GRUPO IFA

UN MODELO DE LIDERAZGO

Memoria anual 2018

ÍNDICE

Carta del Presidente 4

1.1. Historia del Grupo 8
1.2. Nuestras cifras 10
1.3. Las tendencias globales a las que nos enfrentamos 14
1.4. La respuesta es nuestro modelo de negocio 16

2.1. Gestión comercial de marca del fabricante 20
2.2. La estrategia de marca propia 22
2.3. Desarrollo internacional 24

3.1. Servicios de mejora de eficiencia y gestión de costes 28
3.2. La transformación digital 30
3.3. El modelo de pago centralizado 32
3.4. Nuestros resultados en 2018 34
3.5. Ejecutando el plan estratégico 2020 40
3.6. Responsabilidad social corporativa 42

4.1. Misión, visión y valores 48
4.2. Órganos de Gobierno 52
4.3. Equipo Directivo 59
4.4. Comprometidos con el buen gobierno 60
4.5. Directorio de asociados 62
4.6. Datos económicos IFA Retail S.A. 64
4.7. Informe de auditoría de Cuentas Anuales 68

Créditos fotográficos: De las páginas 4, 8, 15, 23, 25, 28, 41-43, 48 y 55-59, fotografías del Grupo IFA. De las páginas 44-45, Fundal. De las páginas 6, 10, 16-18, 20-21, 25-26, 30, 37-38, 46, 50-51, 61 y 68, recursos de Freepik.

CARTA DEL PRESIDENTE

Roberto Tojeiro Rodríguez
Presidente y Consejero Delegado
de IFA Retail, S.A.

Tras un año tan especial como fue 2017, en el que celebrábamos el cincuenta aniversario de Grupo IFA, este nuevo ejercicio 2018 ha permitido seguir extendiendo el legado de una **organización en crecimiento y fiel a sus principios y valores desde su inicio,** siendo consciente de la necesidad de adaptarse a los nuevos tiempos.

La distribución regional en España continúa siendo protagonista y sigue moldeando un perfil de sector muy poco común, por desgracia, en el panorama europeo e internacional. La convivencia de operadores nacionales e internacionales junto con los regionales ha convertido al mercado español en, probablemente, el **más competitivo en Europa para beneficio de todos sus consumidores.**

Habiendo mantenido inalterables nuestras señas de identidad (proximidad, frescos y capacidad de elección), un año más, podemos afirmar que las empresas que componen el Grupo IFA **no sólo resisten sino que ganan en un mercado cada día más complicado** debido, no sólo, a la enorme y creciente competitividad sino también unido a los incrementos de costes para las empresas, **con especial impacto sobre nuestro modelo de negocio.**

> *"La distribución regional en España continúa siendo protagonista y sigue moldeando un perfil de sector muy poco común en el panorama europeo e internacional*

Nuestros grandes resultados en 2018, de nuevo, vuelven a reafirmar la fortaleza de nuestro modelo ayer, hoy y mañana, y nos permite **soñar con la mirada en el cielo pero con los pies en la tierra** viendo el futuro con optimismo y sin complejos.

Hoy, somos más que ayer, el **canal de crecimiento evidente y sostenible para todos los fabricantes**, en especial de marca, constatado no sólo con palabras sino con hechos y números a través del tiempo. Confiamos en que esa confianza mutua y colaboración nos permita seguir creciendo juntos como adalid de la construcción de valor en nuestro sector para todos los agentes de la cadena.

Sin duda, este año 2018 quedará marcado por otro hito sin precedentes en la historia de nuestro grupo. **Nuestra internacionalización se ha reforzado, llegando al mercado italiano** de la mano de una compañía pionera en su país que comparte valores, principios e historia como es el **Gruppo VéGé**, reafirmando nuestro compromiso de **crecer de forma responsable y coherente.**

> *"Nuestra internacionalización se ha reforzado, llegando al mercado italiano de la mano de una compañía pionera en su país que comparte valores, principios e historia como es el Gruppo VéGé*

Con esta nueva alianza nuestro Grupo se convierte en la **primera organización de distribución para el Sur de Europa,** algo ya muy desarrollado por los fabricantes desde hace años, con una red de más de 10.000 puntos de venta en España, Italia y Portugal que nos debe permitir ayudar a **desarrollar el negocio de las marcas y fomentar la capacidad de elección del consumidor** frente a otros modelos de negocio en Europa.

Hemos seguido asistiendo en 2018 a pruebas inequívocas de que nos enfrentamos a un futuro donde los **cambios demográficos, la digitalización y nuevos hábitos de vida** marcarán el destino de muchas empresas y sectores.

Los avances llevados a cabo en la implementación de nuestro **Plan Estratégico 2020** nos están permitiendo acelerar los cambios necesarios para consolidar nuestro liderazgo de la proximidad, en todos los sentidos, y estamos convencidos y comprometidos con un esfuerzo conjunto y solidario que nos debe llevar a continuar nuestro camino hacia el éxito y la excelencia, porque juntos somos mejores.

1

1.1. Historia del Grupo

1.2. Nuestras cifras

1.3. Las tendencias globales a las que nos enfrentamos

1.4. La respuesta es nuestro modelo de negocio

MEMORIA ANUAL 2018

HISTORIA DEL GRUPO

1967

Nace IFA ESPAÑOLA S.A., el viernes 2 de junio de 1967, con un capital social de 2.800.000 pesetas.

1968

IFA ESPAÑOLA abre en Tarrasa **el primer Cash & Carry en España**, a través de su asociado Almacenes Paquer.

1972

La red de Cash & Carry de IFA ESPAÑOLA alcanza su establecimiento número 50.

1976

Lanzamiento de las **marcas propias** CIBÓN, genérica de alimentación, y BAJEL, para conservas de pescado.

1978

IFA ESPAÑOLA lidera el inicio del SUCURSALISMO en España, con un **plan de expansión que desarrolla su canal minorista de venta**, a través de la apertura de supermercados.

Cabrero e Hijos inaugura en Huesca el primer "supermercado descuento" con la enseña ALDI.

1980

IFA ESPAÑOLA recibe el **premio LÍDER ALIMENTACIÓN EUROPEA'80.**

1984

Se define como **imagen de la sociedad** y como eje de comunicación del Grupo la denominación GRUPO IFA.

1987

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

1990

GRUPO IFA es, de nuevo, pionero con la **implantación del Intercambio Electrónico de Datos (EDI)** en la distribución española.

Amplia presencia del Grupo en los medios publicitarios y de comunicación gracias a patrocinios como la Vuelta Ciclista a España y al equipo de baloncesto en la División de Honor.

1992

El Grupo crece aproximadamente un 50% en número de asociados por la **incorporación de la central de compras PENTA.**

1994

La adecuación de la estructura de GRUPO IFA al mercado da un paso decisivo con la integración de las **centrales de compra UNAGRAS y CMD.**

1998

GRUPO IFA supera el **billón de pesetas de facturación.**

2005

GRUPO IFA se incorpora al programa NAOS, del cual forma parte a través de la **Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición AESAN**, apostando por una alimentación sana y natural.

2012

GRUPO IFA recibe la **Placa al Mérito en el Comercio 2012** otorgado por el Ministerio de Economía.

El conjunto de las empresas del Grupo alcanza los **60.000 empleados**.

2013

Comienza la ejecución del **Plan Estratégico del Grupo 2013-16**, bajo la visión de convertirlo en el mejor grupo de la distribución en España.

Lanzamiento del **Proyecto de Marca Propia IFA** y desarrollo de las primeras 1.000 referencias bajo las marcas ELIGES, UNNIA y SABE.

2015

UNIDE se incorpora a GRUPO IFA ofreciendo un importante incremento en la red de establecimientos comerciales.

Se firma la **alianza con la Fundación Gasol** para la construcción y desarrollo de hábitos saludables en la población española.

2016

Sonae MC se adhiere a GRUPO IFA, iniciándose la internacionalización del Grupo y alcanzando una facturación de 16.000 millones de euros.

2017

GRUPO IFA celebra su **50 Aniversario** con sus Asociados, Proveedores y Empleados.

El **Plan de Internacionalización** continúa su avance con la búsqueda de nuevos Asociados que compartan la visión y valores de la Organización.

Se aprueba el Plan estratégico 2020.

2018

GRUPO IFA incorpora a la compañía italiana Gruppo VéGé a su Comité de Compras Internacional. De esta forma, **el proyecto de internacionalización hace que la facturación del Grupo se duplique en tan sólo tres años** y le permite operar como un clúster de distribución para el sur de Europa similar al que emplean los fabricantes.

