



Resultados Financieros de AmRest del ejercicio 2025 y del 4T 2025

El beneficio atribuible a los accionistas de la sociedad dominante ascendió a 16,1 millones de euros, un incremento del 89% respecto a 2024

La generación de EBITDA ascendió a 406,8 millones de euros, lo que representa un margen del 15,9%.

Al final del trimestre, AmRest operaba 2.139 restaurantes tras la apertura de 92 locales.

Madrid, España, 26 de febrero de 2026, AmRest (EAT), operador de restaurantes multimarca líder en Europa, ha presentado hoy sus resultados financieros para el ejercicio completo y el cuarto trimestre de 2025.

Los ingresos del grupo alcanzaron los 2.558,1 millones de euros para el año completo de 2025, un aumento del 2,4% respecto a 2024 excluyendo los ingresos generados por empresas desconsolidadas durante el año. El índice ventas en establecimientos comparables (SSS por sus siglas en inglés) se situó en 99,5.

En un año marcado por la incertidumbre geopolítica continua y un entorno de consumo afectado por las persistentes presiones del coste de la vida, AmRest ha demostrado una vez más la resiliencia de su modelo de negocio y la disciplina de su ejecución.

AmRest operó en un entorno macroeconómico caracterizado por un crecimiento moderado en Europa y una inflación a la baja, junto con una política comercial elevada y una incertidumbre geopolítica, así como una clara divergencia entre países. Aunque la reducción de la inflación apoyó una mejora gradual en las condiciones de financiación, las decisiones de compra de hogares se mantuvieron cautelosas en varios mercados.

En este entorno, el modelo de negocio de AmRest continúa centrado en dos palancas que se refuerzan mutuamente: la rápida adaptación a un consumidor más sensible al precio y un firme compromiso con la tecnología y la toma de decisiones basada en datos. Aunque el repunte inflacionario posterior al Covid se ha moderado, su impacto acumulado en los presupuestos familiares ha mantenido el valor como elemento central en las decisiones de consumo fuera del hogar en todos los segmentos de ingresos. En este contexto, AmRest ha reforzado su posicionamiento comercial mediante una arquitectura de oferta equilibrada, que combina precios de entrada atractivos, propuestas de valor combinadas y una innovación diferenciada, al tiempo que protege la rentabilidad mediante una gestión disciplinada de precios y promociones.

Esta estrategia resulta especialmente relevante en un entorno cada vez más dominado por el consumo omnicanal, en el que las interacciones con el cliente y los datos se generan a través de los canales de sala, recogida, entrega a domicilio y plataformas agregadoras. Los canales digitales siguen ganando tracción y se han consolidado como una de las principales vías de venta del Grupo, alcanzando el 62% de las ventas totales (excluyendo las marcas de casual dining), impulsadas por una mayor densidad de quioscos y una adopción más amplia de plataformas propias y de socios.

Durante 2025 también impulsamos nuestra hoja de ruta estratégica mediante un paso significativo en nuestro modelo operativo con la venta del 51% de nuestra participación en SCM y la finalización de nuestros acuerdos y obligaciones comerciales mutuos. Este hito respalda nuestra ambición de crear más valor mediante una plataforma más integrada y eficiente, permitiendo a AmRest realizar internamente servicios de gestión de la cadena de suministro y aseguramiento de la calidad del producto en el futuro e identificar sinergias adicionales que puedan apoyar el crecimiento futuro, abriendo una vía significativa para la creación de valor a través del suministro a nuestros 2.139 restaurantes en 22 países que atienden a más de 30 millones de clientes cada mes.

Durante el cuarto trimestre del año, los ingresos se situaron en 635,7 millones de euros, lo que representa una disminución del 4,5% respecto al mismo periodo de 2024, o una disminución del 1,2% sin el efecto de la desconsolidación empresarial.

La generación de EBITDA del Grupo durante 2025 alcanzó los 406,8 millones de euros. Este resultado implica un margen EBITDA del 15,9%. El beneficio de explotación del Grupo (EBIT por sus siglas en inglés) en 2025 se situó en 115,8 millones de euros, lo que supone un descenso del 2,0%, respecto a 2024, o un incremento del 7,9% excluyendo el efecto SCM, situando el margen EBIT en el 4,5%.

La rentabilidad se ha visto afectada por presiones aún elevadas sobre los costes operativos, especialmente el coste laboral en ciertos mercados, mientras que los precios absolutos de los alimentos se mantuvieron elevados a pesar de las tasas de inflación más bajas.

Para compensar estos efectos, AmRest está mejorando sus capacidades de gestión del crecimiento de ingresos. Además, la optimización de procesos y la evolución de la eficiencia siguen siendo pilares clave.

Desde la perspectiva del cuarto trimestre, el EBITDA alcanzó los 106,2 millones de euros, lo que representa un margen EBITDA del 16,7%.

