

FLASH Bx+

LALA DAY.- NUEVO CICLO

Septiembre 25, 2019

Grupo Lala llevo a cabo su encuentro con anual con analistas, en donde presentó su nuevo ciclo de crecimiento basado en un proceso de renovación de marcas, creatividad, innovación y tecnología, lo que le permitirán mantener una expansión en rentabilidad. La empresa espera un margen EBITDA para México de 13.5% a 14.0% en 2020, y de 10% en Brasil, con avances marginales tanto en EEUU como en Centroamérica.

Adicionalmente, espera crecer las inversiones en promedio el 3.5% y 4.0% para 2019 y 2020. El 48% de las inversiones estará destinado a mantenimiento y productividad, el 35% estará enfocado en iniciativas de crecimiento, y el 17% será destinado al cumplimiento de sustentabilidad y gobierno corporativo. Otro punto que destaco es el nivel de apalancamiento, mismo que esperan se ubique en 2.9x en 2019 y en 2.5x para 2020. No obstante destaco que en temas de adquisiciones se mantiene atenta a que puedan generarse nuevas oportunidades.

Las bases de crecimiento que se plantea Lala estarán dentro de un nuevo modelo de negocio que denomina "Ciclo Virtuoso", enfocado en mejorar el crecimiento, lograr una mayor rentabilidad, impulsar las operaciones globales, tener una cultura corporativa que genere una mayor afinidad a la empresa.

LALA: Modelo de Circulo Virtuoso.



Fuente: Presentación Lala Day.

Actualmente Lala atiende diferentes segmentos de negocio, el 53% de sus ventas corresponden al segmento de leche, el 43% se concentra en productos lácteos, y el 4% corresponde al segmento de bebidas y embutidos.

El incremento esperado en México esta basado en productos de mayor rentabilidad, una mejora en el capital de trabajo en procesos de producción, logística y el uso de análisis de datos. De igual manera para Brasil, el objetivo es crecer en nuevos nichos de mercado como queso, donde estiman un fuerte potencial.

Para EEUU el objetivo es reorientar la estrategia de crecimiento, enfocado al mercado hispano. Asimismo, esperan fortalecer la capacidad de las plantas, para lo cuál ha logrado acuerdos con terceros. En Centroamérica la empresa busca acelerar el crecimiento en las categorías en las que tiene presencia; logrando así el crecimiento de medio dígito para 2020.

El segmento de lácteos genera ventas por USD\$134 bn. Los mercados en los que Lala participa que tienen la mayor tasa de crecimiento son: Brasil (2.7%), CAM (4.0%) y México (4.4%)

Implicación Positiva – La empresa mostró que hay espacio para que siga creciendo en los segmentos y mercados en los que participa. Las estrategias para fortalecer su liderazgo de mercado en las diferentes categorías suenan adecuadas, y valoramos la inversión en innovación entrando a nuevas categorías y uso de nuevas tecnologías para sostener su crecimiento. Consideramos que el riesgo mayor sería la desaceleración en las economías en las que participa e incremento en costos.

FLASH Bx+

LALA DAY.- NUEVO CICLO.

Septiembre 25, 2019

Estrategias por mercado.

México. Las oportunidades de crecimiento en México son amplias, al ubicarse en un mercado es altamente atractivo valuado en USD134bn, que ha mantenido un ritmo de crecimiento anual promedio en los últimos cuatro años de 4.4, por arriba del crecimiento de la economía. En este nicho Lala tiene una penetración de mercado de 24%, y se ubica dentro de las cinco primera en el país.

La estrategia de crecimiento en el país comprende los siguientes puntos; a) Enfoque en productos con alto valor nutritivo, donde además busca primordialmente apoyar en los temas de nutrición del país; b) desarrollar nuevos canales de negocio, por ejemplo; helados, jugos quesos; c) lograr mayor productividad y sinergias en las regiones; d) sustentabilidad.

La compañía se encuentra enfocada en temas de innovación donde buscará seguir obteniendo buenos resultados. La empresa se siente segura de poder capitalizar las nuevas tendencias del mercado. El yogurt griego y Lala 100, son ejemplo de como puede crecer las categorías con productos de alto valor agregado y rentabilidad.

