

Resultados financieros de AmRest del 1T de 2026

La generación de EBITDA ascendió a 76,8 millones de euros, lo que representa un margen del 13,0%.

Evolución positiva en la generación de flujo de caja libre de la compañía.

Al cierre del trimestre, AmRest operaba 2.129 restaurantes tras la apertura de 12 unidades y la renovación de 49 establecimientos.

Madrid, España, 7 de mayo de 2026, AmRest (EAT), operador de restaurantes multimarca líder en Europa, ha presentado hoy sus resultados financieros para el primer trimestre de 2026.

Los ingresos de AmRest en el trimestre de 2026 alcanzaron los 588,7 millones de euros, lo que supone una disminución del 1,5% respecto al mismo periodo de 2025 a perímetro constante, es decir, excluyendo los ingresos generados por negocios desconsolidados en 2025. El índice de ventas en tiendas comparables (SSS por sus siglas en inglés) se situó en 96,3.

Europa entró en el primer trimestre de 2026 con un impulso subyacente modesto, pero todavía positivo, sin embargo, las condiciones empeoraron a medida que avanzaba el trimestre y el riesgo geopolítico se intensificó tras el estallido de la guerra en Irán. Como resultado, el trimestre terminó con un tono más débil, con una fuerte aceleración de la inflación en marzo, impulsada en gran medida por la energía, y con un marcado deterioro de la confianza del consumidor.

Además, las condiciones meteorológicas adversas también lastraron la actividad a comienzos del trimestre. Polonia fue el país más afectado, con temperaturas bajo cero y fuertes nevadas que alteraron la actividad en la primera parte del periodo. Otros mercados, como Alemania y Francia, registraron condiciones similares, mientras que España sufrió episodios de lluvias torrenciales e inundaciones, especialmente en el sur y el este.

En este contexto, el comportamiento de las ventas por país fue mixto. Por un lado, las operaciones en Hungría y en los países de los Balcanes registraron un crecimiento de doble dígito; sin embargo, esto no fue suficiente para compensar las caídas en Francia, Rumanía y Chequia.

En este sentido, durante el periodo, AmRest reforzó sus iniciativas comerciales mediante un amplio conjunto de acciones, que incluyeron el desarrollo de nuevos menús, mejoras en el diseño de productos, colaboraciones de marca y el lanzamiento de nuevas bebidas. Estas iniciativas tuvieron como objetivo mitigar los factores adversos temporales experimentados durante el periodo y acelerar el impulso comercial en los próximos trimestres.

El Grupo generó un EBITDA de 76,8 millones de euros en el primer trimestre de 2026, lo que representa un margen EBITDA del 13,0%. Esto supone 4,9 millones de euros por debajo del nivel alcanzado en el mismo periodo de 2025. El beneficio operativo (EBIT) del Grupo en el trimestre se situó en 5,5 millones de euros, lo que representa un margen EBIT del 0,9%.

La rentabilidad se vio presionada principalmente por un menor apalancamiento de las ventas en determinados mercados. Si bien el coste de los alimentos comenzó a mostrar signos iniciales de moderación, en parte como reflejo del impacto de las iniciativas de compras, con algunas categorías

beneficiándose de una relajación de precios tras varios trimestres de inflación acumulada, esta mejora no fue suficiente para compensar plenamente la presión operativa.

La pérdida anual atribuible al accionista de la sociedad dominante en el primer trimestre de 2026 ascendió a 17,2 millones de euros, frente a una pérdida de 9,8 millones de euros en 2025. El resultado negativo es coherente con la estacionalidad del negocio a comienzos del año, pero en esta ocasión se vio agravado por una serie de factores adversos temporales y no recurrentes durante el trimestre, como unas condiciones meteorológicas inusualmente adversas en varios mercados europeos y un deterioro del entorno macroeconómico hacia el final del trimestre, a medida que el riesgo geopolítico se intensificaba tras el estallido de la guerra en Irán.