El beneficio anual del ejercicio 2025 alcanzó los 18,2 millones de euros frente a los 13,5 millones de euros registrados en 2024.

A pesar de un entorno operativo desafiante a lo largo del año, especialmente en el cuarto trimestre, el beneficio de la empresa aumentó, respaldado por menores deterioros y gastos por intereses. El beneficio atribuible a los accionistas de la sociedad dominante ascendió a 16,1 millones de euros, frente a los 8,5 millones de euros registrados en 2024. Esta situación contribuyó a la aprobación de un pago de dividendos por un importe de 15,0 millones de euros, que fue pagado el 22 de diciembre de 2025.

Nuestras prioridades también se han centrado en el crecimiento ordenado y rentable de nuestra cartera de restaurantes. **Durante 2025, realizamos 92 aperturas brutas y completamos 213 renovaciones.** Este progreso se logró mientras se reducía significativamente la intensidad de capital; el CAPEX se situó en 158,0 millones de euros en el año, frente a los 193,9 millones de euros en 2024.

Este enfoque disciplinado nos ha permitido preservar otra piedra angular de nuestra estrategia: mantener un perfil financiero prudente. A final de año, nuestra ratio **de apalancamiento se situó en 2,3x**, manteniéndose en el extremo inferior de nuestro rango interno objetivo y respaldado por una posición de liquidez eficiente de más de 145 millones de euros en efectivo, además de una cantidad similar en líneas de crédito disponibles. Reflejando nuestra confianza en el negocio y nuestro compromiso con una asignación disciplinada del capital, pagamos un dividendo de 0,07 EUR por acción.

Regiones de negocio

Europa Central y del Este (CEE)

En el ejercicio 2025, las ventas anuales de este segmento ascendieron a 1.581,5 millones de euros, lo que representa el 61,8% de las ventas del Grupo y un crecimiento interanual del 6,5%. Por país, Hungría registró un crecimiento de doble dígito, alcanzando el 10,2%, mientras que Polonia también mostró una evolución sólida, con un incremento del 8,7% en los ingresos. En contraste, experimentamos vientos en contra en Rumanía y la República Checa.

El EBITDA generado alcanzó los 305,8 millones de euros, 0,7 millones de euros por encima de 2024, lo que representa un margen EBITDA del 19,3%. La rentabilidad se mantuvo sólida y relativamente estable en toda la región, con Hungría registrando el margen más alto, del 20,8%, mientras que el resto de los mercados presentó niveles comparables.

El portafolio de restaurantes alcanzó las 1.283 unidades luego de aumentar en 55 restaurantes con la apertura de 64 nuevos restaurantes.

Europa Occidental (WE)

Los ingresos en este segmento ascendieron a 869,5 millones de euros para el año completo 2025, lo que representa una caída interanual del 3,2%. El EBITDA generado alcanzó los 128,7 millones de euros tras un descenso del 4,9% respecto a 2024, lo que resultó en un margen EBITDA del 14,8%, 0,3 puntos porcentuales por debajo del año anterior.

El rendimiento varió significativamente según el país. España, el segundo mayor mercado de AmRest, mantuvo unas ventas estables respecto al año anterior, mientras que Alemania registró un crecimiento del 4,6%, respaldado por una dinámica de mercado favorable. En cambio, Francia experimentó una caída del 12,9%, lo que refleja un entorno comercial más desafiante y una menor confianza del consumidor.

El número total de restaurantes en la región ascendió a 771 unidades y la cartera registró 19 aperturas.

China

Los ingresos generados durante el año ascendieron a 84,8 millones de euros, lo que supone un 8,2% menos que en 2024. La depreciación del yuan chino frente al euro fue un obstáculo clave; a tipos de cambios constantes, las ventas disminuyeron un 4,4%. A pesar de la cifra más débil, el EBITDA ascendió a 16,4 millones de euros, lo que implica un margen sólido de EBITDA del 19,3%.

El portafolio de restaurantes cerró 2025 con 85 restaurantes en la región, tras la apertura de 9 nuevas unidades.

Acerca del grupo AmRest

AmRest Group es el operador europeo líder de restaurantes multimarca con una cartera de marcas de primer nivel en 22 países. AmRest opera más de 2.100 restaurantes bajo marcas franquiciadas como KFC, Starbucks, Pizza Hut y Burger King, así como marcas propias como La Tagliatella, Sushi Shop, Blue Frog y Bacoa. Más información está disponible en la página web: www.amrest.eu/es.

Más información

Los resultados del cuarto trimestre de 2025 se pueden encontrar en www.amrest.eu

La teleconferencia con inversores se celebrará el 27 de febrero a las 14:00 CET.

Para consultas, póngase en contacto con: investors.relations@amrest.eu