



Resultados del Primer Semestre 2023

Enero a Junio



Agenda

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

A pesar de seguir operando en un entorno volátil, los negocios logran una importante recuperación en el segundo trimestre



Bebidas alcohólicas		Aumentos de precios en Cerveza y crecimiento en volumen en Bebidas Alcohólicas Saborizadas. Participación de mercado de cerveza se mantiene estable.
Refrescos		Mayor volumen y precios, con mezclas favorables hacia presentaciones personales.
Inmobiliario		“Momentum” en ocupación y tarifas en ambos hoteles y mayores ventas inmobiliarias, neto de efecto de conversión.
Alimentos Panificación/Retail		Aumento de precios y transacciones por punto de venta.

A pesar de seguir operando en un entorno volátil, los negocios logran una importante recuperación en el segundo trimestre

 Costa Rica	Bebidas alcohólicas		Aumentos de precios en Cerveza y crecimiento en volumen en Bebidas Alcohólicas Saborizadas. Participación de mercado de cerveza se mantiene estable.
	Refrescos		Mayor volumen y precios, con mezclas favorables hacia presentaciones personales.
	Inmobiliario		“Momentum” en ocupación y tarifas en ambos hoteles y mayores ventas inmobiliarias, neto de efecto de conversión.
	Alimentos Panificación/Retail		Aumento de precios y transacciones por punto de venta.
 CAM	Alimentos		Menor volumen con mezcla geográfica desfavorable (EEUU), mayores costos (frijoles y concentrados) y efecto de conversión.
 EEUU	Bebidas alcohólicas		Mayor costo por inflación, menor volumen y efecto cambiario, neto de mayores precios. Lanzamiento de Lipton Hard Tea en Q1 2023.
	Cervecería Panamá		Aumento en utilidad bruta y menor gasto financiero, neto de mayores gastos de operación.
	INCECA Nicaragua		Crecimiento en todas las categorías.
 	COMEGUA		Crecimiento de doble dígito en utilidad operativa.

Se fortalece nuestra marca líder con un AuténTICO acercamiento a los costarricenses

Fortaleciendo nuestro orgullo



Motivando a construir nuestra mejor versión



Capitalizando la temporada de verano con entretenimiento y contenido



El portafolio de cerveza continúa construyendo sobre sus plataformas y territorios estratégicos

Ocasiones de consumo con Bavaria como Recompensa



Impulsar frecuencia de consumo en ocasiones de compas



Continuidad al patrocinio más relevante de la marca



Un crecimiento acelerado a doble dígito categoría bebidas alcohólicas saborizadas en todo Centroamérica

Introduciendo un nuevo segmento



Democratizando los cocktails



Impulsando lo global



Refrescos toma mayor relevancia con los consumidores por medio de plataformas de innovación en producto y comerciales

Transformando nuestra comunicación

Innovando en ocasiones de consumo

Potenciando plataformas globales



En Costa Rica, evolucionamos en nuestras formas de Comercialización

Las plataformas digitales & asistidas ya representan un **69%** (vs. 59% en 2022) de las ventas*

FILL Plataforma eCom.

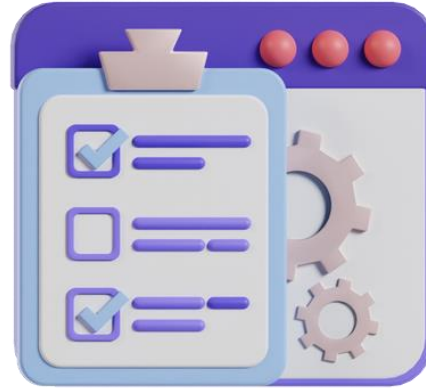
39,7% del volumen (2021: 30%)



Plataforma EDI

24,6% del volumen (2022: 24%)

EDI (Electronic Data Interchange)



Se mantiene cobertura en las grandes cadenas de SMK (Musi, Walmart, Automercado, Mega Súper, AMPM..)

