



# INFORME DE RESULTADOS

Tercer Trimestre ✦ 2024



14 de noviembre, 2024



# AGENDA

- Situación de los Negocios
- Resultados Financieros
- Sección de Preguntas

# Se continúa capitalizando las oportunidades en la mayoría de los negocios

 <b>Costa Rica</b>	Bebidas alcohólicas		Crecimiento leve de volumen de cerveza y bebidas alcohólicas saborizadas (BAS) con menores costos y mezcla favorable (mayor retornabilidad).
	Refrescos		Mayor volumen con crecimiento de doble dígito en bebidas carbonatadas, tés, aguas y funcionales, así como mayor participación de mercado.
	Alimentos Panificación/Retail		Mayor volumen de panificación, aumento de precios e incremento en transacciones por punto de venta, con varias aperturas de tiendas.
	Inmobiliario		Menores ventas inmobiliarias y efecto de la apreciación del colón (todos los ingresos denominados en \$), neto de mayores tarifas hoteleras.
 <b>CAM</b>	Bebidas/Alimentos		Aumento de volumen de frijoles principalmente en EEUU, con menores costos y mayores precios promedio.
 <b>EEUU</b>	Bebidas alcohólicas		Menores gastos de mercadeo, así como mejores precios/fletes y mayor volumen de maquila, neto de menor volumen de Seagram's Escapes.
 <b>MEX</b>	Bebidas alcohólicas		Volumen creciente, con mayores descuentos y costos logísticos.
	Cervecería Panamá		“Momentum” de mayor volumen y participación de mercado.
	INCECA Nicaragua		Crecimiento en todas las categorías, neto de mayores gastos operativos.
 <b>COMEGUA</b>			Menor nivel de exportaciones, principalmente Brasil y el Caribe.

# Conquistando el corazón de nuestros consumidores



Imperial inicia la celebración de sus 100 años, con las historias más icónicas de Costa Rica, impresas en nuestras latas para crear una edición coleccionable de 50 latas, ¡la más grande de nuestra historia!



Pilsen presentó su nueva experiencia para los compas: "La Bóveda Pilsen", dos ediciones que fusionaron el disfrute de la cerveza con el emocionante universo del "gaming", música en vivo y fiesta.



Bavaria celebró la temporada cervecera y el Oktoberfest, introduciendo una edición especial y experiencias que permitieron al consumidor disfrutar la tradición alemana.



Heineken conecta con nuestro público objetivo recordándoles lo satisfactorio que es el "primer ahhh!" al beber una Heineken.

# Conquistando el corazón de nuestros consumidores



Pepsi continua en su etapa de lanzamiento de nueva imagen, con la plataforma de compartir tu comida con una Pepsi, reforzando las ocasiones de consumo del portafolio.



JET refuerza con una campaña de credenciales de marca, que construye sobre la energía perfecta para recargar al consumidor de buena vibra.

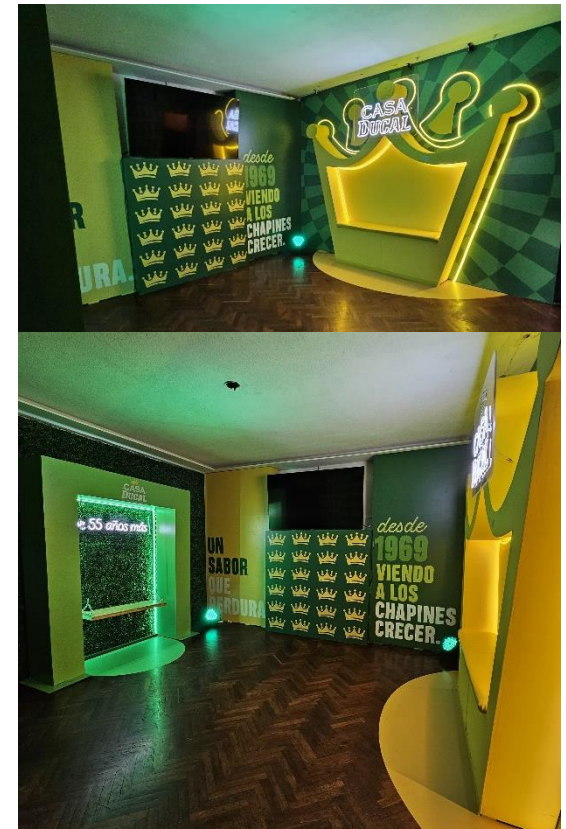


Adán & Eva posicionándose en el territorio de la liberación con su campaña Elijo Elegirme en su fase emocional.



