



Resultados Primer Trimestre 2022

Florida Ice and Farm
Company, S.A.

24 de mayo, 2022



Agenda

- **Situación de los Negocios**
 - **Resultados Financieros**
 - **Resultados Sociales y Ambientales**
 - **Reflexiones Finales**
- 



**Situación
de los Negocios**
**Primer Trimestre
2022**

Los negocios se desenvuelven en entornos cambiantes

Utilidad Neta* en Q1 crece +23% impulsado por Inmobiliario

 Costa Rica	Bebidas alcohólicas		Menor volumen por desfase de Semana Santa vs. 2021 Mejor mezcla y aumentos de precios compensan mayores costos
	Refrescos		Mejora en mezcla hacia presentaciones personales
	Inmobiliario		Mayor ocupación y tarifas promedio, mayores ventas inmobiliarias
	Alimentos – Panificación/Retail		Recuperación de transacciones y tiquete promedio, neto de mayores costos de materias primas
 Guatemala	Alimentos		Aumento de costos de materias primas, neto de mayor volumen
 EEUU	Bebidas alcohólicas		Baja en volumen por reaperturas del “On-premise” y aumento en costo de materiales y fletes, parcialmente compensado por precio
	Cervecería Panamá		Crecimiento importante en volumen y recuperación de participación de mercado
	INCECA Nicaragua		Se mantiene nivel de rentabilidad, neto de mayores impuestos por pago de dividendos
	COMEGUA		Mayores ventas por exportación y mayores precios, neto de costos

*Atribuible a los accionistas



**Resultados
Financieros**
**Primer Trimestre
2022**

Resumen financiero

(en colones, comparativos vs. 2021, y referencia 2021 vs. 2020)

Volumen Total Bebidas

-10%

2021 vs. 2020: +13%

Volumen Alimentos

+2%

2021 vs. 2020: -1%

Ventas Netas

+11%

2021 vs. 2020: +11%

Utilidad de Operación
antes de otros gastos

+10%

2021 vs. 2020: +83%

EBITDA^a

+8%

2021 vs. 2020: +46%

Utilidad Neta
atribuible a los accionistas

+23%

2021 vs. 2020: +226%

a. Utilidad de operación antes de otros gastos, intereses, impuestos, depreciación y amortización (“EBITDA” por sus siglas en inglés)

Resumen financiero

(en colones, comparativos vs. 2021, y referencia 2021 vs. 2020)

Volumen Total Bebidas

-10%

2021 vs. 2020: +13%

Volumen Alimentos

+2%

2021 vs. 2020: -1%

Ventas Netas

+11%

2021 vs. 2020: +11%

Utilidad de Operación
antes de otros gastos

+10%

2021 vs. 2020: +83%

EBITDA ^a

+8%

2021 vs. 2020: +46%

Utilidad Neta
atribuible a los accionistas

+23%

2021 vs. 2020: +226%

Rotación de Inventario ^b
Bebidas y Alimentos

4.1x

2021: 5.1x

Índice de Liquidez ^c

1.6x

2021: 1.3x

Índice de Apalancamiento ^d
Bebidas y Alimentos

2.0x

2021: 2.3x

a. Utilidad de operación antes de otros gastos, intereses, impuestos, depreciación y amortización (“EBITDA” por sus siglas en inglés)

b. Costo de las ventas últimos 12 meses / Saldo de inventarios

c. Activo circulante / pasivo a corto plazo

d. (Endeudamiento – Efectivo) / EBITDA

Ventas netas (en millones de colones)



Bebidas

- Aumento en precios de Cerveza Costa Rica con mejor mezcla, neto de menor volumen (efecto Semana Santa)
- Mejora en mezcla en Néctares y Tés (mayores presentaciones personales vs. familiares)
- Efecto de reaperturas “On-Premise” en donde FIFCO USA tiene baja participación, neto de aumentos de precios

Alimentos

- Mayores ventas de frijoles en Guatemala y EEUU
- Aumento de ventas en panificación y tiendas de conveniencia

Inmobiliario

- Mayores niveles de ocupación hotelera (64%/79% vs. 30% en 2021)
- Tarifas por estancias mayores
- Mayores ventas inmobiliarias e ingresos por amenidades

Utilidad bruta (en millones de colones)



Bebidas

- Afectación en costo por aumento en precios internacionales, compensado por mezcla favorable
- Reapertura de Canal “On-Premise” impacta volumen de FIFCO USA, neto de mayores precios
- Utilidad bruta crece en CR en Carbonatadas y Refrescos por mayores presentaciones personales

Alimentos

- Aumento en el precio internacional de materias primas, principalmente hojalata, aceites y harina

Inmobiliario

- Mayores niveles de ocupación y tarifas en los hoteles
- Mayores ventas inmobiliarias e ingresos por amenidades

Utilidad de operación* (en millones de colones)