CIFRAS TOTALES

Cifras totales del Grupo IFA en España, Portugal e Italia en el año 2018

Facturación consolidada	24.361 MILLONES DE €	+ 43,3%	FUENTE: GRUPO IFA
Pago centralizado	5.958 MILLONES DE €	+ 2,4%	FUENTE: GRUPO IFA
Establecimientos	10.210	+ 45,3%	FUENTE: GRUPO IFA
Superficie comercial	6,0 MILLONES DE M²	+ 36,1%	FUENTE: GRUPO IFA
Número de empleados	122.934	+ 18,9%	FUENTE: GRUPO IFA
Cuota de mercado en euros	10,0%	+ 3,1p.	FUENTE: NIELSEN
Cuota de mercado en m²	12,4%	+ 3,3p.	FUENTE: NIELSEN

CIFRAS DEL GRUPO EN ESPAÑA

Cifras totales del Grupo IFA en España en el año 2018

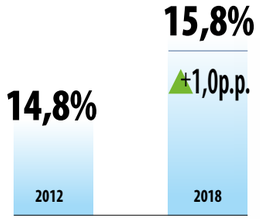
Facturación	12.925 MILLONES DE €	+ 4,6%	FUENTE: GRUPO IFA
Pago centralizado	5.958 MILLONES DE €	+ 2,4%	FUENTE: GRUPO IFA
Establecimientos	6.116	+ 1,2%	FUENTE: GRUPO IFA
Superficie comercial	3,7 MILLONES DE M²	+ 1,8%	FUENTE: GRUPO IFA
Número de empleados	78.924	+ 8,7%	FUENTE: GRUPO IFA
Cuota de mercado en euros	14,1%	+ 0,2p.	FUENTE: NIELSEN
Cuota de mercado en superficie canal minorista	18,5%	+ 0,0p.	FUENTE: ALIMARKET
Cuota de mercado en superficie canal mayorista	30,9%	+ 0,3p.	FUENTE: ALIMARKET

LAS CLAVES DE UN MODELO DE LIDERAZGO

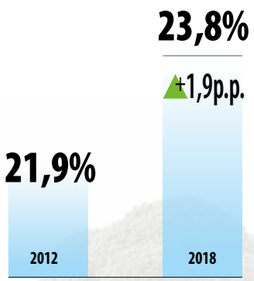
Hemos batido al sector y al canal de forma consistente apoyados en marca de fabricante

Incremento cuota de mercado en supermercados (total España)

FUENTE: NIELSEN



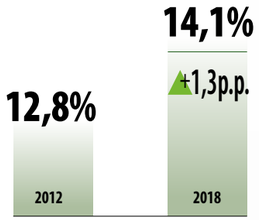
Cuota de mercado total



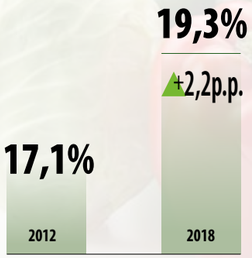
Cuota de mercado marca fabricante

Incremento cuota de mercado en libreservicio (total España)

FUENTE: NIELSEN



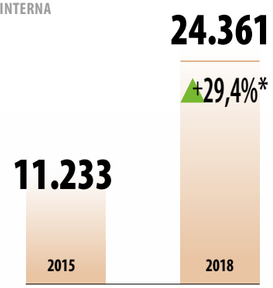
Cuota de mercado total



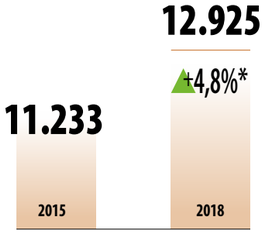
Cuota de mercado marca fabricante

Ventas consolidadas (en mm€)

FUENTE: INTERNA
*CAGR



Global

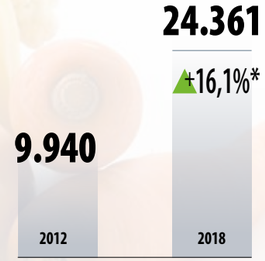


España

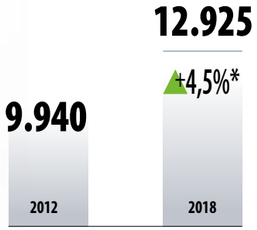
Hemos crecido un 145% global y un 30% en España en los últimos 6 años

Ventas consolidadas de socios (en mm€)

FUENTE: INTERNA
*CAGR



Global



España

LAS TENDENCIAS GLOBALES
A LAS QUE NOS ENFRENTAMOS

Nuestro sector continúa afrontando intensos momentos de cambio que, a pesar de no tener una incidencia masiva en nuestra evolución, sí marcarán los años venideros, y mucho antes de lo que podamos pensar.

La historia de más de 50 años de IFA ofrece innumerables ejemplos de cómo nuestras empresas han sabido anticiparse y adaptarse a las nuevas tendencias, siendo protagonistas tanto de la irrupción de los establecimientos mayoristas como, posteriormente, del fenómeno de los supermercados en España.

"IFA ofrece innumerables ejemplos de cómo nuestras empresas han sabido anticiparse y adaptarse a las nuevas tendencias

Nos enfrentamos a un futuro muy marcado por tres grandes megatendencias, globales y locales, que están relacionadas con la **demografía y la sostenibilidad, los nuevos hábitos y estilos de vida y el impacto de la digitalización** en todos los órdenes. Dichas tendencias condicionarán la evolución de las empresas del sector. Aquellas que no sean capaces de asumir y trabajar con ellas, claramente fracasarán y sus modelos de negocio dejarán de ser exitosos en el largo plazo.

Para el Grupo IFA supone una ventaja competitiva estar donde tanto esfuerzo y tiempo nos ha costado llegar. Ahora podemos ofrecer a nuestros clientes **un parque de establecimientos incomparable en España, que asegura proximidad, cercanía, surtido y capacidad de elección, calidad y servicio en frescos y mayor sostenibilidad gracias a la conveniencia** de realizar nuestra compra diaria sin necesidad de contaminar.

Tendremos que ser capaces de **adaptar nuestras tiendas a las diferentes misiones de compra y segmentos de compradores** para poder satisfacer ese cambio demográfico que unirá en el mismo establecimiento a los seniors y a los millenials. También debemos facilitar la compra y el pago para ser omnicanal, algo que debemos dar por hecho en el futuro próximo. Además, la conveniencia es y será muy relevante en el futuro, por lo que nuestra capacidad de adaptación para ser multiocasión y multicanal será clave. Estamos seguros de que lo conseguiremos.

La digitalización está para quedarse. Es la nueva normalidad que está transformando nuestras vidas e impacta en nuestro estilo de vida y hábitos de compra. Debemos aceptarla y aprovechar las oportunidades que nos ofrece y competir dando nuestra mejor versión, sin olvidar que todos tengamos las mismas reglas de juego.

Las tendencias nos dibujan un consumidor más senior, que quiere cuidarse más y mejor. También está más informado y comprometido con un planeta sostenible, además de empatizar con lo local y lo cercano. Esto es, sin duda, una gran oportunidad para nuestro Grupo por el hecho de que ocupa una posición privilegiada en un sector muy competitivo. Podemos ganar en el futuro como lo hemos hecho en el pasado.

"Debemos facilitar la compra y el pago para ser omnicanal

Al ser la mayor plataforma de oferta comercial en el sur de Europa, tanto en grandes ciudades como pequeños municipios, nos permite **ofrecer a nuestros consumidores esa conveniencia, cercanía y sostenibilidad a través de los más de 10.000 puntos de venta que poseemos en España, Italia y Portugal.**

TENDENCIAS — *Cambios demográficos*

PROXIMIDAD

FUENTE: RETAIL DATA

SOMOS LÍDERES EN:

- MADRID
- BARCELONA
- POBLACIONES CON MENOS DE **20.000 HABITANTES**

TENDENCIAS — *Revolución digital*

CAPACIDAD DE ELECCIÓN

FUENTE: NIELSEN

MARCA FABRICANTE

MARCA DISTRIBUIDOR

79% IFA

58% MEDIA MERCADO

TENDENCIAS — *Salud & bienestar*

FRESCOS

FUENTE: GRUPO IFA

LOS FRESCOS SUPONEN UN

44%

DEL TOTAL
DE NUESTRAS VENTAS

LA RESPUESTA ES NUESTRO MODELO DE NEGOCIO

2

2.1. Gestión comercial de la marca del fabricante

2.2. La estrategia de marca propia

2.3. Desarrollo internacional

MEMORIA ANUAL 2018

650 campañas comerciales en colaboración con 190 proveedores

Más de 500 proveedores

UNA NUEVA DIRECCIÓN COMERCIAL

PARA REFORZAR NUESTRA ALIANZA CON LOS FABRICANTES

En 2018 hemos creado una nueva dirección comercial que integra tanto la marca de fabricante como la marca propia. Esto nos permite **trabajar junto a nuestros socios con una visión global de categoría.** Ahora podemos realizar acciones más verticales con los principales fabricantes en aquellas áreas de cada categoría donde identifiquemos una necesidad u oportunidad.

Estas palancas ofrecen a nuestros proveedores **la mayor plataforma comercial de nuestro país para la marca de fabricante.** Apoyamos su crecimiento de manera decidida al impulsar sus lanzamientos comerciales clave. También damos soporte a la ejecución de sus programas de innovación y desplegamos de manera conjunta iniciativas promocionales enfocadas a las preferencias de los consumidores.

De cara a los socios, hemos creado herramientas de gestión y de Business Intelligence que nos permiten analizar las tendencias del consumo y adaptarnos a ellas de manera más ágil y precisa. Seguimos mejorando la segmentación de la oferta comercial con la incorporación paulatina del análisis masivo de datos (Big Data) y nuevas tecnologías. Con ello, podemos **ofrecer canales de comunicación y venta personalizados a nuestros clientes,** a quienes debemos conocer cada día mejor para que nuestros equipos de gestores de categoría construyan propuestas comerciales de valor para ellos.

Desde esta nueva área comercial seguiremos desarrollando y ampliando el surtido que mejor se adapte a los hábitos de consumo y preferencias del cliente. De esta forma, garantizamos a nuestros socios la mejora continua de su participación en el mercado, con rentabilidad.

CONOCIMIENTO DE MERCADO

&

GESTIÓN INTEGRADA DE PROVEEDORES

=

Cuota de mercado sobre envasados **15,4%**

Cuota de mercado sobre envasados de marca fabricante **23,8%**

FUENTE: NIELSEN SUPERMERCADOS

EL MEJOR COMPLEMENTO

PARA LAS GAMAS DE FABRICANTE

Nuestra marca propia cumple cinco años de existencia en 2018. Nació con el propósito de dotar a nuestros asociados de una herramienta que les ayudase a competir mejor y les permitiese ofrecer una alternativa más a los consumidores, convirtiéndose en el complemento perfecto a las marcas líderes de fabricante.