Smirnoff amplía su portafolio de BAS en México. Electric Guava viene a expandir la oferta de sabores y fortalecer la alianza con Smirnoff Vodka.

# Conquistando el corazón de nuestros consumidores



Ducal celebra su aniversario cumpliendo 55 años en la mesa de sus consumidores, y les agradece por la lealtad y preferencia. Celebramos con una campaña que ve hacia el futuro, para estar Por 55 Años Más.

Después de tantos años donde el consumidor ha abierto las puertas de su casa a Ducal, es momento que Ducal le abra sus puertas a CASA DUCAL. Por primera vez en la historia de la marca, Ducal abre su primer restaurante, una experiencia gastronómica donde todo el menú, desde la entrada hasta el postre está elaborado con Frijoles Ducal, para demostrar la versatilidad del frijol.

# Relanzamos la convención nacional con los mayoristas de FIFCO USA, con importantes mensajes para el 2025



Se plantea el reto de que Lipton Hard Iced Tea se convierta en la marca #2 de Té con Alcohol en los Estados Unidos, ahora que se amplía la distribución en más estados.



Se presenta una propuesta más moderna y contemporánea de Seagram's Escapes, con 20% menos de azúcar y colores más claros, atendiendo nuevas tendencias del consumidor.



Se anuncia una nueva alianza con la popular plataforma WWE "Entretenimiento de Lucha Libre" para potenciar en el segmento de BAS con mayor contenido alcohólico en canales de conveniencia.



