicio 2011
ACTIVO NO CORRIENTE	1.807	2.219	PATRIMONIO NETO	22.039	22.219
Inmovilizado intangible	100	118	FONDOS PROPIOS		
Inmovilizado material	1.491	1.604	Capital	1.849	1.849
Inversiones en empresas del Grupo	62	68	Reservas	19.576	19.273
Inversiones financieras a largo plazo	38	44	Legal y estatutarias	4.431	4.431
Activos por impuesto diferido	116	385	Otras reservas	15.145	14.842
			Acciones propias	(1.591)	(412)
			Resultado del ejercicio	2.205	1.509
ACTIVO CORRIENTE	649.868	627.651			
Existencias	355	347			
Comerciales	350	68			
Anticipos a Provedores	5	279	PASIVO CORRIENTE	629.636	607.651
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	648.917	617.129	Provisiones a corto plazo	5	-
Miembros asociados	585.927	553.177	Deudas a corto plazo	109.520	77.029
Deudores varios	62.971	63.596	Deudas con entidades de crédito	109.520	77.029
Personal	15	23	Deudas con empresas del Grupo a corto plazo	17	5
Otros créditos con las Administraciones Públicas	4	333	Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	520.069	530.579
Inversiones en empresas del Grupo	-	3	Deudas por compras o servicios	348.592	370.329
Inversiones financieras a corto plazo	28	29	Miembros asociados acreedores por diversos conceptos	169.097	159.503
Periodificaciones a corto plazo	23	14	Personal (Remuneraciones pendientes de pago)	4	-
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	545	10.129	Pasivos por impuesto corriente	59	69
Tesorería	545	5.113	Otras deudas con las Admon. Públicas	2.317	678
Otros activos líquidos equivalentes	-	5.016	Periodificaciones a corto plazo	25	38
TOTAL ACTIVO	651.675	629.870	TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	651.675	629.870

Cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio 2012

En miles de euros

	Ejercicio 2012	Ejercicio 2011
Importe neto de la cifra de negocios	588.843	580.247
Ventas	2.702	2.558
Prestación de servicios	586.141	577.689
Aprovisionamientos	(576.357)	(569.233)
Consumo de mercaderías	(2.558)	(2.437)
Otros aprovisionamientos	(573.799)	(566.796)
Otros ingresos de explotación	26	58
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	26	58
Gastos de personal	(4.609)	(3.985)
Sueldos, salarios y asimilados	(4.018)	(3.441)
Cargas sociales	(591)	(544)
Otros gastos de explotación	(3.956)	(3.879)
Servicios exteriores	(3.587)	(2.790)
Tributos	(41)	(56)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	(305)	(1.000)
Otros gastos de gestión corriente	(23)	(33)
Amortización del inmovilizado	(167)	(155)
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	(7)	-
Resultados por enajenaciones y otros	(7)	-
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	3.773	3.053
Ingresos financieros	646	826
De valores negociables y otros instrumentos financieros con terceros	646	826
Gastos financieros	(1.147)	(1.291)
Por deudas con terceros	(1.147)	(1.291)
Variación de valor razonable e instrumentos financieros	(11)	(1)
Variación de valor razonable de instrumentos financieros	(11)	(1)
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	18	1
Resultados por enajenaciones y otros	18	1
RESULTADO FINANCIERO	(494)	(465)
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	3.279	2.588
Impuestos sobre beneficios	(1.074)	(1.079)
RESULTADO DEL EJERCICIO	2.205	1.509

Estado de cambios en el patrimonio neto del ejercicio 2012

A) ESTADO DE INGRESOS Y GASTOS RECONOCIDO

En miles de euros

	Ejercicio 2012	Ejercicio 2011
RESULTADO DE LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (I)	2.205	1.509
TOTAL DE INGRESOS Y GASTOS IMPUTADOS DIRECTAMENTE EN EL PATRIMONIO NETO (II)	-	-
TOTAL TRANSFERENCIAS A LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (III)	-	-
TOTAL INGRESOS Y GASTOS RECONOCIDOS (I+II+III)	2.205	1.509

B) ESTADO TOTAL DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO

En miles de euros

	Capital	Reserva legal	Reserva estatutaria	Otras Reservas	Acciones propias	Resultado del ejercicio	TOTAL
SALDO AJUSTADO AL INICIO DEL EJERCICIO 2011	1.849	370	9.098	13.310	(412)	(2.311)	21.904
Total ingresos y gastos reconocidos	-	-	-	-	-	1.509	1.509
- Aplicación de fondos	-	-	(5.037)	2.726	-	2.311	-
Operaciones con accionistas							
- Distribución de dividendos	-	-	-	(1.194)	-	-	(1.194)
SALDO FINAL DEL EJERCICIO 2011	1.849	370	4.061	14.842	(412)	1.509	22.219
Total ingresos y gastos reconocidos	-	-	-	-	-	2.205	2.205
- Aplicación de fondos	-	-	-	303	-	(303)	-
Operaciones con accionistas							
- Distribución de dividendos	-	-	-	-	-	(1.206)	(1.206)
- Operaciones con acciones propias (netas)	-	-	-	-	(1.179)	-	(1.179)
SALDO FINAL DEL EJERCICIO 2012	1.849	370	4.061	15.145	(1.591)	2.205	22.039

Estado de flujos de efectivo del ejercicio 2012

En miles de euros

	Ejercicio 2012	Ejercicio 2011
FLUJOS DE EFECTIVO DE LA ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN (I)	(39.660)	(47.685)
Resultado del ejercicio antes de impuestos	3.279	2.588
Ajustes al resultado:	991	1.619
- Amortización del inmovilizado	167	155
- Resultado por bajas y enajenaciones de instrumentos financieros	11	(1)
- Resultado por bajas y enajenaciones del inmovilizado	7	-
- Variación de provisiones	305	1.000
- Ingresos financieros	(646)	(826)
- Gastos financieros	1.147	1.291
Cambios en el capital corriente	(42.655)	(51.614)
- Existencias	(8)	(290)
- Deudores y otras cuentas a cobrar	(32.430)	(38.215)
- Otros activos corrientes	359	3.065
- Acreedores y otras cuentas a pagar	(10.576)	(16.170)
- Otros activos y pasivos no corrientes	-	(4)
Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación	(1.275)	(278)
- Pagos de intereses	(1.147)	(1.291)
- Cobros de intereses	618	827
- Cobros (pagos) por impuesto sobre beneficios	(746)	186
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN (II)	(30)	(117)
Pagos por inversiones	(45)	(117)
- Inmovilizado intangible	(20)	(4)
- Inmovilizado material	(25)	(85)
- Otros activos financieros	-	(28)
Cobros por desinversiones	15	-
- Inmovilizado material	3	-
- Otros activos financieros	12	-
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN (III)	30.106	(1.193)
Pagos por dividendos y remuneraciones de otros instrumentos de patrimonio	30.106	(1.193)
- Dividendos	(1.206)	(1.194)
- Acciones propias	(1.179)	-
- Deudas con entidades de crédito	32.491	1
AUMENTO/ DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES (I+II+III)	(9.584)	(48.995)
Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio	10.129	59.124
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	545	10.129





IFA ESPAÑOLA S.A.

c/Sepúlveda, 4
Polígono Industrial de Alcobendas
28108 ALCOBENDAS (MADRID)
Tel. 91 661 04 60

www.grupoifa.com