En 2018 hemos abordado nuevos productos que ayudan a complementar las gamas de fabricante en los lineales de nuestros socios, dando mayor posibilidad de elección a nuestros clientes. El mayor ejemplo es **KADŌ, una nueva marca de cosmética** que vio la luz en mayo de 2018. Esta marca **ha ayudado a potenciar la categoría de cosmética y cuidado personal en un segmento de marca propia en el que IFA no estaba presente.**

"Continuamos nuestro modelo de negociación ibérica conjunta con Sonae MC, al que ahora se le añade la oportunidad que supone nuestra alianza con los italianos Gruppo VéGé

La internacionalización del Grupo sigue siendo un foco para nuestro proyecto de marca propia. Continuamos nuestro modelo de negociación ibérica conjunta con Sonae MC, al que ahora se le añade la oportunidad que supone nuestra alianza con los italianos Gruppo VéGé. La entrada en el mercado italiano permite llevar a cabo mejores negociaciones y añadir más familias al proyecto.

Nuestro departamento de marca propia ha seguido creciendo en recursos a lo largo de 2018, reforzando tanto el área Comercial como el de Calidad, con el objetivo de mejorar nuestro servicio al asociado, así como la calidad y la competitividad de nuestros productos. Para ello contamos con Apolo, nuestro sistema de gestión integral de marca propia. Con él logramos una gestión más centralizada de nuestras marcas en el seguimiento y control de calidad, que además cuenta con la intervención de todos los proveedores, asociados y Central, consiguiendo un sistema de gestión 360.

Nuestros equipos continúan trabajando de forma comprometida en los principales **foros y asociaciones que velan por la sostenibilidad y la seguridad alimentaria.** Buen ejemplo de ello es nuestra participación activa en programas como el **plan de prevención sectorial de Ecoembes y el plan de la AECOSAN de colaboración para la mejora en la composición de los alimentos y bebidas 2017-2020.**

MARCA PROPIA EN 2018

Volumen de compras: **550** MILLONES DE €

Oferta de cerca de: **2.000** PRODUCTOS

CONSOLIDAMOS NUESTRA INTERNACIONALIZACIÓN ENTRANDO EN EL MERCADO ITALIANO

Nuestro desarrollo Internacional, iniciado con la integración del líder de la distribución portuguesa Sonae MC, se consolida en 2018 con la entrada de un nuevo socio italiano: Gruppo VéGé. Esta **nueva incorporación al Comité de Compras Internacional refuerza el camino marcado por el Plan Estratégico 2020** con el que nuestro Consejo de Administración decidió iniciar este nuevo proyecto.

En 2018, nuestro programa Internacional se convierte en una oportunidad para cualquier proveedor que quiera desarrollarse en este clúster para el Sur de Europa. Todo ello, con la defensa de un modelo local como elemento diferenciador.

Hemos ido incorporando a este programa nuevos proveedores internacionales con los que buscamos trabajar de manera más estrecha mediante **planes conjuntos que contribuyan al crecimiento sostenible de sus marcas.** Con ello dotamos de competitividad y diferenciación a nuestros asociados y de satisfacción y beneficio a nuestros clientes.

Asimismo, a finales de 2018, reforzamos la estructura de IFA creando una Dirección Internacional independiente bajo la responsabilidad de nuestra Dirección General. Se trata de un nuevo paso que demuestra el compromiso y confianza depositada en este programa, cuyo objetivo final es **defender un modelo frente a otros más restrictivos en cuanto a surtidos, variedad e innovación.**

Queremos **convertirnos en la opción favorita de nuestros proveedores,** respondiendo a un entorno en el que la competitividad es clave para afrontar la globalización del mercado y los incesantes desafíos económicos, sociales y medioambientales.

VALORES DE LAS COMPAÑÍAS QUE INTEGRAN EL PROGRAMA INTERNACIONAL

- *Conocimiento y adaptación a las necesidades del cliente*
- *Apoyo y desarrollo de las marcas de fabricante, generadoras de innovación*
- *Defensa de un modelo local*

UN CLÚSTER PARA EL SUR DE EUROPA

Facturación consolidada

24.361 MILLONES DE €

FUENTE: GRUPO IFA

Establecimientos

10.210

FUENTE: GRUPO IFA

Superficie comercial

6 MILLONES DE M²

FUENTE: GRUPO IFA

Ranking

TOP 14 DE EUROPA

ELABORACIÓN INTERNA. FUENTE: DELOITTE GLOBAL POWERS OF RETAILING (A FEBRERO DE 2018)

3

3.1. Servicios de mejora de eficiencia y gestión de costes

3.2. La transformación digital

3.3. El modelo de pago centralizado

3.4. Nuestros resultados en 2018

3.5. Ejecutando el plan estratégico 2020

3.6. Responsabilidad social corporativa

MEMORIA ANUAL 2018

APOSTANDO POR LA SOSTENIBILIDAD A TRAVÉS DE LA EFICIENCIA

En el Grupo IFA tenemos el objetivo de conseguir la máxima competitividad para nuestros asociados, generando valor de forma centralizada y apostando por la sostenibilidad en todos los ámbitos que nos competen. El resultado de este arduo trabajo es que el **97% de los asociados del Grupo están adheridos a los acuerdos de compra negociados por IFA,** siendo el año con mayor índice de colaboración.

2018 ha sido especialmente complicado en lo que a los precios de la energía se refiere. La volatilidad e incertidumbre en los mercados, así como los compromisos de convergencia en materias de sostenibilidad, ha hecho que los precios se situasen en niveles muy altos de forma continua. No obstante, a pesar del escenario complejo, hemos profundizado en fórmulas de contratación más complejas, apoyados por el equipo de trabajo de energía, para buscar alternativas que minimizasen el impacto de la subida de costes. Por este motivo, también hemos mantenido contactos con la Secretaría de Estado para la Energía del Ministerio de Transición Ecológica para buscar soluciones novedosas y crear un escenario de colaboración permanente.

Firma del acuerdo con Nissan.

Por otro lado, a finales de año cerramos un acuerdo con el fabricante de automóviles Nissan para desarrollar la movilidad sostenible y la eficiencia energética entre nuestros asociados. Este acuerdo va a permitir la implantación de espacios de recarga públicos y universales para vehículos eléctricos en los aparcamientos de los establecimientos.

Asimismo, en el ámbito logístico constituimos un **equipo de trabajo con 7 asociados que tiene como objetivo la optimización de costes de transporte entre el proveedor y los almacenes** de los asociados del grupo. Gracias a los proveedores y asociados que han colaborado en el análisis de costes, aportando sus datos de forma transparente, hemos podido llegar a la conclusión que la captura de ahorros en base al incremento de eficiencia logística es un hecho.

Seguimos trabajando en nuevos desarrollos que nos permitan adelantarnos a la necesaria **evolución de materiales sostenibles y formas distintas de realizar procesos**. Para ello, estamos colaborando intensamente en varios **foros de trabajo y regulación de AECOC, ASEDAS y Ecoembes.**

PRINCIPALES CIFRAS DEL ÁREA DE OPERACIONES:

Plataforma logística de baja rotación:

+20% SOBRE EL VOLUMEN ESPERADO

Mesa de compras:

MÁS DE **350** REFERENCIAS ACTIVAS. MEJORA DEL **12%**

Equipamiento y suministros:

42 NUEVOS ACUERDOS, APORTANDO CASI **1,5** MILLONES DE € A LOS ASOCIADOS

ACOMPAÑANDO A NUESTROS SOCIOS EN SU TRANSFORMACIÓN DIGITAL

La digitalización de las actividades empresariales, especialmente en el retail, ha venido a enriquecer la experiencia del consumidor a la hora de relacionarse con el acto de compra. Actualmente, la interacción con nuestros clientes no tiene fronteras, abarca desde antes de que el consumidor entre en uno de nuestros establecimientos y se extiende después de que lo abandone. Hablamos de una omnicanalidad que derriba las fronteras entre lo físico y lo virtual para poner la relación con nuestros clientes en el centro, independientemente del canal.

También ha variado la relación con nuestros proveedores. Ahora compartimos información a lo largo de la cadena de suministro apoyados en las capacidades que las nuevas tecnologías nos ofrecen. Esto supone una serie de **mejoras operativas que simplifican los procesos, reducen errores y ayudan a la toma de decisiones.**

En el Grupo IFA **cada uno de los asociados del grupo aborda su proceso de transformación digital con una identidad propia**, lo que enriquece la propuesta diferencial que termina llegando a los consumidores. En este proceso, los apoyamos de forma personalizada en aquellos aspectos en los que se puedan producir sinergias para abordar iniciativas conjuntas.

Durante el año 2018, hemos elaborado la **Estructura Digital Básica**, con la participación de todos los asociados. Se trata de un **marco de referencia que define más de 40 iniciativas que vendrían a conformar un catálogo de servicios que dotan de estructura al proceso de transformación de cada asociado.** Esta herramienta ha servido para planificar y analizar un proceso complejo de acompasar si tenemos en cuenta las múltiples variables que cada compañía debe considerar en su proceso de evolución. Con la Estructura Digital Básica identificamos proyectos e iniciativas a la medida de cada asociado de una forma totalmente personalizable.

Fruto de los trabajos de desarrollo de la Estructura Digital Básica, en 2018 hemos abordado un **ambicioso proyecto de Ciberseguridad** que ofrece hasta nueve servicios diferentes, que cada asociado selecciona en función de sus preferencias y necesidades.

La Ciberseguridad requiere de un altísimo nivel de implicación, conocimiento y proactividad. Este proyecto viene a dotar a todo el colectivo de asociados de las mejores capacidades y recursos técnicos y humanos para salvaguardar la operación de las compañías, su reputación online y la protección de los activos tecnológicos incluyendo los datos que son manejados para ofrecer el mejor servicio a clientes y proveedores.

ESTRUCTURA DIGITAL BÁSICA

Personalizable y acompasada al proceso de transformación de cada asociado

Catálogo de servicios al asociado con más de 40 iniciativas

Nuevo proyecto de Ciberseguridad con 9 servicios diferentes

UNA GESTIÓN TRANSPARENTE
Y MÁS EFICIENTE QUE REDUCE COSTES

La gestión de Pago Centralizado es una de las herramientas fundamentales para ejecutar los procesos operativos de IFA Retail de manera eficaz y eficiente, reduciendo los costes de transacción tanto para asociados como para proveedores. A través del mecanismo de centralización de los procesos de recepción, validación y liquidación de facturas, **garantizamos un único pago al proveedor para todas las compras de los asociados, plazos de pago estables, predecibles y acordes con la normativa,** así como una gestión eficiente, transparente y homogénea de liquidaciones, cargos, abonos e incidencias.

