

# Estrategia de negocios multinacional y alta confiabilidad financiera

Posicionada como uno de los principales consolidadores del sistema Coca-Cola en Sudamérica, y como una empresa multilatinas con operaciones en Argentina, Brasil, Chile y Paraguay, Coca-Cola Andina ha logrado a través de una estrategia de negocios, cimentada en un crecimiento orgánico, la captura de oportunidades de crecimiento inorgánico y altos estándares de gobierno corporativo, ser una de las firmas de mayor prestigio en la región.

"Al posicionarnos como un embotellador relevante para Coca-Cola, hemos sido bien recibidos y apoyados en los mercados locales e internacionales, en donde emitimos dos bonos: uno local por 3 millones de UF, y uno internacional por US\$ 575 millones, ambos con uno de los spreads más bajos entre empresas chilenas no estatales y financieras. Esto refleja la confianza de los mercados en nuestra compañía y la ratificación del rumbo escogido", sostiene Miguel Ángel Peirano, vicepresidente ejecutivo de Coca-Cola Andina.

La solidez financiera de la compañía se ha visto reflejada en balances con bajos niveles de deuda y una importante generación de caja. El Ebitda de la empresa durante 2013 creció un 22,4%, alcanzando los \$ 254.621 millones, en parte, producto del crecimiento inorgánico. Además, la totalidad de la deuda de la compañía está expresada en la misma moneda en la cual se producen

A través de sus planes de integración regional se ha consolidado como una de las empresas más importantes de Latinoamérica.

sus flujos en los distintos mercados, lo que según Peirano minimiza el impacto de variaciones en los tipos de cambio. "La compañía mantiene altos estándares respecto a la evaluación de sus planes de inversiones, con el objetivo de asegurarnos que agreguen valor a nuestros accionistas".

Respecto al crecimiento orgánico, la embotelladora ha enfocado su plan en mejorar los procesos productivos y logísticos para ampliar los productos ofrecidos en el mercado por la firma e impulsar el crecimiento del segmento de bebidas.

"Simplificamos los procesos para cumplir con nuestra promesa de servicio y satisfacer así las demandas crecientes de nuestros clientes y consumidores, reestructurando y automatizando nuestros centros productivos y logísticos. Asimismo,

incrementamos nuestra oferta de productos con particular foco en ampliar nuestro portafolio de aquellos reducidos en calorías en donde se destaca el lanzamiento de Coca-Cola Life en Argentina y Chile", responde Peirano.

## Expansión regional

Para lo que queda de 2014, Coca-Cola Andina comenzará la construcción de una nueva planta de producción en la localidad de Duque de Caxias, que busca lograr un mayor impacto en los estados de Río de Janeiro y Espírito Santo, logrando así un mayor posicionamiento dentro del mercado brasileño. El proyecto cuenta con una inversión total de aproximadamente US\$ 120 millones.

"Con un fuerte foco hacia el crecimiento inorgánico y la captura correspondiente de sinergias, en los últimos dos años hemos logrado la compra de la Companhia de Refrescos Ipiranga en Brasil, la adquisición de parte de Sorocaba Refrescos y una fusión con Coca-Cola Polar, lo que ha reflejado efectividad de nuestra estrategia de negocios con alto impacto dentro de la región", sostiene el vicepresidente ejecutivo.

El plan 2014 de la empresa contempla seguir con el proceso de integración de Coca-Cola Polar en Argentina y Chile, donde se ha implementado una plataforma sistémica común en SAP-CokeOne- para todos los países, buscando mejoras permanentes en la productividad y eficiencia de los procesos de la firma "para que estos se traduzcan en reducciones de costos que permitan mantener nuestros resultados".

Otra de las iniciativas de esta integración regional contempla planes que generen una mayor relación entre la firma y la comunidad, donde Coca-Cola Andina ha impulsado programas de vida saludable como la Copa Coca-Cola o Baila Fanta, además de una contribución importante al desarrollo de las comunidades con iniciativas como el Proyecto Colectivo en Brasil, que ayuda a personas de bajos recursos a ingresar al mundo laboral, además de proyectos de recuperación y protección de cuencas hidrográficas. "Nuestros logros son el resultado del trabajo integral realizado, tanto dentro del equipo, como con nuestros clientes, consumidores y comunidades en donde operamos" concluye Peirano.

2º LUGAR

Coca-Cola ANDINA

6,42

nota promedio ranking 2014.

## VARIABLES EVALUADAS

NOTA DE 1 A 7

ESTRATEGIA DE NEGOCIOS	6,81
SOLIDEZ FINANCIERA Y RESULTADOS	6,71
CAPACIDAD DE INNOVACIÓN	6,14
CALIDAD DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	6,43
CALIDAD Y ATRACTIVO DEL MARKETING E IMAGEN CORPORATIVA	6,9
INFORMACIÓN AL EXTERIOR	6,48
CALIDAD DEL PERSONAL Y EJECUTIVOS	6,0
GOBIERNO DE LA EMPRESA	6,24
RESPONSABILIDAD SOCIAL	6,1

FUENTE: PWC, 2014



De izquierda a derecha: Alan Dunford, Vicente Domínguez, Rodrigo Marticorena, José Luis Solórzano, José Antonio Riesco, Miguel Ángel Peirano, Andrés Wainer, Rodrigo Ormaechea, José Tupper, José María Sánchez, Jaime Cohen y Germán Garib.