



## Resultados del primer semestre

*Período de seis meses terminado el 31 de Marzo de 2017 y 2016*

*Ramón de Mendiola*

Director General

*Carlos Manuel Rojas*

Director de Finanzas y Servicios Corporativos



## **RESULTADOS OPERATIVOS**

*Ramón de Mendiola,  
Director General*



## **RESULTADOS FINANCIEROS**

*Carlos Manuel Rojas,  
Director Financiero y  
Servicios Corporativos*



## **FIFCO 2020**

*Ramón de Mendiola,  
Director General*



## **PREGUNTAS**

# RESULTADOS OPERATIVOS

*Ramón de Mendiola* | Director General



- Utilidades netas de Fifco en el primer semestre decrecen un -13.3% vs. Año Anterior atribuible a :
  - Menores Utilidades Operativas (-12.3% vs AA) en nuestro principal negocio de Bebidas en Costa Rica, compensado parcialmente por negocio de alimentos e inmobiliario.
  - Mayores gastos por diferencial cambiario compensado por menores gastos financieros
  - Menores resultados de las compañías asociadas (Cervecería Panamá y Comegua)
- La administración, consciente de este desempeño, está tomando las medidas correctivas de reducción de gastos y costos para mitigar los efectos de menores tasas de crecimiento de volumen y precio.

# Segmento Bebidas



**Decrecimiento en volumen de -1,4%**

## CR - Bebidas con Contenido Alcohólico

- Cervezas importadas de bajo precio.
- Mezcla desfavorable por Bohemia y no aumento de precios
- Clima desfavorable (Huracan Otto y altas precipitaciones)
- Semana Santa en Abril

## EEUU - Bebidas con Contenido Alcohólico

- Decrecimiento de Cerveza Artesanal/Labatt
- Crecimiento de Seagram's Escapes
- Mercado de Prueba, Imperial en San Diego y Colorado

## Jugos, Néctares, Refrescos, Tés, Agua

- Incremento de participación de mercado en las principales categorías:
  - Gaseosas: +4.1pp
  - Agua: +1.6pp
  - JNBRT: +1.2pp
  - Energéticas PET: +5.1pp
- Alta competencia de precios bajos en Tés y Bebidas de Frutas
- No aumento de precios

## Innovación permanente del portafolio de bebidas

- Bavaria Red, Bendito Té, Genesee en Costa Rica
- Lanzamiento de Bliss en Guatemala
- Smirnoff Electric, Tropical/SunTea Herbales en Centroamérica
- Extensión de líneas en EEUU (Genesee Brewhouse Series y Latas Artesanales)

# Segmento Bebidas



## Fuerte Activación de Marcas

- **Cerveza CR:** Mi verano es Imperial, Pilsen Movember, Pilsen Hermanos, Bavaria Tu Mejor Verano
- **BAS CR:** Bamboo Se Armó, Bliss El color del Verano.
- **No Alcohólicos:** Tropical Actitud Verano

## Marcas con Propósito

- **Imperial Agua Positiva:** Primera cerveza en el mundo con una huella positiva en el ambiente.
- **Pilsen Movember:** Campaña para apoyar la lucha contra el cáncer de próstata.

## Experiencias de consumo

- Nuevo Bar Imperial en Hotel Westin Playa Conchal
- Inauguración de Tienda de la Birra
- 1er. Feria Internacional del Vino.

## Eventos Especiales

- Rediseño de Barra Imperial creando una nueva experiencia.
- Diseño de nuevos conceptos adecuados a cada marca y consumidor.

# Segmento Bebidas



## Contrabando se extiende a otras categorías

- Volumen de Destilados impactado por el contrabando y bajos precios en la frontera sur de Costa Rica
- Contrabando se amplía a Vinos y Bebidas Alcohólicas Saborizadas (Smirnoff Ice)



## Inversiones en Capacidad de Producción

- Fuertes inversiones en capacidad de almacenamiento y producción en Costa Rica y Estados Unidos:
  - Ampliación CEDI
  - Edificio y Línea Latas
  - Cocimiento y Fermentación
  - Modernización Planta Rochester



## INCECA (Nicaragua) / Cervecería Panamá (Panamá)

- Inceca crece en utilidades por continuo aumento en volumen.
- Cerv. Panamá disminuye utilidades por efecto climático y mayor ambiente competitivo.



## Reconocimientos

- Pepsico otorga el premio como mejor embotellador de la región Latinoamericana.
- Walmart de Centroamérica reconoció a Florida Bebidas con el premio a la "Excelencia Logística" a nivel regional.

# Segmento Alimentos



## Crecimiento en volumen de +4.5%

- Aumento en Frijoles Refritos y Ketchup en todas las geografías.
- Crecimiento en productos de panificación.