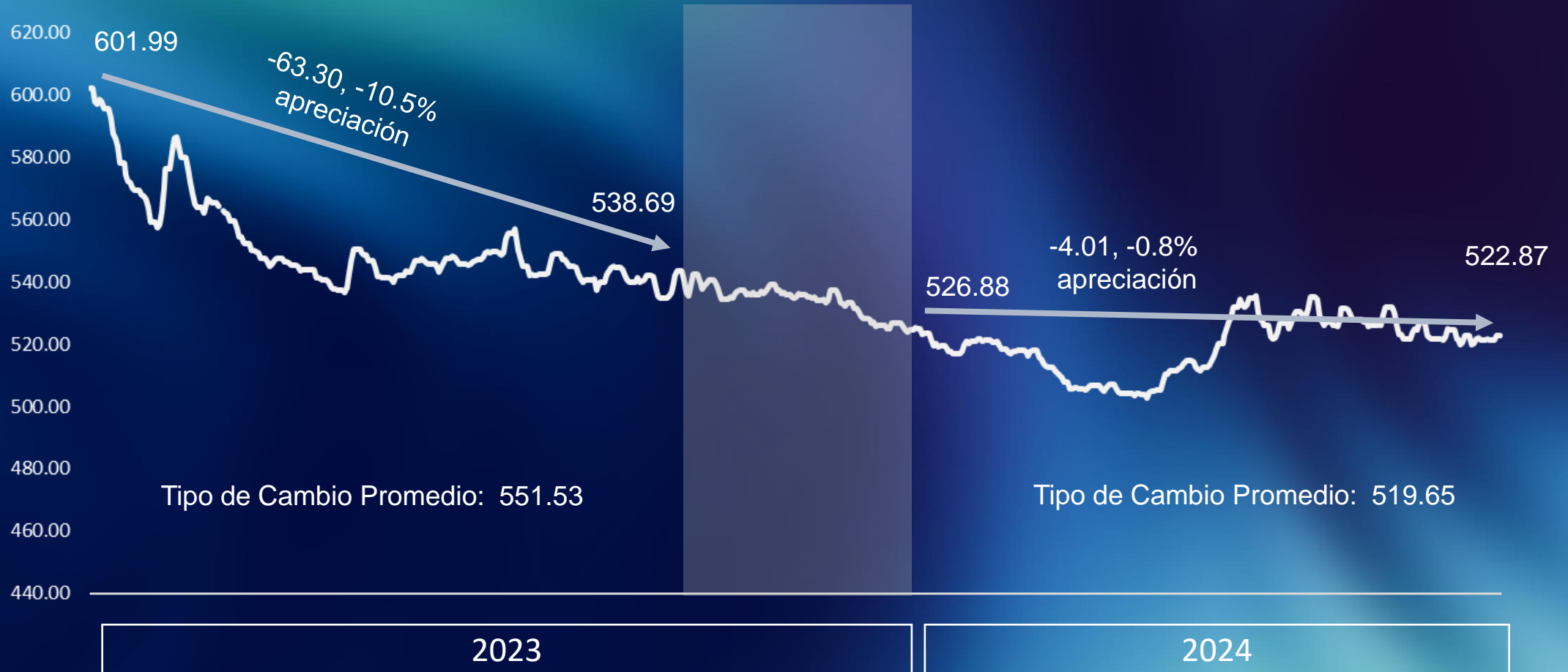
# RESULTADOS FINANCIEROS

Enero – Setiembre 2024





# Evolución del tipo de cambio en Costa Rica



(comparativos vs. 2023)

**Volumen  
Total de  
Bebidas**

**+1%**

**Volumen  
Total de  
Alimentos**

**+7%**

(en colones, comparativos vs. 2023)

**Ventas  
Netas**

**+1%**

**Utilidad de  
Operación**  
antes de otros gastos

**+15%**

**EBITDA**

**+12%**

**Utilidad Neta**  
atribuible a accionistas

**+2%**

(comparativos vs. 2023)