Lala señaló que este año 100% de su portafolio tradicional de productos lácteos se ha relanzado. Los lanzamientos más relevantes se ubican en productos como leche de almendras categoría que crece a doble dígito.

En el mercado de embutidos Lala participa con la marca Nutrideli, donde tiene el 5% del mercado. Actualmente, esta ampliando su portafolio con la marca Plenía encaminado a un nuevo target de mercado, donde ve potencial de expansión.

La empresa también destacó lo relevante que ha sido el tema de ingeniería de datos o "analytics", que ha permitido tomar decisiones de productos y de precios. Además de que ha permitido tener una mayor disciplina en todos los canales.

Brasil. Es un mercado con un alto potencial de expansión, actualmente la empresa es una de las más grandes compañías de alimentos, ocupa el primero y segundo lugar en productos lácteos. Las marcas más representativas son Vigor, Leco, Danubio y Faixa Azul, a estas corresponde el 80% de las ventas.

En Brasil permanece con una penetración de 32% en yogurt griego. Otro nicho relevante es el de quesos que ha mantenido tasas de crecimiento de 40% en los últimos 5 años. Destaca en este mercado que el 3% a 15% de las ventas provienen de innovación. Para este mercado, ve grandes oportunidades de acelerar su crecimiento en Noreste y en el centro de Brasil. Actualmente la mayor penetración la tiene en la región del sur,

Estados Unidos la compañía espera acelerar el crecimiento enfocándose en el mercado hispano, ofreciendo productos como *dips* y derivados y aprovechar el tema de nostalgia llevando productos de México a ese país. Además de la utilización con terceros de la capacidad ocios de las plantas. La estrategia es crecer el ROIC y en rentabilidad. Al 2T19 el margen y el EBITDA ya se encuentran en terreno positivo en 2.8% y buscaría llegar a medio dígito para 2020.

Centroamérica. El enfoque principal se encuentra en crecer el segmento de helados. Mantener el crecimiento en la categoría de queso y yogurt. Costa Rica es el mercado más reciente y donde estaría la mayor vía de crecimiento, que puede compensar el menor desempeño de mercados como Guatemala.



REVELACIÓN DE INFORMACIÓN DE REPORTES DE ANÁLISIS DE CASA DE BOLSA VE POR MÁS, S.A. DE C.V., GRUPO FINANCIERO VE POR MÁS, destinado a los clientes de CONFORME AL ARTÍCULO 47 DE LAS Disposiciones de carácter general aplicables a las entidades financieras y demás personas que proporcionen servicios de inversión (las "Disposiciones").

Juan F. Rich Rena, Marisol Huerta Mondragón, Eduardo Lopez Ponce, Elisa Alejandra Añorve, Alejandro Javier Saldaña Brito, Angel Ignacio Ivan Huerta Monzalvo, Pamela Vázquez Flores y Gustavo Hernández Ocadiz, analistas responsables de la elaboración de este Reporte están disponibles en, www.vepormas.com, el cual refleja exclusivamente el punto de vista de los Analistas quienes únicamente han recibido remuneraciones por parte de BX+ por los servicios prestados en beneficio de la clientela de BX+. La remuneración variable o extraordinaria que han percibido está determinada en función de la rentabilidad de Grupo Financiero BX+ y el desempeño individual de cada Analista.

El presente documento fue preparado para (uso interno/uso personalizado) como parte de los servicios asesorados y de Análisis con los que se da seguimiento a esta Emisora, bajo ningún motivo podrá considerarse como una opinión objetiva sobre la Emisora ni tampoco como una recomendación generalizada, por lo que su reproducción o reenvío a un tercero que no pueda acreditar su recepción directamente por parte de Casa de Bolsa Ve Por Más, S.A. de C.V. libera a ésta de cualquier responsabilidad derivada de su utilización para toma de decisiones de inversión.