Bebidas

- Aumento de precios internacionales en las materias primas, principalmente malta, aluminio y fletes
- Efecto de Semana Santa en Costa Rica
- FIFCO USA afectado por migración del cliente al “On-Premise”, parcialmente compensado por precio
- Se continúa con contención del gasto de operación

Alimentos

- Aumento en el precio internacional de materias primas, principalmente hojalata y aceites

Inmobiliario

- Mayores niveles de ocupación y tarifas en los hoteles
- Mayores ventas inmobiliarias e ingresos por amenidades

Utilidad neta atribuible a accionistas (en millones de colones)



Utilidad de Operación

Incremento principalmente asociado al segmento inmobiliario por mayor ocupación y mayor tarifa promedio en los hoteles

Gasto Financiero, Neto

Menor nivel de endeudamiento promedio, con baja en tasas variables

Diferencial Cambiario

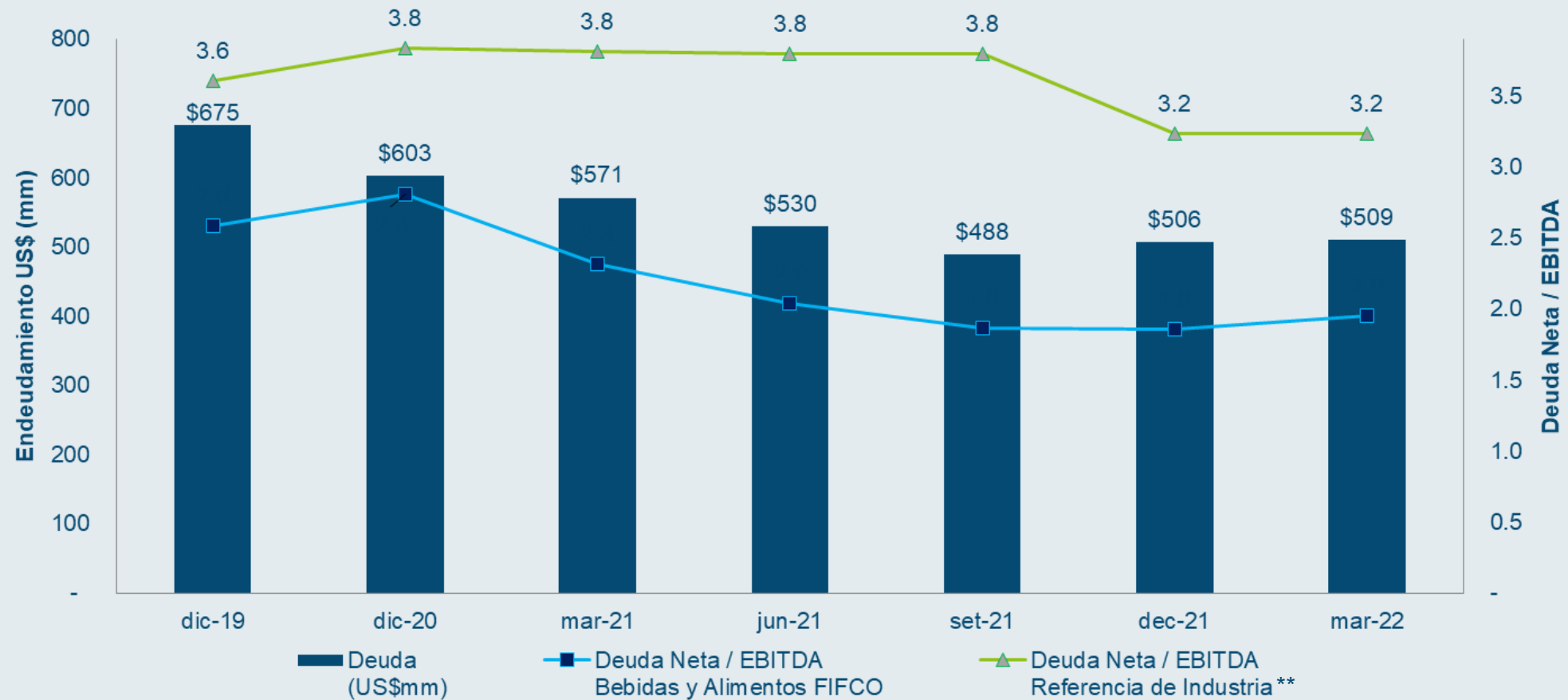
Desfavorable por devaluación durante el primer trimestre (¢21.85 en 2022 vs -¢1.49 en 2021)

Impuesto de Renta

Menor provisión de impuesto en segmento de bebidas (Inmobiliario con créditos fiscales)

Evolución de endeudamiento*

Bebidas y Alimentos FIFCO



* Para efectos de presentación, endeudamiento total referenciado en US\$ equivalentes