**Rotación de Inventarios**

**3.9x**  
-0,6

**Índice de Liquidez**

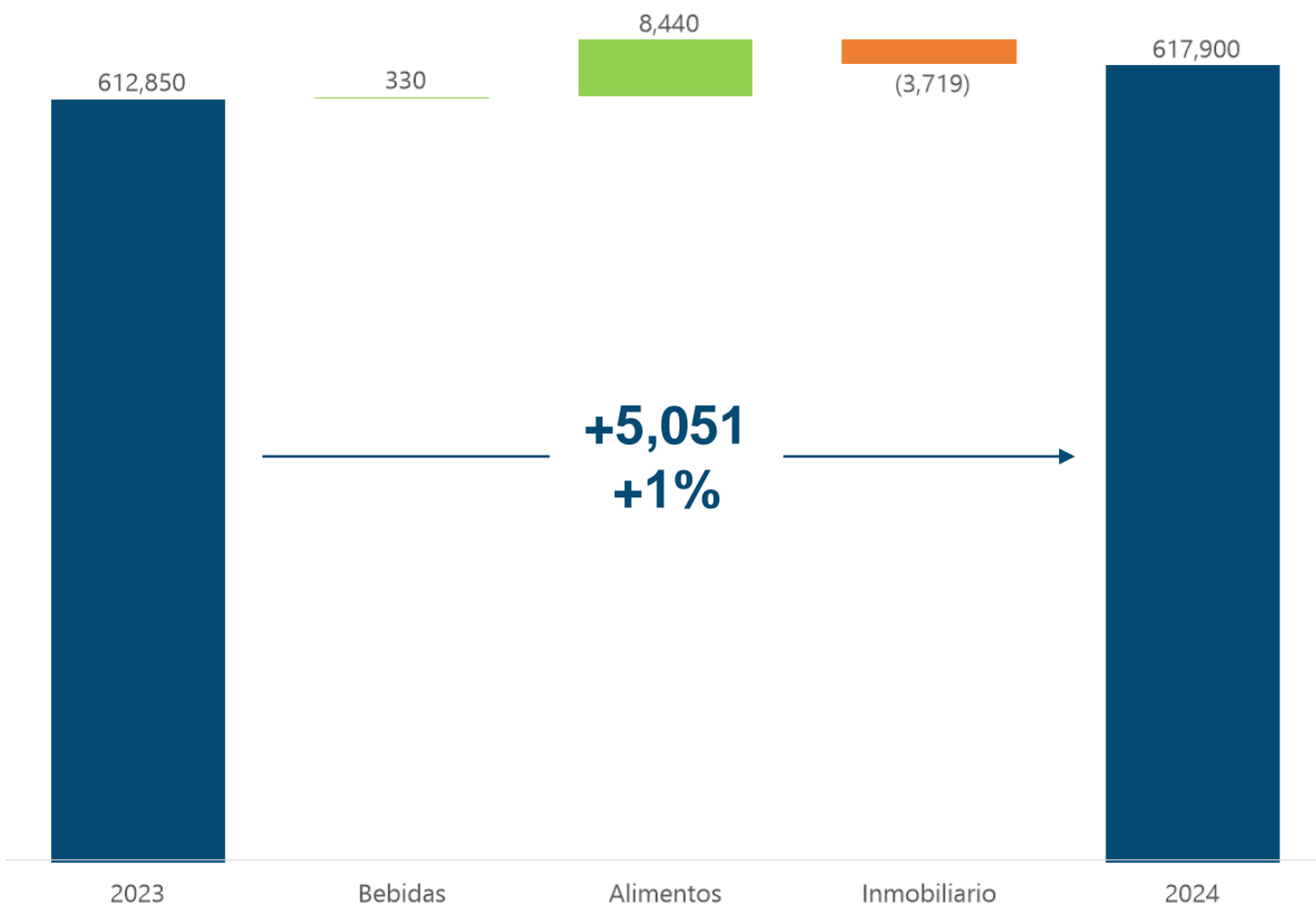
**1.0x**  
=

**Índice de Apalancamiento**  
Bebidas y Alimentos

**1.7x**  
-0,2

# Ventas netas

(en millones de colones)



## Bebidas

- Mayor volumen de BAS y Cerveza, con mezcla hacia marcas mainstream y premium, neto de menores vinos y destilados.
- Crecimiento en bebidas carbonatadas, té, aguas y funcionales.
- Menores ventas en USA (-0.6% en \$), sumado al efecto de conversión de operaciones fuera de Costa Rica.

## Alimentos

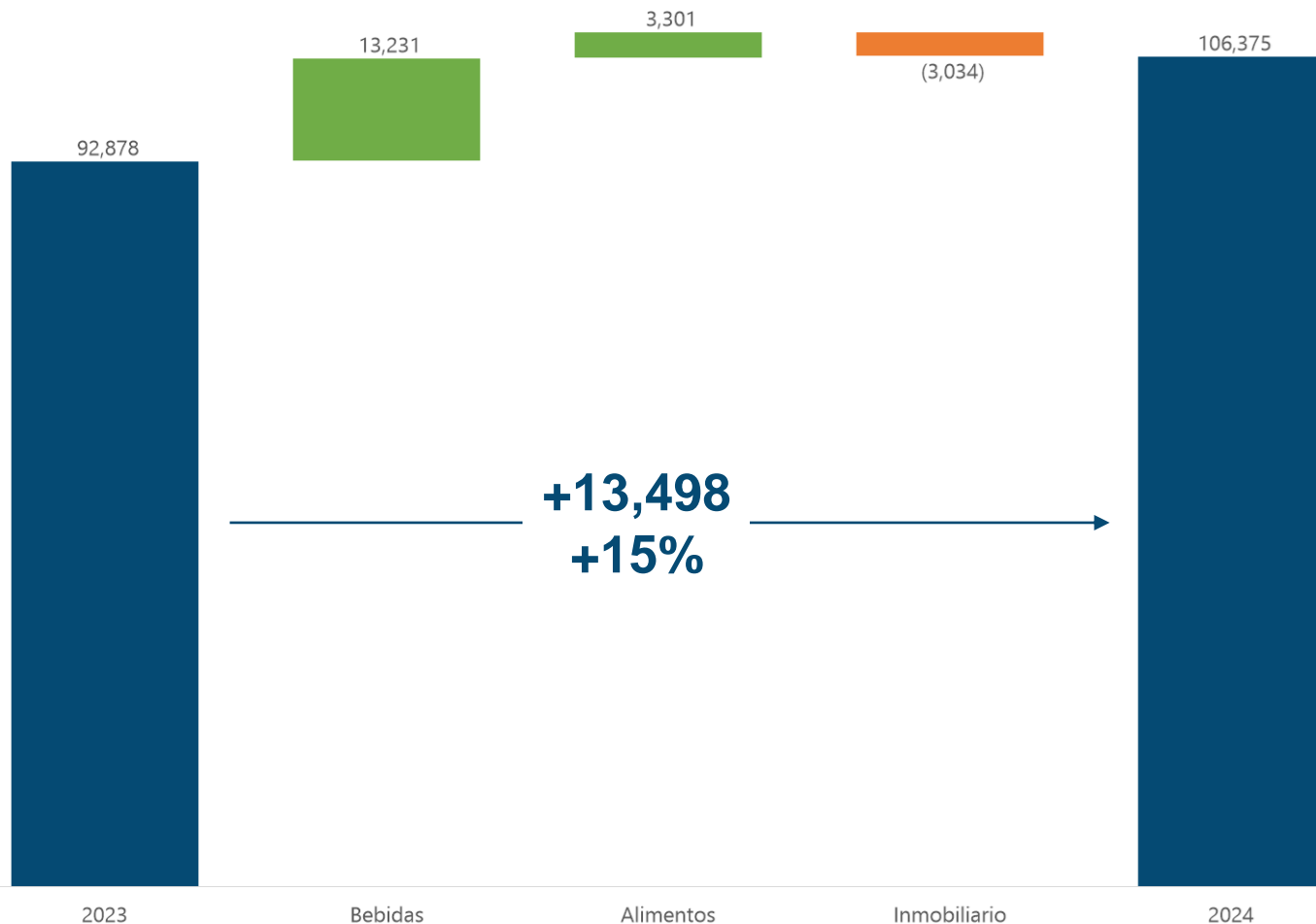
- Aumento en ventas de formato de conveniencia por más tiendas, más transacciones y mayores precios.
- Volumen, mezcla, precios y descuentos favorables en frijoles, neto del efecto de conversión.