Plataforma Televenta

4,3% del volumen (2022: 5,7%).



Ajustes en 2do Trimestre hacia un modelo de atención, transformando equipo en agentes multi función (Venta y Servicio)

**Mejora Sostenida en el promedio general en
Calificación de Servicio al Cliente (+NPS): 67% (+10 pp vs. 57%)**

Estados Unidos experimenta un segundo trimestre más estable vs. 2022

3 meses de Lipton Hard Tea en el mercado



Volumen de Cerveza repuntando

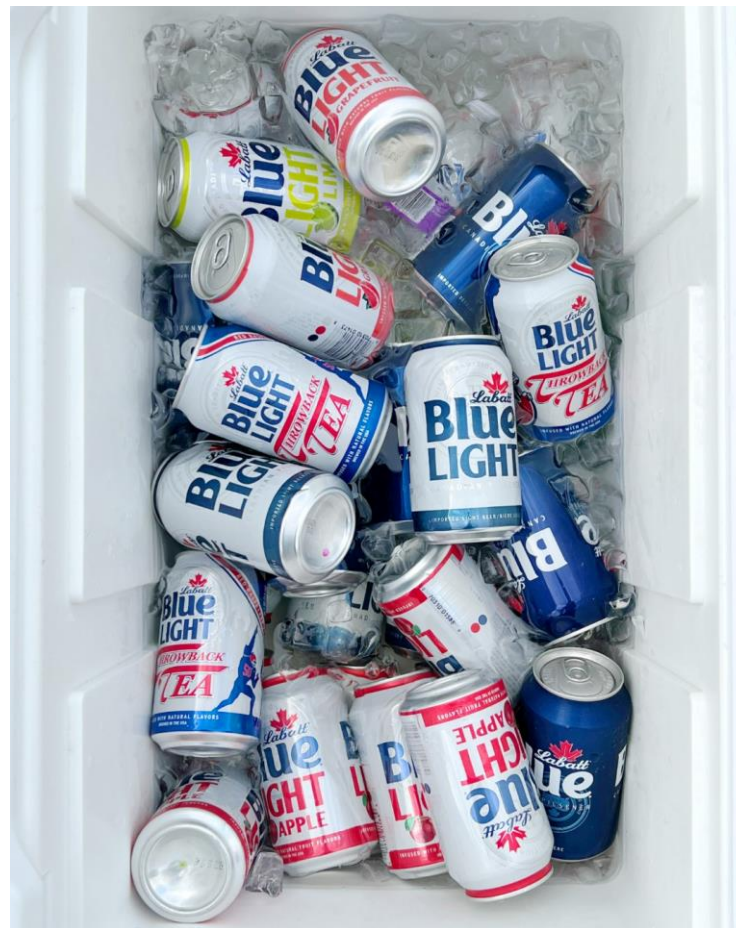
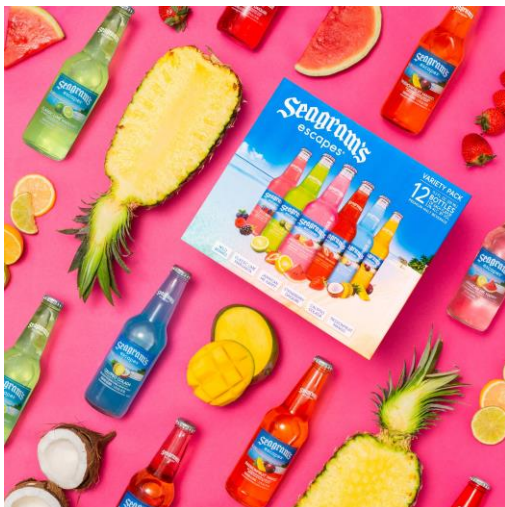


Nuevo formato de Seagram's Escapes



- Se reflejan ya 3 meses del lanzamiento de Lipton Hard Tea, luego de fuerte inversión en el Q1
- Volumen de cerveza repunta, particularmente Labatt
- Los costos tienden a nivelarse, con menores precios en fletes