## Fortificación de frijoles

- Lanzamiento de frijoles fortificados Ducal con Hierro y Vitaminas del complejo B para mejorar la nutrición de nuestros consumidores centroamericanos.



## Renovación de imagen Panaderías Musmanni

- Avance en proceso de renovación de panaderías.
- De 142 tiendas, 47 terminadas, remanente se completa en el resto del año.
- Apertura de 10 nuevas panaderías.



## Cambio de imagen Tiendas de Conveniencia Musi

- Lanzamiento de la marca Musi para las tiendas de conveniencia.
- De 67 tiendas, 39 terminadas, remanente se completa en el resto del año.
- Apertura de 7 tiendas.

# Segmento Inmobiliario



## Westin Playa Conchal continúa con operación de excelencia

- Hotel seleccionado como mejor hotel del año entre las marcas y resorts que conforman Marriott Internacional en Caribe y América Latina.
- Ligera disminución de la ocupación en el hotel y en rentas principalmente por efecto de las elecciones en EEUU.



## Administración de recurso hídrico

- Inició la operación de la planta de desalinización en Reserva Conchal.



## Torneo PGA en Reserva Conchal

- Se efectúa en el campo de golf de Reserva Conchal el Torneo PGA.



## Inicia construcción del hotel W

- Se inició la construcción del Hotel W Reserva Conchal con una inversión estimada en \$50MM

# Dimensiones Social y Ambiental



## Reporte Integrado con estándar GRI

- Primer empresa del mundo en reportar bajo la nueva metodología de estándares GRI, opción exhaustiva, lanzada en Octubre 2016
- Verificación a cargo del Centro Vincular de Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible.



**# 1**  
en Costa Rica

## Certificaciones

- En su última certificación como GPTW, FIFCO logra el primer lugar entre las mejores empresas para trabajar en Costa Rica, bajo la categoría de empresas con más de 1,000 colaboradores.
- El índice de liderazgo mejora en 2 puntos porcentuales



## Gestión del Cambio

- Enfoque en la gestión del cambio mediante el desarrollo de un programa de formación con la participación de más de 200 líderes de la compañía.



## Compromiso Social Interno

- Se consolida el programa de FIFCO Oportunidades
- 30% de los colaboradores que participan en el programa han salido de la pobreza.
- 638 personas impactadas directamente.



## Lanzamiento iniciativa "Air Brands"

- Define el propósito de cada marca, sus huellas y cuales son los siguientes pasos para lograr que sean "tan livianas como el aire" y minimizar las huellas sociales y ambientales

# RESULTADOS FINANCIEROS

*Carlos Manuel Rojas* | Director de Finanzas y Servicios Corporativos



# Resultados económicos



## Ventas Netas



- Mayor volumen de frijoles, salsa de tomate y panificación
- Venta de propiedad en Area Metropolitana
- Efecto climático durante el inicio de la estación alta en CR
- Mezcla desfavorable de cerveza / Semana Santa en Abril
- Mayores presentaciones familiares y reducción de precios en refrescos por competitividad
- Menor volumen de cerveza artesanal en EEUU