En 2018, hemos continuado desarrollando los proyectos para optimizar nuestros procesos de gestión administrativa, con el objetivo de **estandarizar los mecanismos de intercambio de información con asociados y proveedores, y mejorar el grado de digitalización y automatización de las herramientas tecnológicas utilizadas** para la gestión del negocio. De esta manera, la Central persigue ganar en eficiencia en su operativa diaria, optimizar los costes y tiempos de respuesta, y reducir errores. En paralelo, las áreas de finanzas, sistemas y tecnología han trabajado conjuntamente en **proyectos orientados a aumentar el catálogo de información de negocio disponible**, mejorar la periodicidad de su actualización y garantizar su calidad. Todo ello, con el objetivo de disponer de información en tiempo real que sea útil como base del análisis de la evolución del negocio.

Disponer de información más precisa de los resultados nos está permitiendo desarrollar todo el potencial de la plataforma de inteligencia de negocio del Grupo, **combinando los datos internos que genera la actividad con fuentes de información externas** que permiten enriquecer la toma de decisiones con un mejor conocimiento sectorial.

En lo que respecta a los canales de comunicación con asociados, hemos ejecutado acciones de mantenimiento y mejora continua del Portal del Asociado. A través de un acceso securizado, **cada uno de los asociados tiene a su disposición un repositorio individualizado de información que facilita la gestión sistematizada** de toda la documentación y reportes acreditativos de su actividad operativa con la Central, así como de los proveedores centralizados.

En relación a la gestión de cobros y pagos a proveedores, hemos avanzado en la puesta en producción del proceso de automatización de las liquidaciones del plan promocional anual. La eliminación de los tratamientos manuales de información permite agilizar el ciclo de liquidación económica de cada una de las promociones y reducir el número de regularizaciones.

GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA CENTRAL

4,2 millones de facturas gestionadas

Pagos de 5.958 millones de euros

650 acciones promocionales con más de 190 proveedores

Descuentos adicionales en 4.694 artículos en promoción

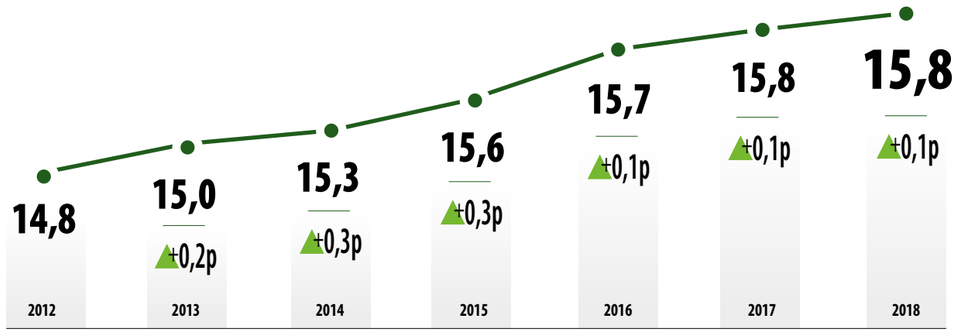
UNOS RESULTADOS ECONÓMICOS

QUE MUESTRAN EL LIDERAZGO DE UN MODELO

En 2018, IFA Retail ha consolidado la tendencia positiva de su negocio tanto desde un punto de vista comercial como financiero. La compañía ha sido capaz de combinar el aumento de su cuota de mercado, invirtiendo en un modelo comercial diferencial que continúa ganando peso en un entorno fuertemente competitivo. Hemos logrado unos resultados económicos sólidos caracterizados por el crecimiento y la rentabilidad.

En los últimos doce meses, **la participación de mercado del conjunto de nuestros asociados se ha incrementado en 10 puntos básicos hasta situarse en el 15,8% del canal de supermercados,** de acuerdo al estudio de la consultora independiente Nielsen. El fortalecimiento de la posición competitiva es la evidencia del éxito de nuestro modelo de negocio, que se caracteriza por el apoyo decidido en defensa de las marcas, la apuesta por la innovación, y una oferta comercial al cliente final basada en la proximidad, los frescos, la variedad del surtido, la calidad del producto y el servicio personalizado. En este sentido, **la cuota de mercado en el mismo canal en marca de fabricante, una de nuestras señas de identidad, ha crecido hasta el 23,8%**, aumentando 30 puntos básicos en el periodo enero-diciembre 2018. Cabe destacar que el peso del Grupo en las ventas de la marca del fabricante en el mercado español de supermercados ha crecido 1,4 puntos en los últimos cinco años, permitiendo que IFA se constituya como **el mejor aliado de los fabricantes para el desarrollo de sus marcas en España.** Por ello, hemos mantenido el foco en potenciar los ámbitos de colaboración comercial con los fabricantes, garantizando el desarrollo de categorías emergentes mediante la innovación de productos, la ejecución de iniciativas verticales y un mayor alineamiento con nuestros proveedores, para apoyar la capacidad de adaptación de la oferta comercial de nuestros asociados a las tendencias actuales de consumo.

> *"2018 ha permitido consolidar nuestra posición como uno de los principales empleadores nacionales, habiendo creado más de 6.317 nuevos puestos de trabajo, cerrando el ejercicio con una base consolidada de 78.924 trabajadores*



Evolución de cuota de mercado sobre **Supermercados** *(total España)*

FUENTE: NIELSEN

Además, el Grupo ha continuado invirtiendo para aumentar la capilaridad de su oferta. A cierre de 2018, contábamos con **6.116 puntos de venta en España y una superficie de sala de venta de 3,7 millones de metros cuadrados,** registrando un crecimiento interanual en ambas magnitudes en el rango del 1% al 2%. De esta manera, el Grupo IFA se constituye como el principal operador por superficie comercial con una cuota del 18,5%, liderando el ritmo de aperturas del sector en el pasado ejercicio.

La solidez de la posición comercial del Grupo se ha traducido en unos **ingresos consolidados de 12.925 millones de euros, equivalente a un crecimiento interanual del 4,6%**, cuya base ha residido en el aumento de las ventas a superficie comparable del 2,8% en el negocio minorista.

Este crecimiento no se ha producido en detrimento de la rentabilidad de las operaciones, con unos márgenes de explotación que se han mantenido firmes en los úl-

timos doce meses. La ejecución de proyectos de eficiencia y optimización de costes liderados por la Central han permitido capturar sinergias, principalmente en aprovisionamientos, tanto de productos de gran consumo como de productos consumibles y materiales auxiliares. También en gasto logístico, mediante el progreso de nuestra plataforma de consolidación para referencias de baja rotación, contribuyendo positivamente a la estabilidad de los márgenes de las operaciones.

El desarrollo del negocio en 2018 ha permitido consolidar nuestra **posición como uno de los principales empleadores nacionales, habiendo creado más de 6.317 nuevos puestos de trabajo,** cerrando el ejercicio con una base consolidada de 78.924 trabajadores.

En relación a los resultados específicos de IFA como Central de compras y servicios, la compañía ha gestionado pagos a proveedores por importe de 5.958 millones de euros,

"El Grupo IFA se constituye como el principal operador por superficie comercial en España con una cuota del 18,5%, liderando el ritmo de aperturas del sector en 2018

un 2,4% más que en el ejercicio del año 2017.

Por último, 2018 ha permitido al Grupo IFA dar un paso más en su ambición de desarrollar un proyecto internacional que permita estructurar la mejor plataforma para el crecimiento y desarrollo de los fabricantes, tras la adhesión efectiva del Gruppo VéGé, una de las compañías de distribución de alimentación de referencia en Italia. Tras esta incorporación, que se une al acuerdo de asociación con Sonae MC, líder de la distribución en Portugal, el Grupo IFA ha logrado constituir una plataforma de crecimiento única en el sur de Europa, con una superficie comercial de distribución alimentaria de 6 millones de metros cuadrados comerciales a través de sus más de 10.200 establecimientos en España, Portugal e Italia. Esta plataforma supera los 24.360 millones de euros en términos de facturación bruta total, registrando un crecimiento interanual del 5,0% a perímetro constante.

Cuotas de mercado en superficie (m²)

FUENTE: RETAIL DATA

Principales cuotas de mercado provinciales sobre superficie comercial en el universo de la distribución organizada (de base alimentaria) a 31-12-2018.

RESULTADOS 2018

Venta por canales

Canal minorista	**11.029** MILLONES DE €	10.501 MILLONES DE € EN 2017	+5,0%	85,3% % SOBRE EL TOTAL
Canal mayorista	**1.896** MILLONES DE €	1.854 MILLONES DE € EN 2017	+2,3%	14,7% % SOBRE EL TOTAL

FUENTE: GRUPO IFA

Volumen de negocio consolidado

España	**12.925** MILLONES DE €	12.355 MILLONES DE € EN 2017	+4,6%
Iberia + Italia	**24.361** MILLONES DE €	17.001 MILLONES DE € EN 2017	+43,3%

FUENTE: GRUPO IFA

Grupo IFA Retail

Volumen de pago centralizado	**5.958** MILLONES DE €	5.817 MILLONES DE € EN 2017	+2,4%
Cifra de negocio (importe neto)	**765** MILLONES DE €	732 MILLONES DE € EN 2017	+5,8%

FUENTE: GRUPO IFA

Cuotas de mercado España (Libreservicio)

Total	14,1%	+0,2p
Frescos	15,6%	+0,0p
Envasados	13,6%	+0,2p
Marca fabricante	19,3%	+0,5p

FUENTE: NIELSEN

EJECUTANDO EL PLAN ESTRATÉGICO 2020

El año 2018 ha supuesto la primera fase de la implementación del Plan Estratégico 2020, tras la celebración en 2017 de nuestro 50 aniversario y la aprobación de dicho plan. Como anticipamos hace un año, estamos ante un ambicioso plan que nos debe conducir a convertirnos, en aquellos casos donde no lo seamos ya, en **la primera opción de los fabricantes para construir juntos mayor valor a través de la mejora de competitividad de nuestras empresas y dando mejor servicio al cliente.**

Este plan ha dotado **al Grupo de una mayor verticalidad como operador en el sector.** A lo largo de 2018, se han empezado a desarrollar muchas iniciativas en **colaboración con los fabricantes, todas ellas orientadas al crecimiento de las categorías** tanto en volumen como en valor. Ya hay fabricantes muy relevantes convencidos y comprometidos con esta promesa de ser la primera opción, comprobando de primera mano la verticalidad que logramos cuando las iniciativas son buenas.