Reto de negocio en EEUU



- Ventas de Seagram's Escapes continúan con tendencia decreciente, en un entorno altamente competitivo
- Demanda inesperada de Labatt supone un reto de cadena de suministro en el corto/mediano plazo
- Para el segundo semestre, se espera una estabilización del negocio por menores costos de producción (reingeniería de cadena de suministros), gastos de operación

Seguimos potenciando el negocio de México

Incorporando Smirnoff al portafolio

NUEVO

SABOR REFRESCANTE



EXTRAORDINARIA COMBINACIÓN

EL ABUSO EN EL CONSUMO DE ESTE PRODUCTO ES NOCIVO PARA LA SALUD. EVITE EL EXCESO.
PERMISO DE PUBLICIDAD NO. 233300201A0424 www.alcoholinformate.org.mx

SMIRNOFF

Fortaleciendo el segmento de Hard-Setzlers

Seagram's
escapes
— HARD SELTZER —

Tu lado
Lemonade

NUEVO



0 Carbs. | 100 Calorías | 5% Alc. Vol.

Compitiendo en el segmento de cocktails con innovaciones

SEÑAL QUE ESPERABAS
ENCONTRARTE
PARA IRTE DE FIESTA

NUEVA
BAMBOO
BEBIDA ALCOHÓLICA PREPARADA
SABOR
PALOMA



EL CONSUMO EXCESIVO DE ESTE PRODUCTO ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. SE PROHIBE SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS. PUNTO DE VENTA: 4400 CAPSULAS 3000 BOTTLES. EL CONSUMO EXCESIVO DE ESTE PRODUCTO ES DAÑINO PARA LA SALUD Y CREA ADICCIÓN.

Y nuestro negocio de hospitalidad e inmobiliario mantiene “momentum”



- Costa Rica se continúa perfilando con sitio preferido para vacacionar, con renovado interés para inversión en bienes raíces
- Los hoteles mantienen altos niveles de ocupación (Westin: 90% vs. 82% en 2022; W: 69% vs. 67% en 2022), a mejores tarifas promedio, y operando más eficientemente
- Se mantienen buenas perspectivas para ventas inmobiliarias