## Inmobiliario

- Menores ventas inmobiliarias (vs. ventas de varios lotes y parcelas de desarrollo en 2023).
- Al estar los ingresos denominados en dólares, conversión afecta negativamente.
- Compensa parcialmente una tarifa hotelera diaria más alta.

# Utilidad de Operación\*

(en millones de colones)



## Bebidas

- En Costa Rica y Centroamérica, refleja crecimiento en todas las categorías, con mayor margen por menores costos de producción con mezcla favorable, en un contexto de la contención del gasto.
- Utilidad de operación en Estados Unidos ligeramente por arriba por mezcla en producto maquilado, mayores precios y menores gastos de mercadeo.

## Alimentos

- Mayor volumen, mezcla geográfica favorable con mayores precios y costos favorables en frijoles, neto de mayores gastos (fletes, tarifas de transporte y gastos asociados a mayor número tiendas).

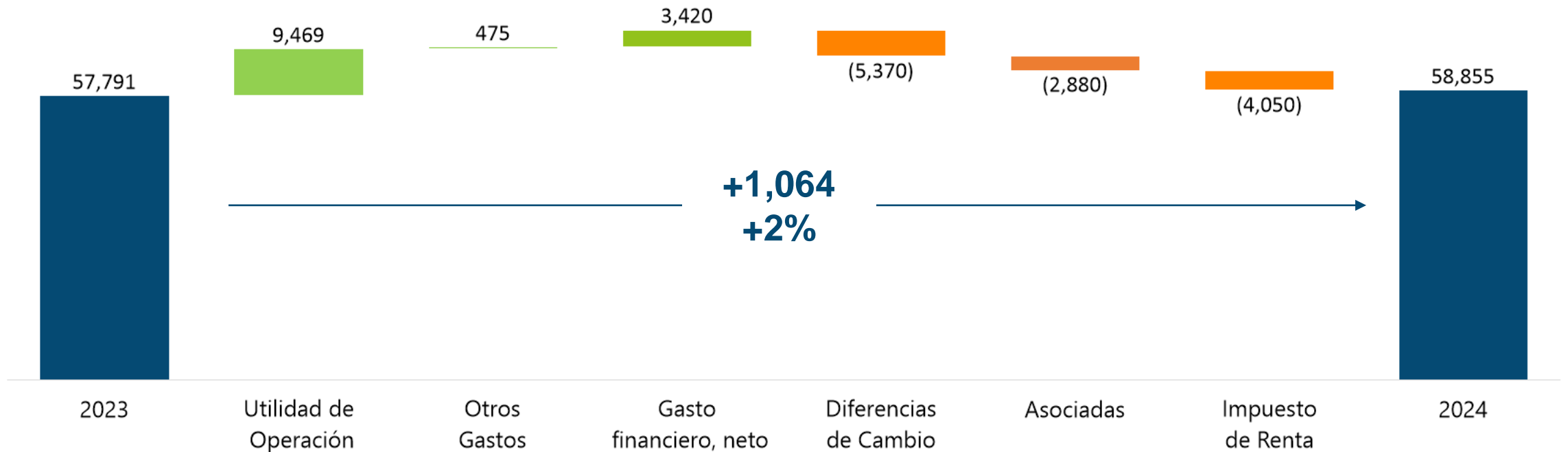
## Inmobiliario

- Menores ventas inmobiliarias (vs. ventas de mayor número de lotes y parcelas de desarrollo en 2023).
- Al estar los ingresos denominados en dólares, conversión afecta negativamente.
- Compensa parcialmente una tarifa hotelera diaria más alta. 14

\*Antes de otros gastos

# Utilidad neta atribuible a accionistas

(en millones de colones)



## Gasto Financiero, Neto

Favorable por reembolso de excedente en cobro de comisiones bancarias de años anteriores.