"En 2018 se han empezado a desarrollar muchas iniciativas en colaboración con los fabricantes, todas ellas orientadas al crecimiento de las categorías tanto en volumen como en valor

En 2018 se ha avanzado en proyectos de verticalización y unión de fuerzas en las **áreas operativas**, con significativos progresos en el **área logística, donde las plataformas de baja rotación y nuestro plan director** han tomado velocidad de crucero. Asimismo, los desarrollos en los proyectos de compras de consumibles, energía, suministros y otros se han acelerado notablemente.

La apuesta por **impulsar la eficiencia de nuestros socios contribuyendo a reducir sus costes tanto en compras de bienes y servicios como en la optimización de áreas como la logística**, es necesariamente un foco clave a futuro donde la reducción del coste de hacer negocio no es algo interesante sino obligatorio en el sector.

Sin duda, en plena **transformación digital** del sector, no sería lógico olvidar la importancia de acompasar

dicha transformación entre nuestros asociados. Para ello, desde el Grupo se han puesto en marcha proyectos conjuntos en este ámbito que irán conformando un **centro de competencia digital** que irá alumbrando nuevos proyectos a lo largo de los próximos meses.

Por último, no podemos dejar de destacar el hito histórico que ha supuesto la creación de un **grupo de distribución líder para el Sur de Europa,** hasta ahora inédito, de la mano de nuestro nuevo socio italiano Gruppo VéGé, que permite ampliar nuestras fronteras con el mercado italiano. Dicha alianza sitúa al Grupo IFA con una **facturación consolidada de más de 24.000 millones de euros, doblando esta cifra en apenas 3 años,** ofreciendo al fabricante un parque de más de 10.000 establecimientos en dicho perímetro. Con ello consolidamos nuestra apuesta por la internacionalización con el fin de **defender la capacidad de elección de los consumidores junto a las marcas** y frente a otros modelos de negocio en Europa.

"Queremos defender la capacidad de elección de los consumidores junto a las marcas y frente a otros modelos de negocio en Europa

NUESTRAS MARCAS Y COMUNICACIÓN AL CONSUMIDOR

En 2018, nuestra comunicación con el consumidor ha tenido dos hitos importantes a lo largo del año. En mayo y en noviembre realizamos nuestra **promoción MuyBienEstar.** Con ella, los consumidores podían acceder a regalos de experiencias, así como a participar en el sorteo de viajes con asistencia a los más prestigiosos espectáculos para dos personas. En total, **hemos repartido casi 20.000 experiencias de Salud, Disfrute y Bienestar entre nuestros consumidores y hemos sorteado 100 viajes** para dos personas.

En un momento en el que la sociedad sigue haciendo esfuerzos económicos por llegar a fin de mes, **ofrecer "momentos de ocio y disfrute" es una manera de evidenciar nuestro compromiso de cercanía con los consumidores.**

Por otro lado, **nuestra actividad en el entorno online** ha seguido avanzando, con objeto de potenciar nuestras relaciones con los consumidores. Día a día sumamos seguidores a nuestros canales y damos respuesta a sus inquietudes. Nuestros perfiles en redes sociales nos permiten atender con agilidad las dudas y comentarios que nuestros consumidores puedan tener.

Asimismo, en nuestra página web dirigida al consumidor www.haycosasmuynuestras.com, ofrecemos contenidos de interés vinculados con el mundo de la alimentación, incluyendo recetas de aprovechamiento y otras curiosidades. Esta página también nos sirve para mantener informados a los consumidores sobre nuestras actuaciones promocionales.

NUESTRO COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

En el Grupo IFA estamos **comprometidos** con nuestra creencia de que **UN MUNDO MEJOR ES POSIBLE.** Sabemos que todos podemos contribuir en algo para conseguirlo Por eso, nuestra estrategia de Responsabilidad Social está articulada en torno a esta creencia.

Nuestra posición como líder de la Distribución y **la capilaridad de nuestros establecimientos en el tejido social nos permite tener un acceso fácil a las familias españolas.** Y lo aprovechamos para fomentar **el establecimiento y desarrollo de hábitos de vida saludables en la población.**

"En 2018 hemos renovado nuestra alianza con la Fundación Gasol

Por este motivo, en 2018 hemos renovado nuestra alianza con la Fundación Gasol, encaminada a crear y desarrollar hábitos de vida saludable a través de la alimentación, el deporte y la salud psicológica. Todo ello con acciones didácticas y de formación en la población infantil y juvenil, como elementos sobre los que pivota la introducción y desarrollo de nuevas pautas de conducta más saludables.

Dentro de este contexto, hemos lanzado una nueva edición de **nuestros famosos Súper Saludables,** unos súper héroes que **vienen a dar consejos sobre alimentación saludable y a "combatir" y "desactivar" malas prácticas**, mediante el juego, entre la población infantil española. Esta promoción en tiendas tuvo lugar entre los meses de septiembre y octubre y, a través de ella, se podían conseguir los peluches de nuestros héroes, cromos, cartas con consejos y un álbum contenedor de la colección. Este año **hemos repartido 52.405 álbumes, 125.364 peluches y 14.270.000 sobres de cromos.**

IFA, por su posicionamiento y valores, está legitimado para fomentar estilos de vida más saludables y,

para ello, aprovechamos nuestros más de **6.000 puntos de venta para acercarnos a las familias españolas.** Cabe destacar que más de la mitad de los hogares españoles son clientes nuestros.

En esta misma línea de trabajo, **colaboramos con Fundal,** la prestigiosa fundación orientada al deporte con sede social en Alcobendas, municipio en el que nosotros también tenemos nuestra sede social. Con Fundal desarrollamos actividades deportivas y también didácticas, como el taller de Alimentación Saludable que desarrollan en otoño con los colegios del municipio.

Junto a Fundal también hemos iniciado unas **jornadas de formación de estilos de vida saludables con las escuelas deportivas del Ayuntamiento de Alcobendas,** contando con la experiencia didáctica de Fundación Gasol. Durante noviembre y diciembre organizamos unos talleres en los que contamos **con la presencia del jugador de baloncesto Felipe Reyes,** como modelo prescriptor del argumentario saludable.

Además, sabemos que un estilo de vida saludable se relaciona directamente con la práctica deportiva. Por eso contribuimos en eventos deportivos de participación ciudadana.

Esta importante tarea, que comenzamos en 2015 y que se desarrollará en los próximos años, no ha hecho que perdamos el foco en otras áreas que nos siguen pareciendo de suma importancia. Por eso continuamos trabajando en la **construcción de un empleo estable.** El incremento de los puestos de trabajo que ofrecemos es uno de nuestros objetivos; pero también lo es la calidad y estabilidad que ofrecemos en ellos. **Nuestros casi 79.000 empleados en España son para nosotros mucho más que un simple número.** La atención personalizada en nuestros establecimientos y la cercanía con el consumidor hace que el número y la calidad de nuestros empleados superen las estadísticas habituales

y su cualificación atienda a los niveles más altos.

Por otro lado, nuestra implicación en los municipios y localidades de todo el país nos lleva a contribuir en acciones culturales y deportivas locales y regionales a través de nuestros asociados. Estamos comprometidos con las sociedades que nos acogen y queremos devolverles parte de lo que nos ofrecen. Por este motivo, colaboramos con nuestros asociados de manera permanente y solidaria con organizaciones de fuerte implicación social como Unicef, Cruz Roja, Banco de Alimentos, Oxfam, Feafes, FAO, etc.

Finalmente, seguimos avanzando en nuestro compromiso con el medio ambiente. En 2018 **hemos firmado un acuerdo con el fabricante de automóviles Nissan para desarrollar la movilidad sostenible y la eficiencia energética entre los asociados de IFA.**

NUESTRA PRESENCIA INSTITUCIONAL

Estamos presentes, entre otras, en las siguientes organizaciones e instituciones:

CEOE	AECOC	ASEDAS	Instituto Internacional San Telmo
Comité Ejecutivo de CEOE (en representación de ASEDAS)	Consejo Directivo de AECOC	Vicepresidencia de ASEDAS	Consejo Asesor Instituto Internacional San Telmo

4

4.1. Misión, visión y valores

4. 2. Órganos de Gobierno

4. 3. Equipo Directivo

4. 4. Comprometidos con el buen gobierno

4.5. Directorio de asociados

4.6. Datos económicos ifa retail s.a.

4.7. Informe de auditoría

MEMORIA ANUAL 2018

MISIÓN

Tres rasgos definen nuestro carácter

Estamos comprometidos con la búsqueda de la **EXCELENCIA** porque solo de esta manera nos ganamos día a día la confianza de nuestros clientes. Apostamos decididamente por la **INNOVACIÓN** en toda la Cadena de Valor, potenciando en todo momento la libre elección del consumidor.

Tenemos un espíritu conciliador que busca el **EQUILIBRIO** entre la autonomía de nuestros miembros y nuestro proyecto común, y que hace compatible la convivencia de proveedores locales, nacionales e internacionales.

Nuestra aspiración

El objetivo del Grupo IFA es **convertirse en el mejor grupo de distribución en España** constituido por Asociados, todos ellos empresas de referencia en sus regiones, arropados por una central líder en el desarrollo de servicios, innovación y valor añadido para todos los elementos de la cadena.