Evolución positiva en la generación de flujo de caja libre de la compañía. A pesar de estas presiones, la generación de caja mostró una clara mejora. El flujo de caja neto procedente de las actividades de explotación aumentó en 9,5 millones de euros interanuales, hasta 62,6 millones de euros, respaldado por una disciplina de caja más estricta y por la evolución del capital circulante. Al mismo tiempo, las salidas de caja por actividades de inversión se redujeron en 15,6 millones de euros, hasta 32,0 millones de euros, lo que refleja nuestro enfoque continuo en optimizar los recursos necesarios para ejecutar nuestros programas de renovación. Durante el periodo, completamos 49 reformas, manteniendo altos estándares de calidad y reforzando el atractivo de nuestros restaurantes para los clientes. Esta evolución es coherente con el objetivo de la dirección de lograr una mayor generación de flujo de caja libre a lo largo de 2026.

Este enfoque disciplinado nos ha permitido preservar otro pilar clave de nuestra estrategia: mantener un perfil financiero prudente. Al cierre del trimestre, nuestra ratio de apalancamiento se situó en 2,6x, respaldado por una sólida posición de liquidez de más de 117 millones de euros en efectivo, además de un importe similar en líneas de crédito disponibles.

Regiones de negocio

Europa Central y Oriental (CEE)

En el primer trimestre de 2026, los ingresos en el segmento alcanzaron los 365,1 millones de euros, lo que representa una caída interanual del 0,4% y el 62,0% de las ventas del Grupo. Cabe destacar el buen desempeño registrado en Hungría y en los países de los Balcanes, con crecimientos de doble dígito.

El segmento generó un EBITDA de 59,0 millones de euros, lo que implica un margen EBITDA del 16,2% y confirma que la rentabilidad en esta región se mantuvo, en términos generales, relativamente resiliente.

El portafolio de restaurantes alcanzó las 1,283 unidades en la región, tras la apertura de 8 nuevos restaurantes durante el periodo.

Europa Occidental (WE)

Los ingresos en este segmento ascendieron a 204,4 millones de euros en el primer trimestre de 2026, lo que representa una caída interanual del 2,5%. El EBITDA alcanzó los 24,9 millones de euros, lo que implica un margen EBITDA del 12,2%.

El rendimiento se mantuvo muy desigual en los principales mercados. Francia volvió a registrar una fuerte caída de dos dígitos en las ventas, reflejando un entorno comercial más desafiante y una menor

confianza del consumidor, mientras que otros grandes mercados mostraron más resiliencia: España mantuvo ventas prácticamente estables interanualmente, mientras que Alemania registró un crecimiento del 2,3%, respaldado por el impulso continuado del mercado.

La rentabilidad en la región también siguió siendo muy heterogénea, impulsada por diferentes trayectorias de ventas y estructuras de costes. España sigue siendo claramente el pilar de rentabilidad, con un margen EBITDA por encima del umbral del 20%, mientras que el margen de Alemania se situó en el extremo inferior, en el 4,3%, lo que pone de manifiesto la falta de apalancamiento operativo y una base de costes más sometida a presión en ese mercado.

En cuanto al portafolio de restaurantes, al final del trimestre, AmRest contaba con 762 restaurantes en la región, tras abrir 4 unidades.

China

Los ingresos generados ascendieron a 19,2 millones de euros en el primer trimestre de 2026, lo que representa una caída interanual del 12,5%. La depreciación del yuan chino frente al euro fue un obstáculo clave; en tipos constantes, las ventas disminuyeron un 7,4%.

Desde una perspectiva macroeconómica, el contexto operativo en China no fue recesivo, pero siguió siendo desequilibrado y se mantuvo una actitud cautelosa en cuanto al consumo, lo cual es coherente con un entorno de menor demanda en el gasto discrecional a medida que avanzaba el trimestre.

A pesar de la ligera caída de los ingresos, el EBITDA alcanzó los 3,1 millones de euros, ofreciendo un sólido margen EBITDA del 16,3%, lo que indica una disciplina de costes constante y una ejecución operativa sólida en el segmento.

El número de restaurantes en el país al cierre del primer trimestre era de 84, sin nuevas aperturas durante el periodo.

Acerca del Grupo AmRest

AmRest Group es un operador europeo líder de restaurantes multimarca con una cartera de marcas de primer nivel en 22 países. AmRest opera casi 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/en.

Más información

Los resultados del primer trimestre de 2026 se pueden encontrar en www.amrest.eu

La teleconferencia con inversores se realizará el 8 de mayo a las 14:00 CEST.
Para consultas, póngase en contacto con: investors.relations@amrest.eu