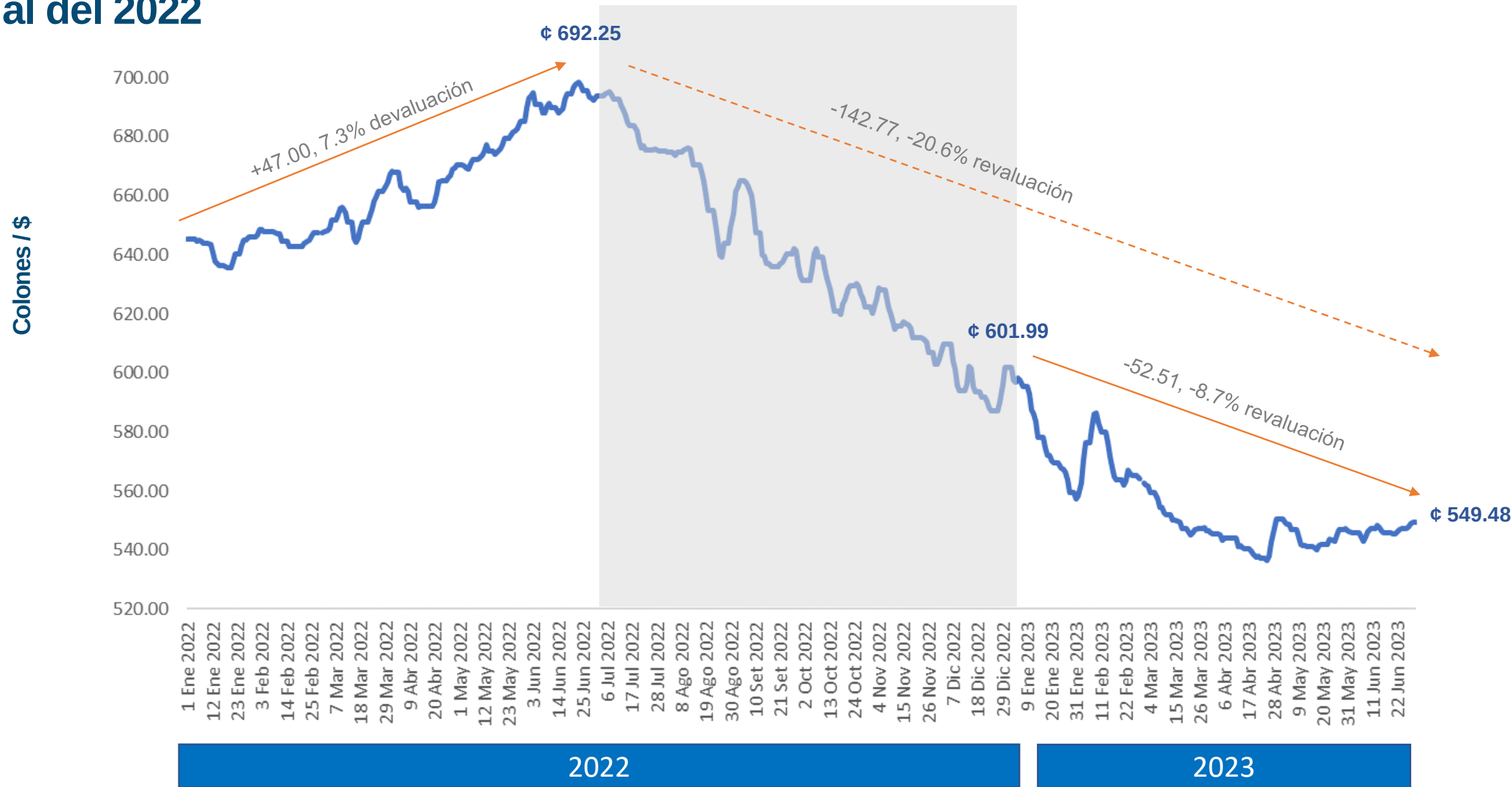


Resultados Financieros

Primer Semestre 2023

Enero a Junio

En Costa Rica, el comportamiento de tipo de cambio en el 2023 fue muy distinto al del 2022



El efecto de tipo de cambio tiene una afectación relevante en los EEFF

Negocios cuya moneda funcional es el colón (negocios domiciliados en Costa Rica)

- En el estado de resultados, los rubros denominados en US\$ (materias primas/materiales de empaques importados, ciertos gastos, así como tarifas hoteleras en \$) se convierten a menor tipo de cambio.
- Aplica el **efecto de diferencial cambiario** por la posición activa o pasiva neta en moneda extranjera que se mantenga.
- En el caso de FIFCO, al cierre de junio 2023 se tiene una **posición pasiva neta** (e.g., préstamos bancarios, arrendamientos financieros, cuentas x pagar) de ~\$114mm.
- Esos pasivos netos se revalúan a un menor tipo de cambio, generando una **ganancia cambiaria** de ₡6,563 mm (vs. pérdida cambiaria durante los primeros 6 meses en el 2022).
- El efecto se muestra en los resultados del periodo en la línea “Diferencias de Cambio, neto”, en este caso afectando positivamente la **utilidad neta**.

Negocios cuya moneda funcional no es el colón (negocios domiciliados fuera de Costa Rica)

- Todo el estado de resultados se convierte a un menor tipo de cambio.
- Aplica un **efecto de conversión al colón** en todas las partidas del balance a nivel de presentación de los estados financieros,
- En el caso de FIFCO al cierre de junio 2023, en esos negocios denominados en moneda extranjera, se tienen **activos netos de pasivos** superiores a los \$350mm.
- Esos activos netos se convierten a un menor tipo de cambio, generando un **efecto de conversión negativo** de ₡19,816 mm (vs. conversión positiva en 2022).
- Ese efecto se muestra en la línea de “Otros Resultados Integrales,” y a nivel de balance se refleja como una baja en las **reservas contables (estados de cambios en el patrimonio)**.