Hemos emprendido un camino ambicioso de transformación de la central de compras en un **verdadero grupo de distribución** que operará en aquellas áreas donde juntos aportemos más valor, sin perder los elementos que hacen únicas a las empresas del Grupo.

Nuestro fin último es llegar a ser un verdadero agente del cambio en un sector necesitado de impulso y equilibrio, con la vista puesta en la **creación de valor y la búsqueda de crecimiento y empleo** en nuestro mercado.

VISIÓN

VALORES

Cercanía

Nuestros puntos de venta repartidos por toda la geografía expresan bien este valor, ya que nos permiten **estar siempre cerca de nuestros clientes**, tanto en grandes ciudades como en pequeñas poblaciones. Esta cercanía se completa con un **profundo entendimiento del consumidor**, sus necesidades y deseos, reflejándose, también, en los acuerdos del Grupo IFA con los proveedores locales, especialmente en productos frescos.

La solidez del Grupo permite compatibilizar la autonomía y gestión independiente de nuestras empresas asociadas con un **proyecto de cohesión que favorece al conjunto.** Además, sabemos mantener el equilibrio entre proveedores locales y nacionales para ofrecer una **mayor libertad de compra al consumidor.**

Equilibrio

Llevamos 50 años esforzándonos en cumplir con las exigencias del mercado de la mano de los **proveedores y marcas que mejor satisfacen los estándares de calidad de nuestros clientes**. En nuestros establecimientos prevalecen los productos frescos, garantía de una materia prima de máxima calidad y resultado de nuestra intensa actividad en las mejores lonjas para encontrar el pescado más fresco, en los mercados locales para conseguir las frutas y verduras recién recolectadas, y en las explotaciones ganaderas más prestigiosas de cada región.

Calidad

Variedad

En nuestra apuesta por atender todas las necesidades, tenemos una **oferta universal** en la que cabe la más amplia gama de referencias, fabricantes y precios, que incluye desde los productos más innovadores de las grandes marcas hasta nuestra marca propia. Esto es clave para conseguir la **máxima satisfacción en una experiencia de compra**, porque creemos firmemente en la libre elección que permita satisfacer todos los gustos y necesidades de nuestros clientes.

Confianza

Uno de los valores que subyacen a las relaciones más auténticas y duraderas, que trabajamos día a día desde la cercanía de nuestro trato y la **calidad de nuestra oferta** y que determina que Clientes, Proveedores y Asociados confíen en el **modelo de éxito del Grupo IFA.**

Nuestros puntos de venta son de todos los tamaños, desde tiendas de conveniencia a grandes superficies, **en pequeñas localidades y en grandes ciudades**. Tenemos proveedores internacionales, nacionales y locales. Porque lo que nos define no es el origen ni el tamaño, sino **una manera común de ser** y de entender nuestro trabajo.

Versatilidad

La innovación siempre ha estado presente en el ADN del Grupo IFA. Fuimos **los primeros en desarrollar el fenómeno del Cash & Carry** y del Sucursalismo en España, así como pioneros en el uso de lectores de códigos de barras y la implantación del sistema EDI.

Desde nuestros orígenes, apoyamos los esfuerzos de los proveedores por **aportar valor a las diferentes categorías** mediante la innovación y trabajamos para desarrollar un modelo de distribución que satisfaga las expectativas de las actuales y próximas generaciones.

Innovación

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

A 31 DE DICIEMBRE DE 2018

D. Alejandro Fernández González
ALIMERKA S. A.
CONSEJERO

D. Joan Font i Fabregó
BON PREU S. A. U.
CONSEJERO

Dª Manuela Bella Díaz Orta
CASH LEPE S. L.
CONSEJERA

Dª María Pilar Condal Bargos
CONDIS SUPERMERCATS, S.A.
CONSEJERA

D. José Abraham Domínguez Santana
DINOSOL SUPERMERCADOS S. L.
CONSEJERO

D. Jerónimo Martín Rodríguez
GRUPO HERMANOS MARTÍN S. A.
CONSEJERO

El Consejo de Administración está constituido por 14 Consejeros y un Secretario no Consejero. Cuenta con un Presidente y un Vicepresidente, que a su vez son Consejeros Delegados, y con un Consejero Delegado

D. Roberto Tojeiro Rodríguez
GADISA RETAIL, S.L.U.
PRESIDENTE Y CONSEJERO DELEGADO

D. Ángel Fernández de Barrena Villagarcía
UNIALCO S. L.
VICEPRESIDENTE Y CONSEJERO DELEGADO

D. Eduardo Serrano Vallejo
AHORRAMAS S. A.
CONSEJERO DELEGADO

D. Francisco Javier de Asís y Garrote
SECRETARIO DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
(NO CONSEJERO)

D. Josep Saperas Vergara
HD COVALCO S. L.
CONSEJERO

D. Gregorio Gilarranz Sánchez
HIPER USERA, S.L.
CONSEJERO

D. Luis Mesquita Soares Moutinho
MODELO CONTINENTE HIPERMERCADOS, S.A.
CONSEJERO

D. Rafael Ruíz Alonso
TEÓGENES RUÍZ S. L.
CONSEJERO

D. Juan Antonio Gómez Pérez
UNAGRAS S. A.
CONSEJERO

COMITÉ DE COMPRAS CENTRALIZADAS

A 31 DE DICIEMBRE DE 2018

D. Miguel Rodríguez López
AHORRAMAS S. A.

D. Álvaro Fernández - Fournier
ALIMERKA S. A.

D. Joan Sabartes i Pardo
BON PREU S. A. U.

D. Manel Romero Romagosa
CONDIS SUPERMERCATS S. A.

D. Juan Carlos Gago Conlledo
DINOSOL SUPERMERCADOS S. L.

D. Santiago Codesido Barreiro
GADISA RETAIL S.L.U.

D. Alfonso Martínez Carnero
GRUPO HERMANOS MARTÍN S. A.

D. Francisco José Sánchez del Arco
HIPER USERA S. L.

D. Pere Kaiser Cozar
HD COVALCO S. L.

D. Juan Manuel Morales Alonso
IFA RETAIL S. A.

D. Víctor Pérez Díez
IFA RETAIL, S.A.

D. Jaime Femenias Dols
UNAGRAS, S.A.
(HIPER MANACOR, S.A.)

Dña. Mª Paz Fernández Vega
UNIALCO S. L.

El Comité de Compras Centralizadas, formado por asociados y ejecutivos de la Central, analiza el mercado y tiene capacidad para la toma de decisiones. También informa y recomienda las medidas a adoptar al Consejo de Administración, para que éste de su aprobación final

COMITÉ DE COMPRAS INTERNACIONAL

A 31 DE DICIEMBRE DE 2018

El Comité de Compras Internacional, formado por miembros asociados de España, Portugal e Italia junto con ejecutivos de la Central, es el órgano garante de la gestión operativa que conlleva la toma de decisiones y seguimiento táctico del Programa Internacional. Asimismo, vela por los derechos y obligaciones del conjunto de la organización sobre los acuerdos adquiridos

D. Álvaro Fernández - Fournier
ALIMERKA S. A.
MIEMBRO COMITÉ

D. Manel Romero Romagosa
CONDIS SUPERMERCATS S. A.
MIEMBRO COMITÉ

D. Tomás Lince Fernandes
MODELO CONTINENTE HIPERMERCADOS, S.A.
MIEMBRO COMITÉ

D. Edoardo Gamboni
VÉGÉ RETAIL S.R.L. SOCIETÀ UNIPERSONALE
MIEMBRO COMITÉ

D. Juan Manuel Morales Alonso
IFA RETAIL S. A.
PRESIDENTE COMITÉ

D. Víctor Pérez Díez
IFA RETAIL S. A.
SECRETARIO COMITÉ

Dª Raquel Beneítez Tejón
IFA RETAIL S. A.
DIRECTORA INTERNACIONAL

EQUIPO DIRECTIVO

A 31 DE DICIEMBRE DE 2018

D. Juan Manuel Morales Alonso
DIRECTOR GENERAL

D. Pablo Cegarra Bulnes
DIRECTOR DE RECURSOS HUMANOS

D. Juan Ramón González Cristos
DIRECTOR DE OPERACIONES

Dª Raquel Beneítez Tejón
DIRECTORA INTERNACIONAL

D. Diego Maus Lizariturry
DIRECTOR FINANCIERO

D. Víctor Pérez Díez
DIRECTOR COMERCIAL

D. José Javier Romero Esteban
DIRECTOR DE SISTEMAS Y TECNOLOGÍA

COMPROMETIDOS CON EL BUEN GOBIERNO

IFA Retail es una central de compras comprometida con los más altos estándares de cumplimiento legal, incluyendo el **respeto de la normativa de defensa de la competencia**. En este sentido, evaluamos periódicamente nuestra operativa y funcionamiento desde la perspectiva de la Ley de Defensa de la Competencia mediante auditorías externas especializadas. También **disponemos de estrictos protocolos internos para evitar riesgos "antitrust",** entre los que se incluye uno específico sobre el tratamiento de información confidencial con quienes colaboramos. Mediante la aplicación de estos protocolos, el Grupo actúa siempre como un tercero independiente que recibe y custodia la información que le envían asociados y proveedores. Hemos establecido los procedimientos necesarios, tanto organizativos como tecnológicos, para garantizar que ninguno de ellos acceda a información comercial confidencial de cualquiera de sus competidores.

"Hemos promovido un Modelo de Prevención de Riesgos Penales que tiene como objetivo fomentar una cultura ética y de cumplimiento en el seno de la compañía, así como prevenir, detectar y reaccionar ante la comisión de conductas ilícitas en la organización

Con el impulso y dirección del Consejo de Administración, realizamos un **seguimiento continuo de la evolución y desarrollo de los estándares en materia de buen gobierno y cumplimiento normativo,** en particular en el ámbito español y de la Unión Europea. Todo con el objetivo de adaptar nuestro modelo de gobierno corporativo a las nuevas exigencias legales, así como incorporar mejores prácticas a nuestros procesos internos de toma de decisiones.