# Resultados económicos

## Utilidad Operativa

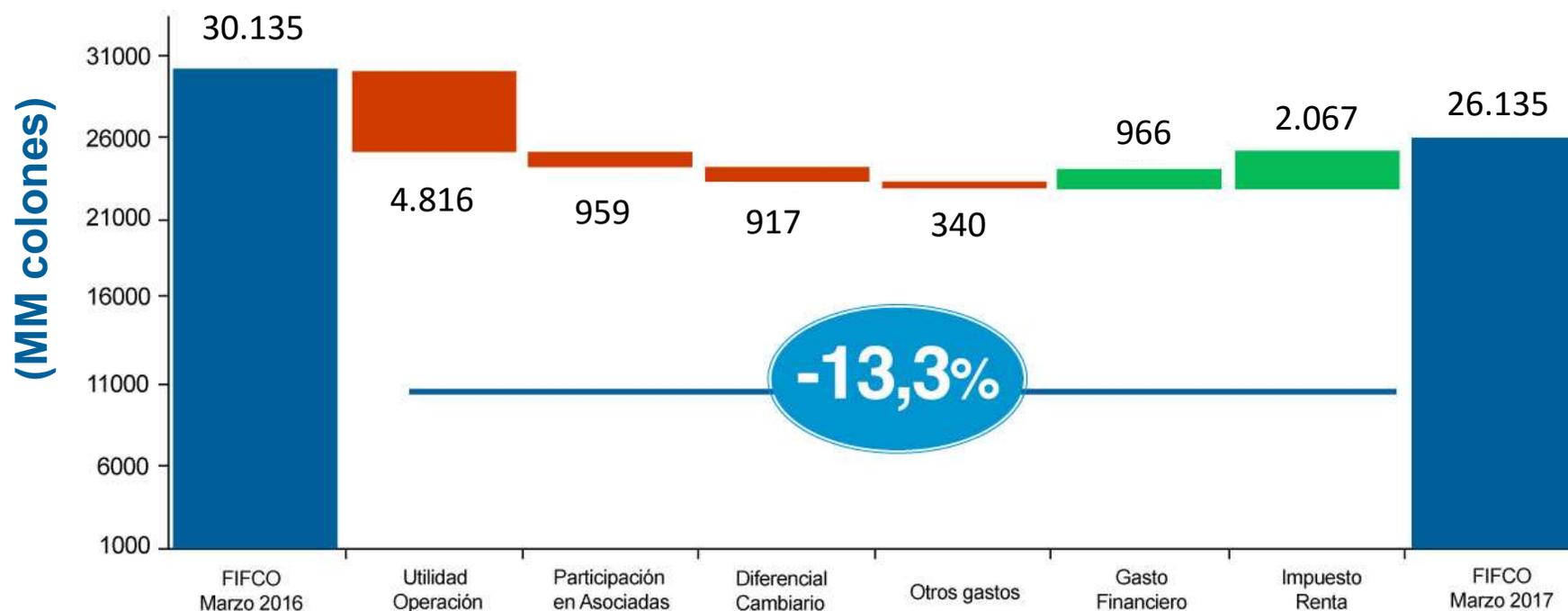


- Ventas en línea con año anterior
- Costos favorables por precio de materiales, productividades y absorción
- Mayores gastos operativos:
  - Mayor inversión en marcas en negocio de bebidas alcohólicas en CR
  - Estructura preparada para una mayor demanda esperada en CR
  - Estructura por separación de negocio artesanal y soporte a Walmart en EEUU
  - Amortización de software (inteligencia de negocios y módulos financieros)

# Resultados económicos



## Utilidad Neta\*



- Menor utilidad operativa
- Menor ingreso por participación en asociadas (Cervecería Panamá & Comegua)
- Mayores gastos por diferencial cambiario (devaluación)
- Menor impuesto sobre la renta (menor utilidad)
- Menores gastos financieros (estructuración deuda/capital)

\* Atribuible a los accionistas (neto de participación minoritaria)

# Balance de situación



En Millones de Colones

	MARZO		VARIACIÓN	
	2017	2016	Abs	%
Efectivo y equivalentes	35,339	39,401	(4,062)	-10.3%
Cuentas por cobrar, neto	63,548	62,746	802	1.3%
Inventarios	70,952	63,122	7,830	12.4%
Otros activos	31,506	26,602	4,904	18.4%
<b>Total activos circulantes</b>	<b>201,345</b>	<b>191,871</b>	<b>9,474</b>	<b>4.9%</b>
Inmuebles, planta y equipo, neto	257,928	240,495	17,433	7.2%
Inversión en asociadas	64,503	59,725	4,778	8.0%
Intangibles y Crédito Mercantil	274,830	266,700	8,130	3.0%
Otros activos	99,846	99,120	726	0.7%
<b>Total activos a largo plazo</b>	<b>697,107</b>	<b>666,040</b>	<b>31,067</b>	<b>4.7%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>898,452</b>	<b>857,911</b>	<b>40,541</b>	<b>4.7%</b>

## Activos Circulantes

**Efectivo:** Amortizaciones de deuda

**Inventarios:** Menores ventas e incremento por Semana Santa

**Otros:** Impuestos pagados por adelantado en etapa de producción del inventario no vendido ("build up" Semana Santa), anticipos a proveedores (proyectos Master Plan CR y construcción hotel), créditos fiscales GT

## Activos Largo Plazo

**Inmuebles, Planta y Equipo:** Master plan CR, modernización planta NAB y proyecto hotel en RC.

**Asociadas:** mayores resultados interanuales

**Intangibles:** Efecto por conversión e inversión en software, neto de venta de activos lácteos

**Otros:** Planta de salinización, neto de disminución de depósitos en garantía por garantías en cumplimiento

# Balance de situación



En Millones de Colones

	MARZO		VARIACIÓN	
	2017	2016	Abs	%
Préstamos bancarios	275,396	283,039	(7,643)	-2.7%
Bonos por pagar	55,250	55,250	-	0.0%
CxP/Gastos acum	82,476	68,388	14,088	20.6%
Otros pasivos	83,643	86,166	(2,523)	-2.9%
<b>Total Pasivos</b>	<b>496,765</b>	<b>492,843</b>	<b>3,922</b>	<b>0.8%</b>
Capital Social	93,632	93,749	(117)	-0.1%
Capital adicional pagado	54	54	-	0.0%
Utilidades retenidas y reservas	261,114	228,561	32,553	14.2%
Interés Minoritario	46,887	42,704	4,183	9.8%
<b>Total Patrimonio</b>	<b>401,687</b>	<b>365,068</b>	<b>36,619</b>	<b>10.0%</b>
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>898,452</b>	<b>857,911</b>	<b>40,541</b>	<b>4.7%</b>