** Referencia promedio simple de tres jugadores globales de industria de cerveza



Resultados Sociales y Ambientales

**Primer Trimestre
2022**

Seguimos manteniendo nuestro enfoque integral de **Triple Utilidad**

FIFCO Segura

- Exitosa implementación de modalidad de trabajo híbrido
- 68% de colaboradores con esquema completo FIFCO CR (3 dosis)

Pasos firmes a un portafolio más balanceado

- Reducción del 4,5% de azúcar vs. 2021 (10,91 gramos/250mL)

Voluntariado

- Nuevas jornadas de **voluntariado con accionistas**
- **+5,600** personas impactadas positivamente a través de voluntariado IQ 2021
- **+950 mil** horas de voluntariado acumuladas



Seguimos manteniendo nuestro enfoque integral de **Triple Utilidad**

Agenda ambiental

84%

de recuperación de plástico

72%

de recuperación del resto de envases CR

74%

de nuestro portafolio total FIFCO corresponde a envases amigables con el ambiente (aluminio, vidrio, hojalata y polilaminado)

Continuamos con un balance **Agua Positivo**, **Carbono Positivo** y “**Zero Waste to Landfill**” en plantas y operaciones

Lanzamiento Ecoetiqueta Ambiental para Imperial



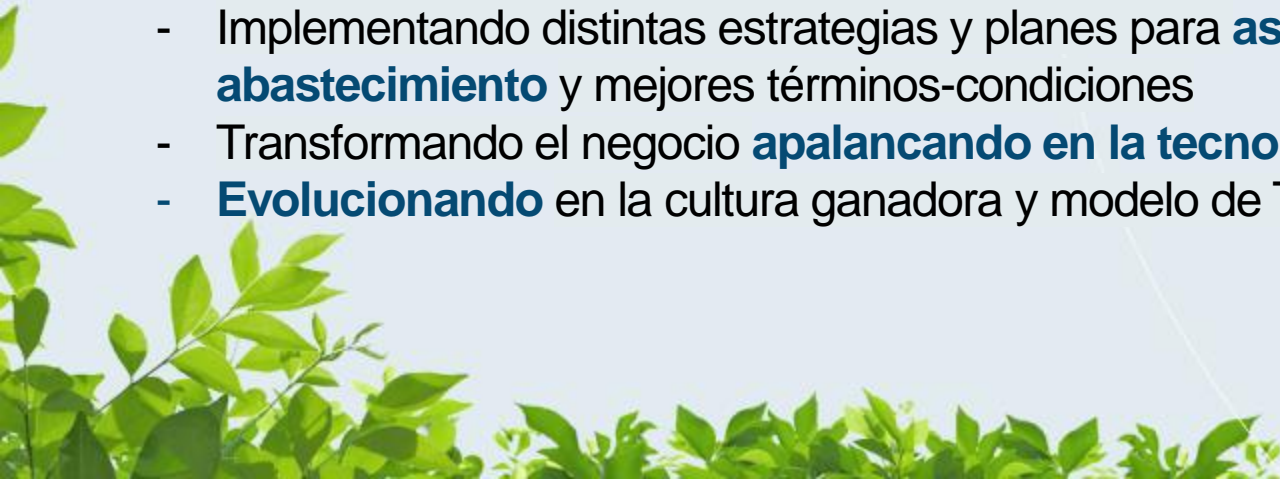


Reflexiones Finales



Reflexiones del Primer Trimestre

- El Segmento Inmobiliario impulsa el crecimiento del primer trimestre del 2022, principalmente por la **recuperación** de la ocupación hotelera
- Los efectos inflacionarios en costos están siendo parcialmente atenuados con acciones de precios, manejo de ingresos y mejor mezcla
- Se mantiene **fortaleza** a nivel del balance general de la empresa
- Para los siguientes meses, **el foco** está en capitalizar en:
 - El repunte del negocio Inmobiliario
 - Las reaperturas completas de los clientes “On-Premise” en CR
 - Impulsar el canal de conveniencia e innovación en EEUU
- Para atender los nuevos retos del 2022, se continuará:
 - Implementando distintas estrategias y planes para **asegurar el abastecimiento** y mejores términos-condiciones
 - Transformando el negocio **apalancando en la tecnología**
 - **Evolucionando** en la cultura ganadora y modelo de Triple Utilidad




The image features a tropical theme. On the left, a vibrant bird of paradise flower with yellow and blue petals and a red base is shown. In the center, a large white circle contains the word "Preguntas" in a bold, dark blue font. The background is a composite of tropical elements: a circular inset showing a beach with turquoise water, a rocky shore, and a dense green forest; and several green palm fronds extending from the right side. The overall composition is clean and modern, with a light blue and white color palette.

Preguntas



¿Cómo participar?

1. Levante su mano. El moderador le permitirá participar.
 2. Cuando le den la palabra, por favor active su cámara y micrófono.
 3. Una vez que realice su consulta, por favor apague su cámara y micrófono.
- 



**Gracias por su
participación**