En este contexto, el **Consejo de Administración ha promovido un Modelo de Prevención de Riesgos Penales** cuya aprobación formal se produjo el día 20 de noviembre de 2018. Tiene como objetivo fomentar una cultura ética y de cumplimiento en el seno de la compañía, así como prevenir, detectar y reaccionar ante la comisión de conductas ilícitas en la organización, de conformidad con los requerimientos exigidos por el Código Penal. Con ello, protegemos la

imagen y reputación corporativa de la Central. La implantación de este modelo es un paso más en nuestro compromiso con una gestión de las operaciones honesta, que genere confianza en las relaciones con nuestros proveedores, clientes y asociados. **Queremos mantener un diálogo transparente y continúo con todos nuestros grupos de interés** para mejorar nuestra contribución a sus objetivos de gestión.

Este modelo, que aplica a todos los miembros de la organización, pivota sobre el Código Ético de la compañía, que establece, sobre la base de la misión, la visión, y los valores, el conjunto de principios que inspiran la actuación de IFA y que son de aplicación a todo su personal. El cumplimiento de la ley, la honestidad en la actividad empresarial, el mantenimiento de una buena reputación en nuestra relación con todos los grupos de interés, la ejemplaridad en las conductas y el fomento del respeto mutuo, la transparencia y la integridad en el lugar de trabajo, son los principios básicos que deben inspirar la actuación de todos los empleados de la Central.

En este sentido, la compañía ha desarrollado un Buzón Ético, cuya dirección de correo electrónico es buzonetico@grupoifa.es, a través del cual, cualquier tercero podrá, tanto hacer llegar a la compañía cualquier duda y cuestión de interpretación en materia de comportamiento ético, como informar de la comisión de conductas irregulares, en cuanto tengan conocimiento o sospecha de las mismas.

DIRECTORIO DE ASOCIADOS

A 31 DE DICIEMBRE DE 2018

Ahorramas, S.A.

Alimentación Peninsular, S.A.

Alimerka S.A.

Bon Preu, S.A.U.

Cabrero e Hijos, S.A.

Cadena de Empresas detallistas, S.A.

EMPRESAS FILIALES-ADHERIDAS:

- ALMACENES EGUREN, S.A.
- AYEBSA, S.L.
- D. Y P. MIGUEZ S.L.
- DROGUERÍA ALBIZU, S.L.
- EBRO DROPER, S.L.
- HERMANOS GAVIRA, S.L.
- HIJOS DE FIDEL GARCÍA, S.L.
- ORENCIO MATAS Y HNOS., S.L.
- PERFUMERÍA MIRALLS, S.L.
- SUPER BONILLA, S.A.
- S. SÁNCHEZ ROMERO,S.L
- SUPERMERCADOS CODI, S.L.
- SUPERMERCADOS INPESCASA, S.L.
- UDATA, S.C.L.

Cafés Mora, S.L.

Cash Lepe, S.L.

EMPRESA FILIAL-ADHERIDA:

- MANUEL VALLEJO, S.A.

Comercial Piedra Trujillo, S.L.U.

Compañía Nacional de Comercio, S.A.

Condis Supermercats, S.A.

Dinosol Supermercados, S.L.

Ecos Manchegos, S.A.

Franco-Mor, S.A.

Gadisa Retail, S.L.U.

Grupo Hermanos Martín, S.A.

HD Covalco, S.L.

EMPRESAS DEL GRUPO:

- 7 ALIMENTACIÓN 7, S.A.
- ALIMENTACIÓN ALCIRA, S.A.U.
- CARO RUIZ, S.A.
- COALIMENT ANDALUCÍA, S.L.
- COALIMENT ARAGÓN, S.A.U.
- COALIMENT CASTILLA, S.A.U.
- COALIMENT GRANOLLERS, S.A.U.
- COALIMENT MALLORCA, S.L.
- COALIMENT PENEDÉS, S.A.U.
- COALIMENT VALENCIA, S.A.U.
- DISTRIBUIDORA GENERAL ALAVESA, S.A.U.
- ETNIC FOODS, S.L.
- VALENCIANA DE SUPERMERCADOS, S.A.U.

Hermanos Ayala Sousa, S.L.U.

Hiper Usera, S.L.

Ibercudis, S.L.

Jose Bernabeu Pic, S.A.

Modelo Continente Hipermercados, S.A.

Moya Saus e Hijos, S.A.

EMPRESA FILIAL-ADHERIDA:

- SUPERMERCADOS COP, S.A.

Román García Romo, S.A.

Sánchez Vázquez Hnos., S.A.U.

Scaber, S.C.

EMPRESAS DEL GRUPO:

- ACA, S.A.U
- ALCANTADIS, S.L.
- ALMENDIS, S.L.
- ARANCEDIS, S.L.
- CARBADIS, S.L.
- CORI, S.A.U.
- EUROHIPER DISTRIBUCIÓN, S.L.
- MAJADADIS, S.L.
- MIRANDADIS, S.L.
- PAMPLONA DISTRIBUCIÓN, S.A.
- PINTODIS, S.L.
- PUERTOLLANODIS, S.L.
- SORIADIS, S.L.
- TORIODIS, S.L.
- TRUJILLODIS, S.L.
- VALDEMODIS, 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.

Unialco, S.L.

Unión Detallistas Españoles, S.Coop.

Vicente Alonso, S.L.

MIEMBRO DEL COMITÉ DE COMPRAS INTERNACIONAL

VéGé Retail S.r.l. Società Unipersonale

IFA Retail está formada por 34 asociados considerados de pleno derecho, con idéntica participación social , de los cuales 29 son a su vez accionistas de la sociedad

BALANCE DE SITUACIÓN A 31 DE DICIEMBRE DE 2018

MILES DE EUROS

ACTIVO	EJERCICIO 2018	EJERCICIO 2017
ACTIVO NO CORRIENTE:	**3.918**	**4.396**
Inmovilizado intangible	**685**	**554**
Inmovilizado material	**2.279**	**2.803**
Inversiones en empresas del Grupo	**62**	**62**
Inversiones financieras a largo plazo	**38**	**39**
Activos por impuesto diferido	**854**	**938**
ACTIVO CORRIENTE:	**820.573**	**783.803**
Existencias-	**26**	**29**
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar-	**819.937**	**781.035**
Miembros asociados	737.372	686.660
Deudores varios	82.565	93.055
Personal	-	1
Otros créditos con las Administraciones Públicas	-	1.319
Inversiones financieras a corto plazo	**1**	**1**
Inversiones en empresas del Grupo a corto plazo	**48**	-
Periodificaciones a corto plazo	**483**	**72**
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes-	**78**	**2.666**
Tesorería	78	2.666
TOTAL ACTIVO	**824.491**	**788.199**

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	EJERCICIO 2018	EJERCICIO 2017
PATRIMONIO NETO:	**30.649**	**29.018**
FONDOS PROPIOS-	**30.649**	**29.018**
Capital	**1.849**	**1.849**
Reservas-	**25.517**	**25.876**
Legal y estatutarias	4.431	4.431
Otras reservas	23.086	21.445
Acciones propias	**(1.591)**	**(1.591)**
Beneficio	**2.874**	**2.884**
PASIVO NO CORRIENTE:	**500**	**700**
Deudas a largo plazo-	**500**	**700**
Deudas con entidades de crédito	500	700
PASIVO CORRIENTE:	**793.342**	**758.481**
Provisiones a corto plazo	**1.763**	**2.210**
Deudas a corto plazo-	**103.466**	**28.705**
Deudas con entidades de crédito	103.466	28.705
Deudas con empresas del Grupo a corto plazo	**-**	**6**
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar-	**688.085**	**727.539**
Deudas por compras o servicios	469.564	524.350
Miembros asociados acreedores por diversos conceptos	214.532	201.450
Remuneraciones pendientes de pago	1.236	1.222
Pasivos por impuesto corriente	29	133
Otras deudas con las Administraciones Públicas	2.724	384
Periodificaciones a corto plazo	**28**	**21**
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	**824.491**	**788.199**

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DEL EJERCICIO 2018

MILES DE EUROS

	EJERCICIO 2018	EJERCICIO 2017
Importe neto de la cifra de negocios:	**765.428**	**731.582**
Ventas	727	749
Prestación de servicios	764.701	730.833
Aprovisionamientos:	**(749.193)**	**(716.898)**
Consumo de mercaderías	(688)	(702)
Otros aprovisionamientos	(748.505)	(716.196)
Gastos de personal:	**(7.214)**	**(6.004)**
Sueldos, salarios y asimilados	(6.176)	(5.086)
Cargas sociales	(1.038)	(918)
Otros gastos de explotación:	**(4.404)**	**(4.154)**
Servicios exteriores	(4.350)	(4.116)
Tributos	(57)	(58)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	3	20
Amortización del inmovilizado	**(815)**	**(726)**
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	**3.802**	**3.800**
Ingresos financieros:	**217**	**205**
De valores negociables y otros instrumentos financieros con terceros	217	205
Gastos financieros:	**(200)**	**(156)**
Por deudas con terceros	(200)	(156)
RESULTADO FINANCIERO	**17**	**49**
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	**3.819**	**3.849**
Impuesto sobre Beneficios	(945)	(965)
RESULTADO DEL EJERCICIO	**2.874**	**2.884**

ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO DEL EJERCICIO 2018

MILES DE EUROS

ESTADO DE INGRESOS Y GASTOS RECONOCIDOS

	EJERCICIO 2018	EJERCICIO 2017
RESULTADO DE LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	**2.874**	**2.884**
Total ingresos y gastos imputados directamente en el patrimonio neto	-	-
Total transferencias a la cuenta de pérdidas y ganancias	-	-
TOTAL INGRESOS Y GASTOS RECONOCIDOS	**2.874**	**2.884**