## Pasivos

**Préstamos:** Amortizaciones de operaciones de largo plazo  
**CxP/Gastos Acumulados:** Cuentas por pagar a proveedores por inventarios/proyectos de inversión de capital, y provisión de gastos de personal  
**Otros:** Principalmente baja en provisión de impuesto sobre la renta por menores resultados

## Patrimonio

**Capital Social:** Disminución de capital por programa de recompra  
**Utilidades Retenidas:** Efecto interanual y participación en asociadas, neto de pago de dividendos

- Conscientes de los resultados del primer semestre y de los cambios relevantes en las categorías en que participamos, se están tomando las siguientes medidas:
  - Ya se estableció un **programa de contingencia de gastos**, y aceleración en la búsqueda de mayores productividades que permita disminuir el efecto negativo en las utilidades durante el segundo semestre.
  - En paralelo, se está trabajando con una firma consultora especializada en bebidas, para en conjunto efectuar un rediseño de la forma en que FIFCO operará en el mediano y largo plazo, basado en tres pilares:
    - **Presupuesto matricial para la gestión de los recursos**
    - **Redimensionamiento organizacional**
    - **Optimización de ruta al mercado en Costa Rica**

# FIFCO 2020

*Ramón Mendiola* | Director General





## ENRIQUECER CADA OCASIÓN DE CONSUMO DE BEBIDAS



### SOCIAL



- **COMUNIDAD:** 1 M HORAS
- **EMPLEADOS:** GPTW 90+
- **CONSUMO INTELIGENTE INTEGRAL**

### ECONÓMICO



- **VENTAS Y RENTABILIDAD**

### AMBIENTAL



- **AGUA**
- **EMISIONES**
- **RESIDUOS SÓLIDOS**

### ¿A DÓNDE JUGAREMOS?

- **NUEVAS GEOGRAFÍAS**
- **NUEVAS CATEGORÍAS**

### ¿CÓMO GANAREMOS?

- **MODELO COLABORATIVO**
- **DIGITALIZACIÓN**
- **EXPERIENCIAS**

## ESTRATEGIA

### ¿QUÉ CAPACIDADES REQUERIMOS?

- **LIDERAZGO**
- **EJECUCIÓN COMERCIAL**
- **SIMPLIFICACIÓN**

### SOCIAL

- **COMUNIDAD:** 400 MIL HORAS
- **EMPLEADOS:** GPTW 84 (CA)
- **CONSUMO INTELIGENTE DE ALCOHOL**

### ECONÓMICO

- **VENTAS NETAS:** 664.181 M DE COLONES
- **UTILIDAD OPERATIVA:** 111.663 M DE COLONES

### AMBIENTAL



- **CERO RESIDUOS 2011**
- **AGUA NEUTRAL 2012**
- **CARBONO NEUTRAL 2017**

## FIFCO 2016

De Costa Rica  
para el mundo



Somos una empresa que busca crear valor económico, social y ambiental para así **Compartir con el mundo una mejor forma de vivir**

Para el 2020 nuestra meta es hacer realidad 7 grandes compromisos con la sociedad.



**1** Completar 1 millón de horas de voluntariado



**2** Ser reconocido como una de las mejores empresas para trabajar



**3** Ser el referente del consumo inteligente de bebidas y alimentos



**4** Erradicar la pobreza a lo interno de nuestra compañía.



**5** Ser una empresa agua, residuos y carbono positivo a través de nuestras marcas



**6** Lograr 100% de reciclaje de nuestros envases



**7** Liderar con marcas que hacen del mundo un mejor lugar para vivir



- Resultados financieros del primer semestre afectados por menor tasa de crecimiento de volumen y precio, con mayores gastos operativos.
- FIFCO ya inició un proceso interno de revisión integral de la forma en que operará y gestionará los recursos en el mediano y largo plazo.
- Seguimos enfocados en nuestra estrategia así como nuestros compromiso de modelo de Triple Utilidad, que nos sigue posicionando como líderes ante nuestros públicos de interés.