



Resultados del Primer Trimestre 2023

Enero a Marzo



Agenda

- **Situación de los Negocios**
- **Resultados Financieros**
- **Perspectivas I Semestre**
- **Sección de Preguntas**

Seguimos operando en un entorno volátil con importantes impactos inflacionarios, y un consumidor retado a nivel de sus ingresos

 **Costa Rica**

Bebidas alcohólicas



Aumentos de precios, mezcla favorable (más “On-Premise”) con mayor inversión en mercadeo. Participación de mercado de cerveza se mantiene estable.

Refrescos



Mayor volumen y mayores precios, neto de mezcla desfavorables hacia presentaciones familiares.

Inmobiliario



“Momentum” en ocupación y tarifas en ambos hoteles, neto de menores ventas inmobiliarias.

Alimentos – Panificación



Aumento de precios y mayores transacciones en tiendas de conveniencia, neto de aumento de gastos por operación de mayor número de tiendas.

 **CAM**

Alimentos



Menor volumen con mezcla geográfica desfavorable (menores exportaciones a EEUU) y mayores costos (frijoles y concentrados de tomate).

 **EEUU**

Bebidas alcohólicas



Mayor costo por inflación, menor volumen y mezcla desfavorable, neto de mayores precios. Lanzamiento de Lipton Hard Tea en marzo 2023.



Cervecería Panamá



Aumento en utilidad bruta y menor gasto financiero, neto de mayor inversión en campañas de mercadeo.



INCECA Nicaragua



Crecimiento en bebidas alcohólicas saborizadas y refrescos.



COMEGUA



Crecimiento de doble dígito en utilidad operativa.

Una adecuada administración del entorno sigue siendo una prioridad



En 2022, hubo necesidad de trasladar aumento en costos al consumidor



Efecto inflacionario en materias primas y materiales de empaque, con tendencia a estabilizarse



FIFCO USA con mayor impacto en costos por renovaciones de ciertos contratos en 2022



Aumentos en salarios y gastos de operación por entorno inflacionario



Mayor inversión en apoyo a las marcas en todas las geografías y categorías

Nuestras marcas continúan evolucionando en la forma de conectar con nuestros consumidores



RTM SESIÓN DE SHAKIRA Y BIZARRAP



PROMOCIÓN DIGITAL JETCOINS

Promoción digital para aumentar valor de marca y crear fidelización.



RTM KERN'S

+3x tasa de interacción vs. promedio

Trascendiendo principalmente en fechas significativas



EDICIÓN ESPECIAL A&E: DÍA DE LA MUJER



SAN VALENTÍN 14 FEBRERO

¡San Valentín ahora es San Compín Pilsen! Qué mejor forma de demostrar el cariño a los compas que con un corazón lleno de Pilsen.



INSTITUIMOS EL "DIA DE LA GRANIZADA"

+5x "Earned Impressions" vs. promedio

Con innovaciones que sobrepasan la cotidianidad



**NUEVO BAMBOO GUAYNAA
EDICIÓN ESPECIAL**



NUEVO JET AM

Propuesta diferenciada de innovación con alto valor para el consumidor y el negocio



FRIJOLES CON CHORIZO Y TOCINO

Ingreso a nuevo segmento de frijoles premiurizando la categoría incentivando momentos de consumo apalancándonos de practicidad y sabor casero.

Y este verano, refrescamos los momentos más relevantes de la temporada



PLAYA IMPERIAL

Una iniciativa escalable pensada para adueñarnos de Tamarindo en semana santa, brindándoles a los consumidores una experiencia inolvidable



TROPICAL EN VERANO

Tropical fortalece el pilar de Refrescancia a través de una campaña con Design moderno y innovador.



TARDES BAVARIA

Activaciones durante los atardeceres de verano acompañadas de Bavaria Light, buena música, arte y gastronomía.

Cada vez, somos más relevantes fuera de nuestras fronteras

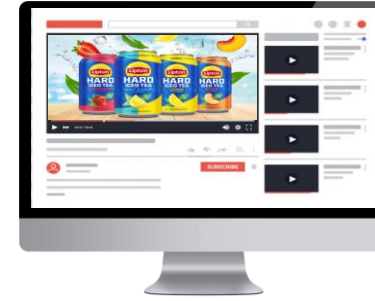
FIFCO USA:

Lanzamiento de “Lipton Hard Iced Tea”

Presentamos “Lipton Hard Iced Tea”: Cuatro bebidas saborizadas con 5% de alcohol, preparadas con el Té Frío favorito de Estados Unidos.