ESTADO TOTAL DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO

	CAPITAL	RESERVA LEGAL	RESERVA ESTATUARIA	OTRAS RESERVAS	ACCIONES PROPIAS	RESULTADO DEL EJERCICIO	TOTAL
SALDO AL INICIO DEL EJERCICIO 2017	**1.849**	**370**	**4.061**	**19.974**	**(1.591)**	**2.702**	**27.365**
Total ingresos y gastos reconocidos	-	-	-	-	-	**2.884**	**2.884**
Aplicación de fondos	-	-	-	1.471	-	(1.471)	-
Operaciones con accionistas:							
Distribución de dividendos	-	-	-	-	-	(1.231)	(1.231)
SALDO FINAL DEL EJERCICIO 2017	**1.849**	**370**	**4.061**	**21.445**	**(1.591)**	**2.884**	**29.018**
Total ingresos y gastos reconocidos	-	-	-	-	-	**2.874**	**2.874**
Aplicación de fondos	-	-	-	1.641	-	(1.641)	-
Operaciones con accionistas:							
Distribución de dividendos	-	-	-	-	-	(1.243)	(1.243)
SALDO FINAL DEL EJERCICIO 2018	**1.849**	**370**	**4.061**	**23.086**	**(1.591)**	**2.874**	**30.018**

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO DEL EJERCICIO 2018

MILES DE EUROS

	EJERCICIO 2018	EJERCICIO 2017
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN:	**75.431**	**28.652**
Resultado del ejercicio antes de impuestos	**3.819**	**3.849**
Ajustes al resultado-	**795**	**657**
Amortización del inmovilizado	815	726
Variación de provisiones	(3)	(20)
Ingresos financieros	(217)	(205)
Gastos financieros	200	156
Cambios en el capital corriente-	**79.120**	**24.873**
Existencias	3	16
Deudores y otras cuentas a cobrar	(38.927)	(43.674)
Otros activos y pasivos corrientes	(848)	459
Acreedores y otras cuentas a pagar	(39.348)	68.072
Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación-	**(925)**	**(727)**
Pagos de intereses	(200)	(156)
Cobros de intereses	217	205
Cobros (pagos) por Impuesto sobre Beneficios	(942)	(776)
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN:	**(469)**	**(420)**
Pagos por inversiones-	**(470)**	**(481)**
Inmovilizado intangible	(67)	(197)
Inmovilizado material	(355)	(284)
Empresas del Grupo y asociadas	(48)	-
Cobros por inversiones-	**1**	**61**
Otros activos financieros	1	61
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN:	**73.312**	**(41.020)**
Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero-	**74.555**	**(39.789)**
Deudas con empresas del Grupo y asociadas	(6)	6
Deudas con entidades de crédito	74.561	(39.795)
Pagos por dividendos y remuneraciones de otros instrumentos de patrimonio-	**(1.243)**	**(1.231)**
Dividendos	(1.243)	(1.231)
AUMENTO/DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES	**(2.588)**	**(12.788)**
Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio	2.666	15.454
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	78	2.666

INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS ANUALES

Deloitte.

Deloitte, S.L.
Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1
Torre Picasso
28020 Madrid
España

Tel: +34 915 14 50 00
Fax: +34 915 14 57 60
www.deloitte.es

INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS ANUALES EMITIDO POR UN AUDITOR INDEPENDIENTE

A los accionistas de IFA Retail, S.A.:

Opinión

Hemos auditado las cuentas anuales de IFA Retail, S.A. (la Sociedad), que comprenden el balance a 31 de diciembre de 2018, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de cambios en el patrimonio neto, el estado de flujos de efectivo y la memoria, correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha.

En nuestra opinión, las cuentas anuales adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera de la Sociedad a 31 de diciembre de 2018, así como de sus resultados y flujos de efectivo correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha, de conformidad con el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación (que se identifica en la nota 2.1 de la memoria) y, en particular, con los principios y criterios contables contenidos en el mismo.

Fundamento de la opinión

Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España. Nuestras responsabilidades de acuerdo con dichas normas se describen más adelante en la sección *Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de las cuentas anuales* de nuestro informe.

Somos independientes de la Sociedad de conformidad con los requerimientos de ética, incluidos los de independencia, que son aplicables a nuestra auditoría de las cuentas anuales en España según lo exigido por la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas. En este sentido, no hemos prestado servicios distintos a los de la auditoría de cuentas ni han concurrido situaciones o circunstancias que, de acuerdo con lo establecido en la citada normativa reguladora, hayan afectado a la necesaria independencia de modo que se haya visto comprometida.

Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra opinión.

Aspectos más relevantes de la auditoría

Los aspectos más relevantes de la auditoría son aquellos que, según nuestro juicio profesional, han sido considerados como los riesgos de incorrección material más significativos en nuestra auditoría de las cuentas anuales del periodo actual. Estos riesgos han sido tratados en el contexto de nuestra auditoría de las cuentas anuales en su conjunto, y en la formación de nuestra opinión sobre éstas, y no expresamos una opinión por separado sobre esos riesgos.

Deloitte, S.L. Inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, tomo 13.650, sección 8ª, folio 188, hoja M-54414, inscripción 96ª.
C.I.F.: B-79104469. Domicilio social: Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1, Torre Picasso, 28020, Madrid.

Reconocimiento de ingresos

Descripción	Procedimientos aplicados en la auditoría
Tal y como se indica en la Nota 1, la actividad principal de la Sociedad es la prestación de servicios a fabricantes y distribuidores para la obtención de sinergias operativas, comerciales y financieras para sus miembros asociados mediante la gestión unificada de las plantillas de condiciones de compra y administración centralizada de los pagos a proveedores de bienes y servicios. El reconocimiento de estos ingresos, bajo las condiciones y términos normales de la Sociedad, implican una casuística específica asociada a las distintas condiciones firmadas con los fabricantes. Asimismo, el reconocimiento de ingresos entraña cierto grado de complejidad debido a la multitud y variedad de términos contractuales con los diferentes proveedores con los que opera la Sociedad. Estos hechos motivan que este aspecto sea un área de atención significativa para nuestra auditoría.	Nuestros procedimientos de auditoría incluyeron la comprobación de la eficacia de los controles del proceso de reconocimiento de ingresos y procedimientos sustantivos, tales como: comprobar el diseño e implementación así como la eficacia operativa de los controles relevantes (incluyendo los controles de sistemas de información) que soportan los ingresos , para lo que hemos involucrado a nuestros expertos internos en tecnología y sistemas; analizar si los ingresos se encuentran debidamente registrados teniendo en consideración los términos y obligaciones contractuales con los fabricantes y asociados; evaluar la razonabilidad de los volúmenes de ventas y márgenes del ejercicio 2018 respecto a las tendencias de los ejercicios anteriores, cotejando estos datos con la información proporcionada por fuentes internas de la Sociedad; y la realización de pruebas combinadas de carácter manual y asistidas por expertos en tecnología y sistemas para obtener y verificar los asientos registrados en las cuentas de ingresos y clientes. Las notas 4.8 y 13.1 de las cuentas anuales adjuntas, contienen los desgloses e información relativa a los ingresos por prestación de servicios de la Sociedad.

Otra información: Informe de gestión

La otra información comprende exclusivamente el informe de gestión del ejercicio 2018, cuya formulación es responsabilidad de los administradores de la Sociedad y no forma parte integrante de las cuentas anuales.

Nuestra opinión de auditoría sobre las cuentas anuales no cubre el informe de gestión. Nuestra responsabilidad sobre el informe de gestión, de conformidad con lo exigido por la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas, consiste en evaluar e informar sobre la concordancia del informe de gestión con las cuentas anuales, a partir del conocimiento de la entidad obtenido en la realización de la auditoría de las citadas cuentas y sin incluir información distinta de la obtenida como evidencia durante la misma. Asimismo, nuestra responsabilidad consiste en evaluar e informar de si el contenido y presentación del informe de gestión son conformes a la normativa que resulta de aplicación. Si, basándonos en el trabajo que hemos realizado, concluimos que existen incorrecciones materiales, estamos obligados a informar de ello.

Sobre la base del trabajo realizado, según lo descrito en el párrafo anterior, la información que contiene el informe de gestión concuerda con la de las cuentas anuales del ejercicio 2018 y su contenido y presentación son conformes a la normativa que resulta de aplicación.

Responsabilidad de los administradores en relación con las cuentas anuales

Los administradores son responsables de formular las cuentas anuales adjuntas, de forma que expresen la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la Sociedad, de conformidad con el marco normativo de información financiera aplicable a la entidad en España, y del control interno que consideren necesario para permitir la preparación de cuentas anuales libres de incorrección material, debida a fraude o error.

En la preparación de las cuentas anuales, los administradores son responsables de la valoración de la capacidad de la Sociedad para continuar como empresa en funcionamiento, revelando, según corresponda, las cuestiones relacionadas con empresa en funcionamiento y utilizando el principio contable de empresa en funcionamiento excepto si los administradores tienen intención de liquidar la sociedad o de cesar sus operaciones, o bien no existe otra alternativa realista.

Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de las cuentas anuales

Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable de que las cuentas anuales en su conjunto están libres de incorrección material, debida a fraude o error, y emitir un informe de auditoría que contiene nuestra opinión.

Seguridad razonable es un alto grado de seguridad, pero no garantiza que una auditoría realizada de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España siempre detecta una incorrección material cuando existe. Las incorrecciones pueden deberse a fraude o error y se consideran materiales si, individualmente o de forma agregada, puede preverse razonablemente que influyan en las decisiones económicas que los usuarios toman basándose en las cuentas anuales.

En el Anexo I de este informe de auditoría se incluye una descripción más detallada de nuestras responsabilidades en relación con la auditoría de las cuentas anuales. Esta descripción es parte integrante de nuestro informe de auditoría.

DELOITTE, S.L.
Inscrita en el R.O.A.C. nº S0692

Victoria López Téllez
Inscrito en el R.O.A.C. Nº 21238

26 de abril de 2019

AUDITORES

GRUPO IFA

www.grupoifa.com