Resumen financiero

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

Volumen Total Bebidas

+2%

2022 vs. 2021: -5%

Volumen Alimentos

-5%

2022 vs. 2021: +4%

Ventas Netas

-2%

2022 vs. 2021: +16%

Utilidad de Operación
antes de otros gastos

-0.2%

2022 vs. 2021: +11%

EBITDA ^a

-2%

2022 vs. 2021: +7%

Utilidad Neta
atribuible a los accionistas

+22%

2022 vs. 2021: +29%

Rotación de Inventarios ^b
Bebidas y Alimentos

4.7x

2022: 3.9x

Índice de Liquidez ^c

0.9x*

2022: 1.3x

Índice de Apalancamiento ^d
Bebidas y Alimentos

2.0x

2022: 2.1x

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 *1.1x luego de refinanciamiento de 2 series de bonos durante julio

d. (Endeudamiento – Efectivo) / EBITDA

Ventas netas (en millones de colones)



Bebidas

- Impacto por efecto de conversión en operaciones fuera de Costa Rica.
- EEUU con menor volumen de BAS, mayores precios
- Favorable en Centroamérica por aumento de precios en cerveza CR y refrescos, así como mayor volumen de BAS y refrescos.

Alimentos

- Menores ventas de frijoles por volumen (normalización de inventarios EEUU), mezcla desfavorable, e impacto de conversión.
- Aumento en ventas de formato de conveniencia por más tiendas, más transacciones y mayores precios.

Inmobiliario

- Mayores niveles de ocupación hotelera (de 90%/69% vs. 82%/67% en 2022 en el Hotel Westin y W, respectivamente).
- Tarifa diaria más alta.
- Mayores ventas inmobiliarias.
- Conversión afecta negativamente.

Utilidad bruta (en millones de colones)



Bebidas

Alimentos

Inmobiliario

- En Centroamérica, aumento de precios en todas las categorías, mayor volumen en refrescos y BAS, costos ligeramente favorables.
 - Menor utilidad en EEUU por impacto de inflación en costos y absorción por menor volumen en BAS, con menor tipo de cambio.
- Normalización de inventarios EEUU con mayores costos.
 - Aumento en ventas de conveniencia por más tiendas, más transacciones y mayores precios.
- Mayores niveles de ocupación hotelera a tarifa diaria más alta.
 - Aumento en ventas inmobiliarias.