- ✓ Lanzamiento inicial en 10 estados
- ✓ Se espera sumar 17 estados adicionales durante el 2023, para un total de 27 estados y 60 ciudades
- ✓ En el segundo semestre del 2023, se verá un leve incremento en estados licenciados
- ✓ Meta total país para el 2024



YOUTUBE



STREAMING AUDIO



CTV



@collinyoungbull
728k followers

Facebook
Instagram

INFUENCER



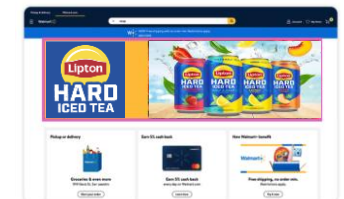
RIDESHARE



LIVE EVENT /
EXPERIENTIAL



EXTERNAL SIGNS



SHOPPER

El negocio de hospitalidad sigue con “momentum”



- Costa Rica se continúa perfilando con sitio preferido para vacacionar, con llegadas récord al aeropuerto LIR
- Se mantienen altos niveles de ocupación en ambos hoteles
- Se reflejan aumentos en las tarifas promedio
- En promedio, mejora el índice de satisfacción de los huéspedes
- Se mantienen buenas perspectivas para ventas inmobiliarias



Resultados Financieros

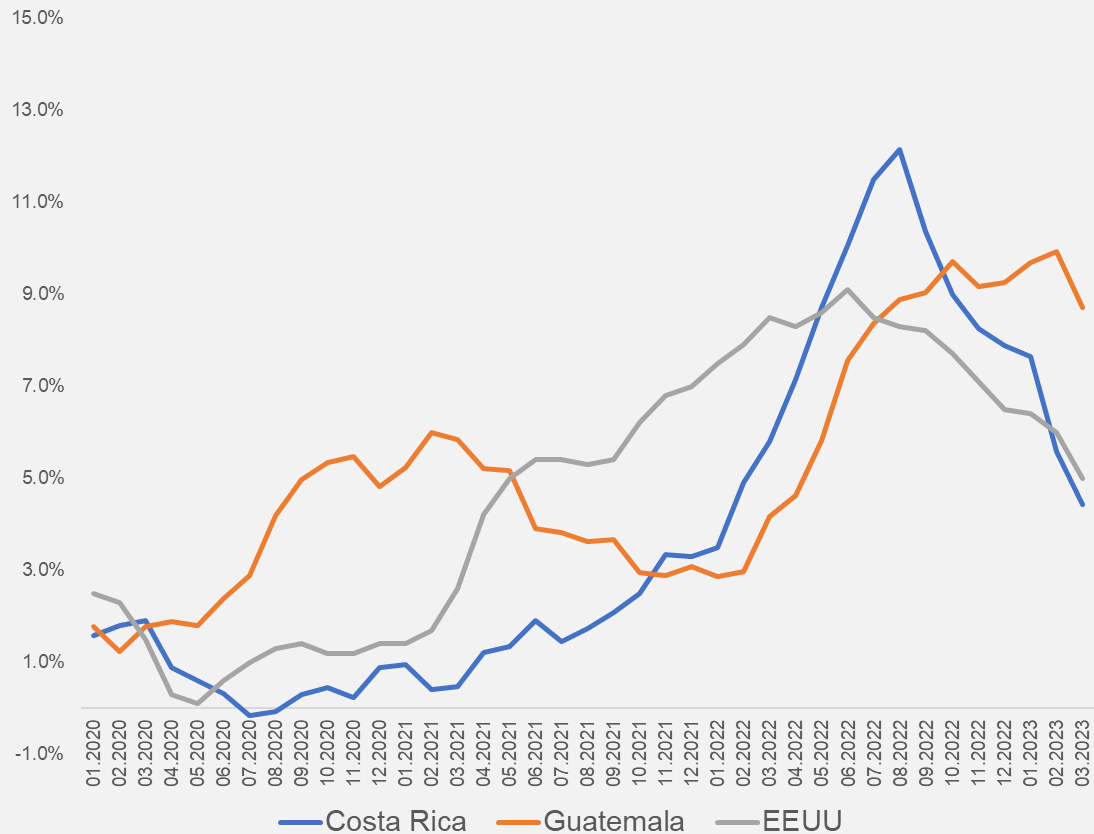
Primer Trimestre 2023

Enero a Marzo

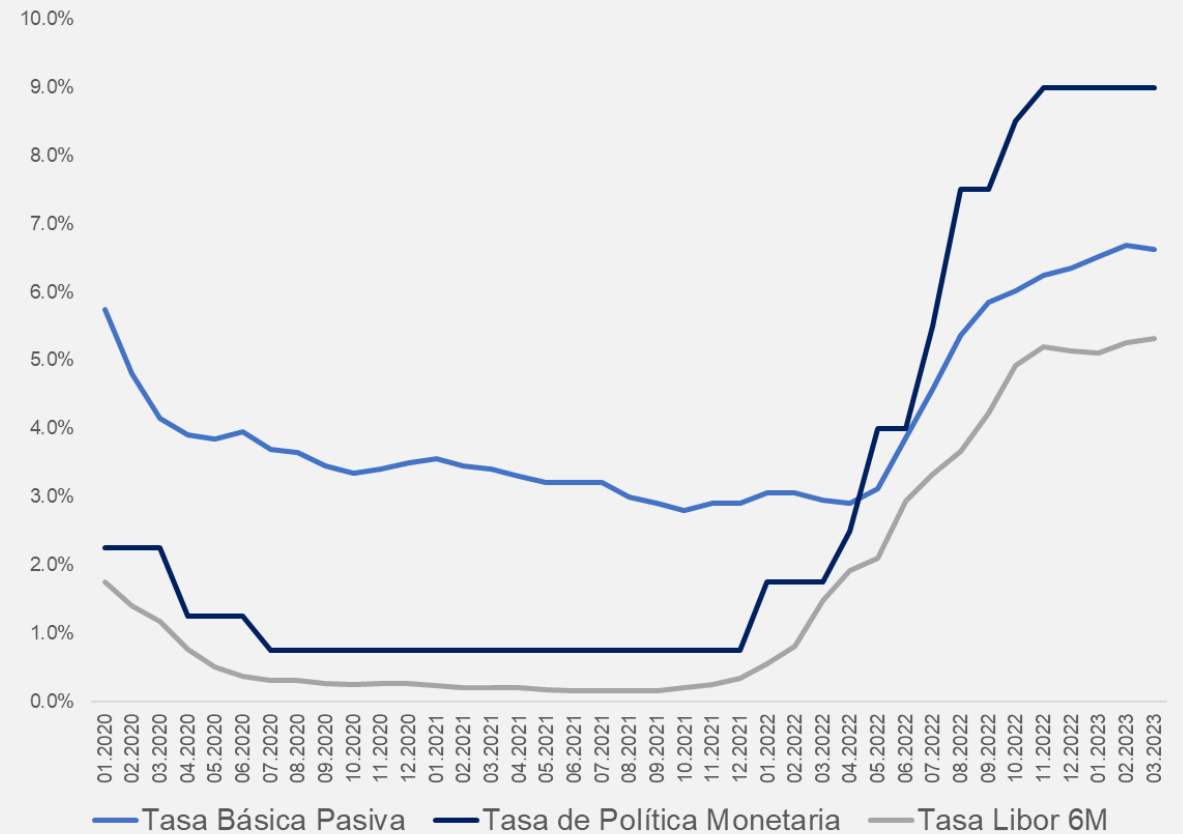
En Costa Rica, hemos operado en un entorno macroeconómico incierto . . .



... y se han observado aumentos importantes en la inflación en nuestras principales geografías



... así como mayores tasas de interés tanto en Costa Rica como en EEUU.



Resumen financiero

(en colones, comparativos vs. 2022, y referencia 2022 vs 2021)