## Diferencias de Cambio

Desfavorable por una leve apreciación del colón (-¢4.01; -0.8%) en 2024 vs. una apreciación significativa en 2023 (-¢63.30; -10.5%), sobre la base de la posición pasiva neta en dólares.

## Asociadas

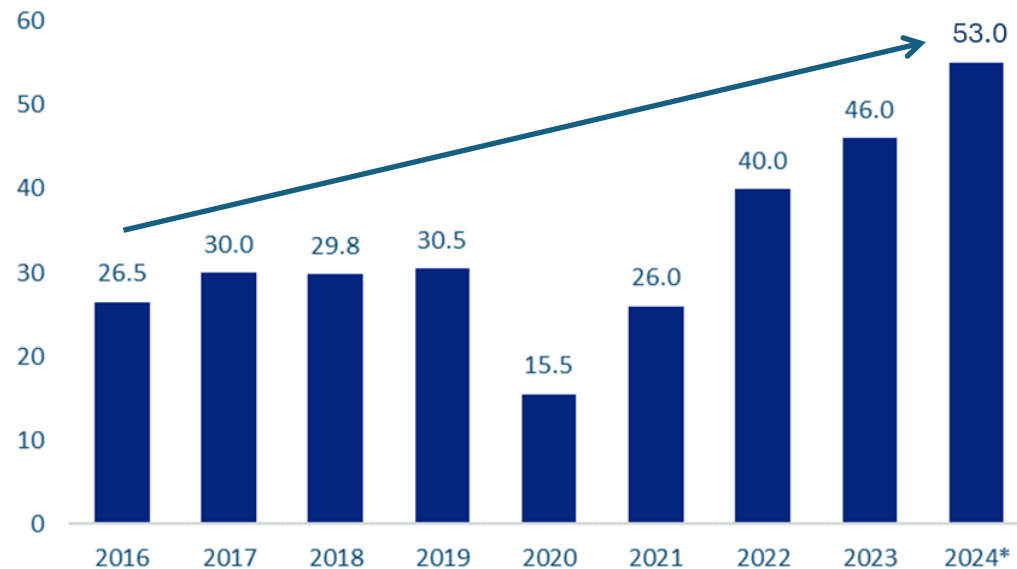
Desfavorable principalmente por resultados de Comegua, aunado al efecto de conversión.

## Impuesto de Renta

Mayor provisión por mejores resultados en 2024

# Tendencia de pago de dividendos

Dividendos por Acción (colones)



Año	Dividendos		Índice Pago Dividendos	Rentabilidad Dividendos
	CRC mm	USD mm		
2016	24,831	44.8	45.5%	3.4%
2017	27,959	48.9	45.9%	3.1%
2018	27,386	46.9	61.7%	3.4%
2019	27,705	47.5	56.1%	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	46.7%	6.0%
2023	39,908	73.6	51.4%	7.1%
2024*	45,659	86.8	58.0%	6.9%
CAGR**	7.9%	8.6%		

El 2024 se perfila como año récord en pago de dividendos

\* Últimos doce meses (Dic 23 – Set 24)

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



# Lo que visualizamos para el resto del año



A pesar del importante efecto climatológico de las últimas semanas, se mantienen planes robustos para la temporada alta en Costa Rica



Negociación con cadenas de supermercados para potenciar a Lipton Hard Iced Tea en los Estados Unidos en 2025



**¡GRACIAS**  
POR SER ÚNICOS Y  
**GENUINOS!**

Con profundo sentimiento, Imperial da la gracias a sus consumidores a lo largo y ancho del país



Cerraremos el año con la mejor celebración que verá Costa Rica en el 2024: los 100 años de Imperial

---

# PREGUNTAS

---





# INFORME DE RESULTADOS

Tercer Trimestre ✦ 2024



14 de noviembre, 2024