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



Bebidas

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

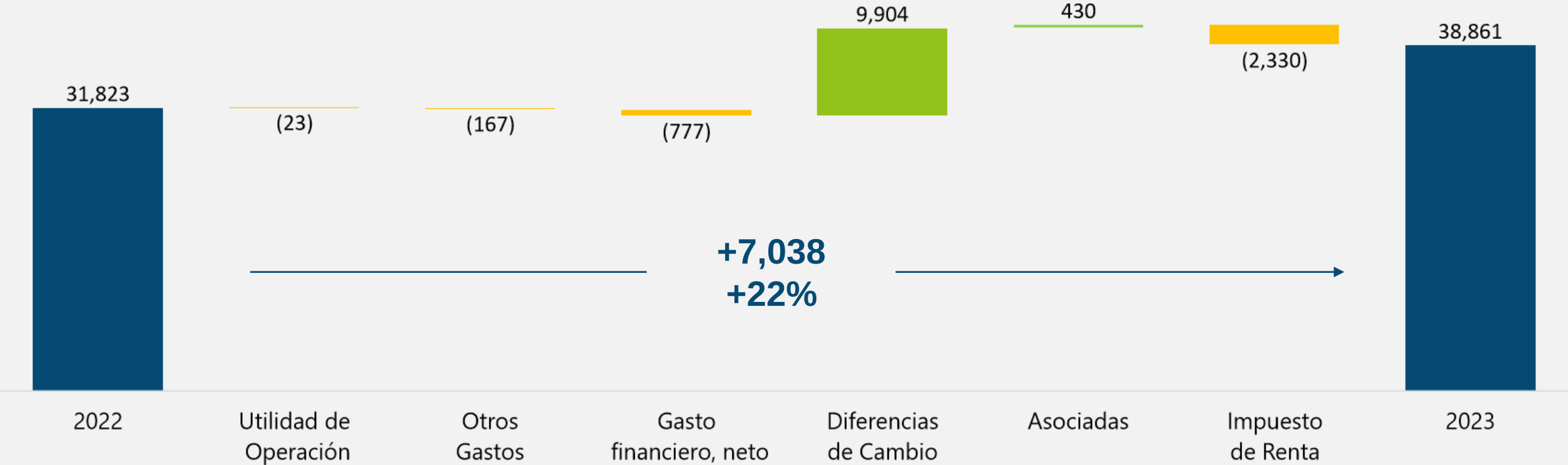
Alimentos

- Desfavorable principalmente en frijoles 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 a tarifa diaria más alta.
- Aumento en ventas inmobiliarias.

Utilidad neta atribuible a accionistas (en millones de colones)



Gasto Financiero, neto

Desfavorable por mayores tasas de interés, principalmente en bonos con tasa variable.

Diferencias de Cambio

Favorable por apreciación del colón (-¢52.51; -8.7%) en 2023 vs. devaluación (+¢47.00; +7.3%) en 2022, sobre la base de una posición pasiva neta en \$.

Asociadas

Favorable principalmente por crecimiento en Inceca (Nicaragua) y Comegua, neto de la apreciación cambiaria.

Impuesto de Renta

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

A nivel de rentabilidad, el segundo trimestre muestra una importante mejora vs. 2022, comparado con el primer trimestre

	2023		
	Q1	Q2	1 Sem
Ventas Netas	2%	-5%	-2%
Utilidad de Operación*	-12%	↔ 13%	-0.2%
EBITDA	-11%	↔ 6%	-2%
Utilidad Neta**	15%	↔ 30%	22%