Volumen Total Bebidas

+2%

2022 vs. 2021: -10%

Volumen Alimentos

-7%

2022 vs. 2021: +2%

Ventas Netas

+2%

2022 vs. 2021: +11%

Utilidad de Operación
antes de otros gastos

-12%

2022 vs. 2021: +10%

EBITDA ^a

-11%

2022 vs. 2021: +8%

Utilidad Neta
atribuible a los accionistas

+15%

2022 vs. 2021: +23%

Rotación de Inventario ^b
Bebidas y Alimentos

4.5x

2022: 4.1x

Índice de Liquidez ^c

1.0x

2022: 1.6x

Índice de Apalancamiento ^d
Bebidas y Alimentos

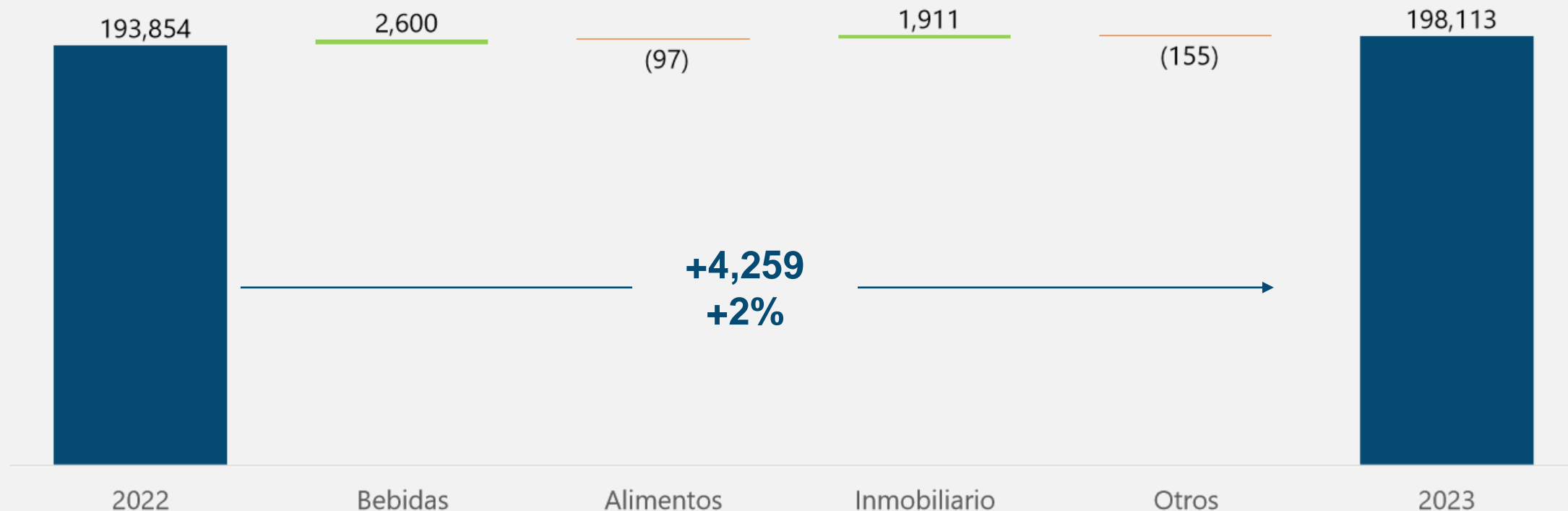
2.2x

2022: 2.0x

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

- Favorable en Centroamérica por aumento de precios en cerveza y refrescos, mayor volumen de refrescos y Bebidas Alcohólicas Saborizadas.
- Reducción en ventas en Estados Unidos en colones (+2% en dólares) por menor tipo de cambio.
- Menor volumen en vinos y destilados.

Alimentos

- Reducción de ventas de frijoles por volumen y mezcla desfavorable (menor venta a EEUU).
- Aumento en ventas de formato de conveniencia por más tiendas, más transacciones y mayores precios.

Inmobiliario

- Mayores niveles de ocupación hotelera (90% / 77% vs. 79% / 64% en 2022 en el Hotel Westin y W, respectivamente), con tarifa diaria más alta.
- Ausencia de venta de parcela en 2022.
- Ingresos en US\$ afectados por conversión.

Utilidad bruta (en millones de colones)



Bebidas

- Crecimiento en Cerveza en CR y no alcohólicos, neto de aumento en costos (materias primas, material de empaque, combustibles, fletes).
- Afectación en FIFCO USA por menor volumen, mayores costos y menor tipo de cambio.

Alimentos

- Reducción de ventas de frijoles por volumen y mezcla desfavorable (menores ventas a EEUU) y costos mayores.
- Aumento en ventas de conveniencia por más tiendas, más transacciones y mayores precios.

Inmobiliario

- Mayores niveles de ocupación hotelera en el Hotel Westin y W, con aumento en las tarifas
- Ausencia de venta de parcela en 2022.