Las Empresas de Grupo Financiero Ve por Más no mantienen inversiones arriba del 1% del valor de su portafolio de inversión al cierre de los últimos tres meses, en instrumentos objeto de las recomendaciones. Los analistas que cubren las emisoras recomendadas es posible que mantengan en su portafolio de inversión, la emisora recomendada. Conservando la posición un plazo de por lo menos 3 meses. Ningún Consejero, Director General o Directivo de las Empresas de Grupo Financiero, fungen con algún cargo en las emisoras que son objeto de las recomendaciones.

Casa de Bolsa Ve por Más, S.A. de C.V. y Banco ve por Más, S.A., Institución de Banca Múltiple, brinda servicios de inversión asesorados y no asesorados a sus clientes personas físicas y corporativas en México y en el extranjero. Es posible que a través de su área de Finanzas Corporativas, Cuentas Especiales, Administración de Portafolios u otras le preste o en el futuro le llegue a prestar algún servicio a las sociedades Emisoras que sean objeto de nuestros reportes. En estos supuestos las entidades que conforman Grupo Financiero Ve Por Más reciben contraprestaciones por parte de dichas sociedades por sus servicios antes referidos. La información contenida en el presente reporte ha sido obtenida de fuentes que consideramos fidedignas, aún en el caso de estimaciones, pero no es posible realizar manifestación alguna sobre su precisión o integridad. La información y en su caso las estimaciones formuladas, son vigentes a la fecha de su emisión, están sujetas a modificaciones que en su caso y en cumplimiento a la normatividad vigente señalarán su antecedente inmediato que implique un cambio. Las entidades que conforman Grupo Financiero Ve por Más, no se comprometen, salvo lo dispuesto en las "Disposiciones" en términos de serializar los reportes, a realizar compulsas o versiones actualizadas respecto del contenido de este documento.

Toda vez que este documento se formula como una recomendación generalizada o personalizada para los destinatarios específicamente señalados en el documento, no podrá ser reproducido, citado, divulgado, utilizado, ni reproducido parcial o totalmente aún con fines académicos o de medios de comunicación, sin previa autorización escrita por parte de alguna entidad de las que conforman Grupo Financiero Ve por Más.

Grupo Financiero Ve por Más

Paseo de la Reforma 243 piso 20, Col. Cuauhtémoc,
06500, CDMX Teléfonos (01 55) 1102 1800
y del Interior sin costo 01 800 837 676 27

ANÁLISIS BURSÁTIL

Director de Análisis y Estrategia

Juan F. Rich Rena 55 56251500 x 31465 jrich@vepormas.com

Asistente Dirección de Análisis y Estrategia

Pamela Vázquez F. 55 56251500 x 31541 pvazquez@vepormas.com

Analista Consumo / Minoristas

Marisol Huerta M. 55 56251500 x 31514 mhuerta@vepormas.com

Analista Financieras / Fibras

Eduardo Lopez Ponce 55 56251500 x 31453 elopezp@vepormas.com

Analista Industriales

Elisa A. Vargas A. 55 56251500 x 31508 evargas@vepormas.com

Analista Proyectos y Procesos Bursátiles y Mercado

Gustavo Hernández O. 55 56251500 x 31709 gfernandezo@vepormas.com

ESTRATEGIA ECONÓMICA

Subdirector de Análisis Económico

Alejandro J. Saldaña B. 55 56251500 x 31767 asaldana@vepormas.com

Analista Económico

Angel Iván I. Huerta M. 55 56251500 x 31725 ahuerta@vepormas.com

COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

Director de Comunicación y Relaciones Públicas

Adolfo Ruiz Guzmán 55 11021800 x 32056 aruiz@vepormas.com

DIRECCIÓN GRUPO FINANCIERO VE POR MÁS, S.A. DE C.V.

Director de Tesorería y Relación con Inversionistas

Javier Torroella de C. 55 56251500 x 31603 jtorroella@vepormas.com

Director Promoción Bursátil Centro – Sur

Manuel A. Ardines P. 55 56251500 x 31675 mardines@vepormas.com

Director Promoción Bursátil Norte

Lidia Gonzalez Leal 81 83180300 x 37314 lgonzalez@vepormas.com