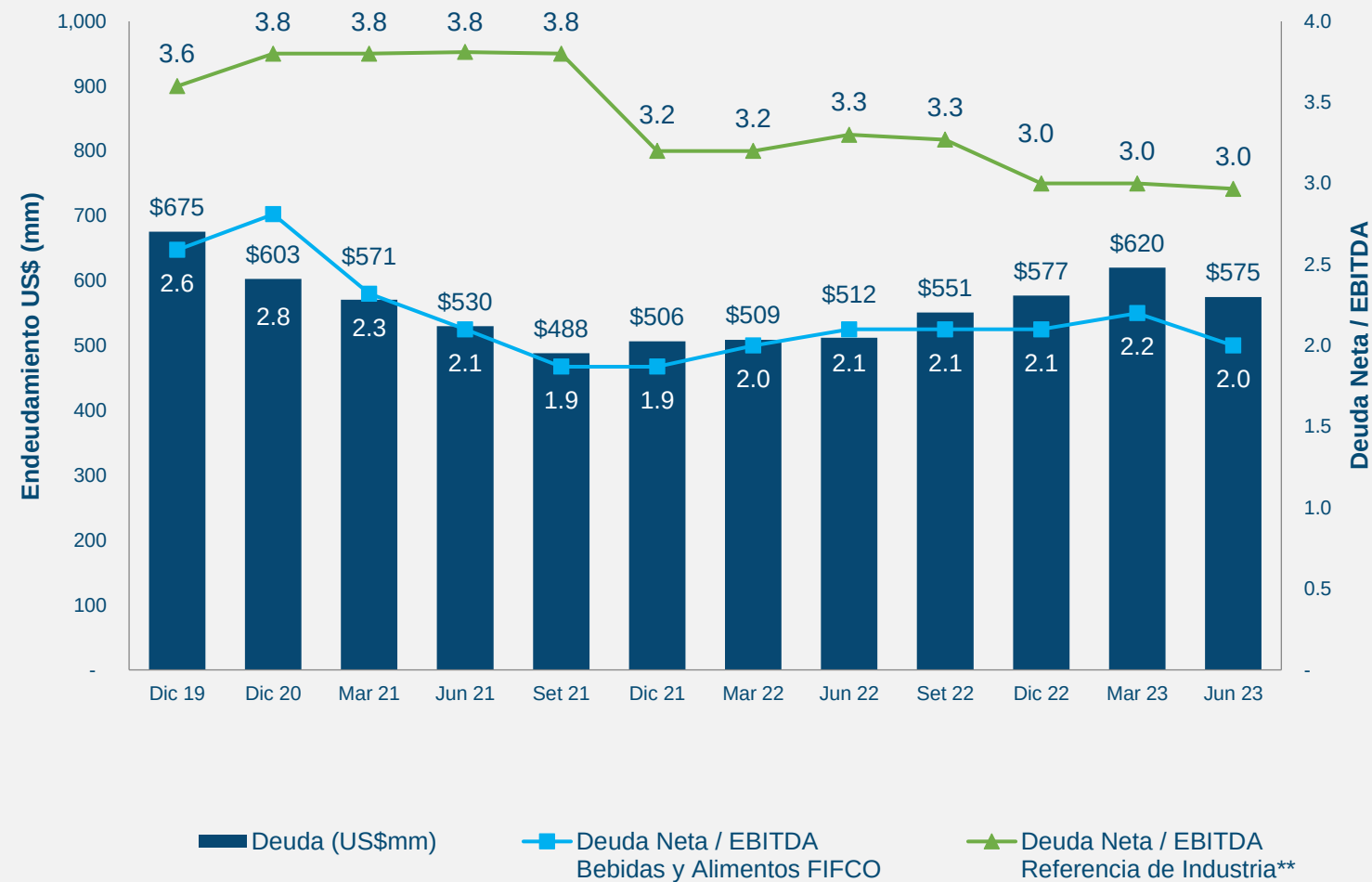
- Principales variables:
 - Aumentos en márgenes con mejor desempeño y menores costos en Centroamérica, así como menores fletes en EEUU.
 - Menor inversión en mercadeo luego de fuerte activación de Imperial en Costa Rica y lanzamiento de Lipton en EEUU en el Q1.
- Se aumenta la favorabilidad del efecto de diferencial cambiario.

*Antes de otros gastos

**Atribuible a accionistas

Evolución del 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

Dividendos continúan en aumento, manteniendo un balance fortalecido



	Dividendos		Indice Pago Dividendos	Rentabilidad Dividendos
	CRC mm	USD mm		
2016	24,831	44.8	42.7%	3.4%
2017	27,959	48.9	44.5%	3.1%
2018	27,386	46.9	56.8%	3.4%
2019	27,705	47.5	62.7%	4.4%
2020	13,962	23.8	93.1%	3.1%
2021	23,272	37.0	43.8%	4.6%
2022	35,498	54.7	46.3%	5.4%
2023*	36,840	62.8	44.5%	6.4%
CAGR**	5.8%	4.9%		

* Últimos 12 meses a Junio 2023

** Tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR por sus siglas en inglés)

Lo que visualizamos para el resto del año . . .



El negocio de bebidas en Costa Rica y Centroamérica seguirá con buen desempeño, y alimentos con tendencia de recuperación. EEUU más estable



En general, visualizamos el inicio de un entorno más favorable y estable en la cadena de suministro



Seguiremos consolidando las alianzas con Pepsico (EEUU) y Diageo (México)



Se espera mantener buen desempeño en los hoteles, y continuar con buenas ventas de bienes raíces, si bien afectado por tipo de cambio



Sección de Preguntas