Utilidad de operación antes de otros gastos (en millones de colones)



Bebidas

- Menor utilidad en EEUU por menores ventas por tipo de cambio, mayores costos e inversión en lanzamiento de Lipton Hard Tea.
- Utilidad operativa crece en Centroamérica por mayores ventas, neto de mayores inversiones de mercadeo efecto inflacionario en gastos.

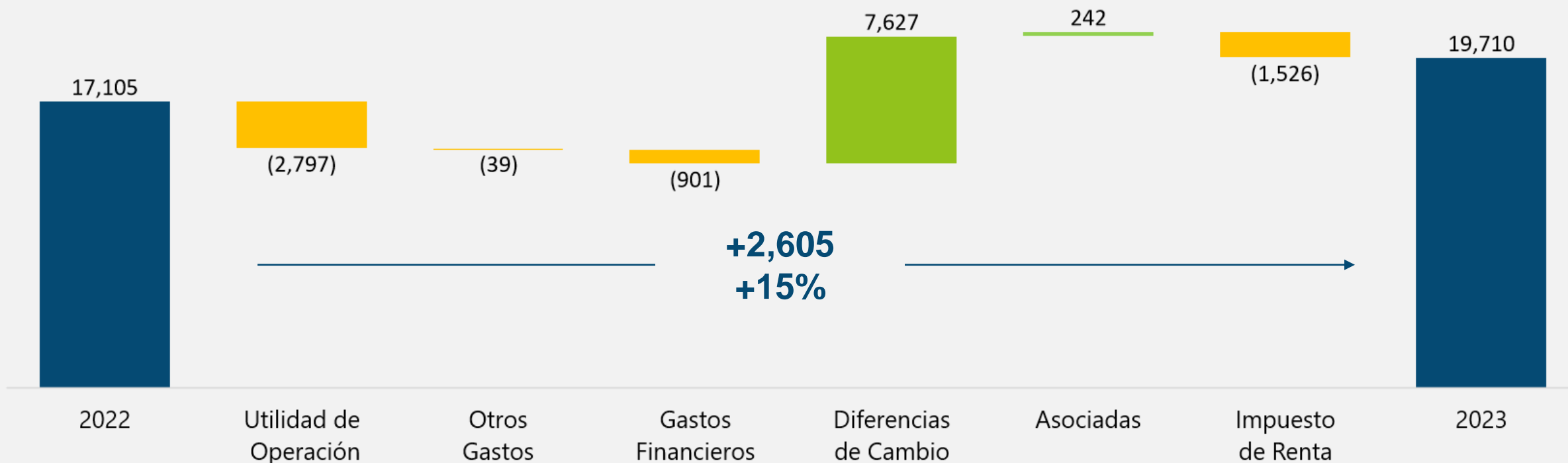
Alimentos

- Desfavorable en frijoles y salsas de tomates por menor utilidad bruta aunado a aumentos en gastos de operación.
- Se mantiene favorabilidad en el segmento de Retail a pesar de la apertura de varias ubicaciones.

Inmobiliario

- Mayores niveles de ocupación hotelera en el Hotel Westin y W, complementado por aumento en las tarifas.
- Efecto inflacionario en gastos de operación, así como mayores comisiones a operador.
- Ausencia de venta de parcela en 2022.

Utilidad neta atribuible a accionistas (en millones de colones)



Gasto Financiero, Neto

Desfavorable por mayores tasas de interés, y mayores comisiones bancarias por uso de tarjeta de crédito.

Diferencial Cambiario

Favorable por apreciación del colón (-¢56.04; -9.3%) en 2023 vs. devaluación (+¢21.85; +3.4%) en 2022, sobre la base de la posición pasiva neta en \$.

Asociadas

Ligeramente favorable por crecimiento en Inceca (Nicaragua) y Comegua.

Impuesto de Renta

En el 2022, se aplicaron créditos fiscales en Hospitalidad por mejores resultados, vs. provisión de impuesto de renta corriente en 2023.

Lo que visualizamos para el I semestre . . .



Los aumentos de precios del 2022 en Costa Rica superan los efectos inflacionarios en gastos de operación



Tres meses completos de de Lipton Hard Iced Tea en el 2Q, siguiendo el plan de lanzamiento



Lanzamiento de marcas de Diageo en México, complementando el portafolio propio



Se espera mantener buenos resultados en los hoteles con operación más eficiente, y mayores ventas de bienes raíces



Sección de Preguntas