



# PROSPECTO

---

## FLORIDA ICE AND FARM CO., SOCIEDAD ANÓNIMA.

### EMISIONES INSCRITAS Y AUTORIZADAS POR LA SUPERINTENDENCIA GENERAL DE VALORES:

ACCIONES COMUNES, MONTO POR  $\$37.988.044.700.00$

Debidamente autorizada en asamblea general ordinaria y extraordinaria de accionistas celebrada el 13 de diciembre del 2012, donde se autoriza a FLORIDA ICE AND FARM CO., S.A. a la modificación del capital social según la resolución SGV-R-2786.

### PROGRAMAS DE EMISIONES:

Programa de bonos estandarizados A-2008 por  $\$50.000.000.000$  debidamente autorizada en sesión SGV-R-1878 del 11/6/2008 mediante resolución SGV-R-2520 del 13/09/2011 se autoriza a la desinscripción del Registro Nacional de Valores e Intermediarios las emisiones de las SERIE A3, SERIE A4, SERIE A5, SERIE A7, SERIE A8 Y SERIE A10, del programa de bonos estandarizados A-2008, quedando un saldo colocado por la suma de  $\$22.040.000.000$

Programa de emisión de bonos estandarizados C-2011 por  $\$50.000.000.000$  debidamente autorizada en sesión SGV-R-2531 del 30/9/2011; de esta serie se colocó la C1 el 06 de noviembre del 2012; quedando un saldo colocado por la suma de  $\$5.000.000.000$ ; el 27 de mayo del 2013 se colocó la serie C2 con un saldo colocado de  $\$10.000.000.000$ ; y el 03 de julio se colocó la serie C3 con un saldo colocado de  $\$12.150.000.000$  y un saldo sin colocar de  $\$22.850.000.000$  a la fecha y disponible.

Programa de emisión de bonos estandarizados D-2012 por  $\$100.000.000$  debidamente autorizada en sesión SGV-R-2740 del 14/11/2012

## PUESTOS DE BOLSA REPRESENTANTES

INVERSIONES SAMA S.A., PUESTO DE BOLSA S.A.

BCT VALORES, PUESTO DE BOLSA S.A.

ALDESA PUESTO DE VALORES S.A.

"La autorización para realizar oferta pública no implica calificación sobre la emisión, ni la solvencia del emisor o intermediario".

FECHA DE ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN DEL PROSPECTO: ENERO 2013

*Heredia, Costa Rica*

## NOTAS IMPORTANTES PARA EL INVERSIONISTA

Señor inversionista: es su deber y derecho conocer el contenido del Prospecto antes de tomar la decisión de invertir. Este le brinda información sobre la emisión, la información relevante relativa al emisor, así como los riesgos asociados tanto a la emisión como al emisor. La información estipulada en el Prospecto es de carácter vinculante para la Empresa, lo que significa que ésta será responsable legalmente por la información que se consigne en el Prospecto.

Consulte los comunicados de hechos relevantes que realiza el emisor sobre los acontecimientos que pueden incidir en el desempeño de la Empresa y los Informes Financieros periódicos. Complemente su análisis con la calificación de riesgo actualizada por las empresas calificadoras de riesgo.

El comportamiento y desempeño de las empresas emisoras a través del tiempo no aseguran su solvencia y liquidez futuras. La inversión que realice será únicamente por su cuenta y riesgo. La Superintendencia General de Valores no emite criterio sobre la veracidad, exactitud o suficiencia de la información contenida en este Prospecto.

La Superintendencia General de Valores y quienes intervienen en el proceso de intermediación bursátil no asumen responsabilidad sobre la situación financiera de la empresa emisora.

## Contenido

FLORIDA ICE AND FARM CO., SOCIEDAD ANÓNIMA.....	2
EMISIONES INSCRITAS Y AUTORIZADAS POR LA SUPERINTENDENCIA GENERAL DE VALORES: .....	2
PROGRAMAS DE EMISIONES:.....	2
PUESTOS DE BOLSA REPRESENTANTES .....	3
NOTAS IMPORTANTES PARA EL INVERSIONISTA .....	4
CAPITULO PRIMERO .....	8
INFORMACIÓN SOBRE LAS EMISIONES, LA OFERTA E IDENTIFICACIÓN DE LOS DIRECTORES, GERENTES Y ASESORES INVOLUCRADOS CON EL PROCESO DE OFERTA PÚBLICA.....	8
A.    INFORMACIÓN SOBRE LAS EMISIONES Y LA OFERTA.....	9
1.    EMISIONES DE DEUDA.....	9
2.    EMISIÓN DE ACCIONES.....	28
B.    IDENTIFICACIÓN DE LOS DIRECTORES, GERENTES Y ASESORES INVOLUCRADOS CON EL PROCESO DE OFERTA PÚBLICA .....	36
CAPITULO SEGUNDO .....	37
INFORMACIÓN ESENCIAL .....	37
A.    FACTORES DE RIESGO QUE AFECTAN A LA EMISIÓN Y A LA EMPRESA.....	38
1.    RIESGOS.....	38
2.    POLÍTICAS DE REDUCCIÓN DEL RIESGO .....	44
B.    ANÁLISIS DE INDICADORES FINANCIEROS.....	45
1.    ÍNDICES DE LIQUIDEZ .....	47
2.    ÍNDICES DE RENTABILIDAD.....	48
3.    ÍNDICES DE ACTIVIDAD.....	49
C.    ENDEUDAMIENTO y CAPITALIZACIÓN .....	52
1.    ENDEUDAMIENTO .....	52
2.    CAPITALIZACIÓN.....	52
D.    CONTINGENCIAS.....	53
E.    COMPROMISOS .....	54
F.    COMPOSICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL.....	55
1.    HISTORIA DEL CAPITAL SOCIAL.....	57
CAPITULO TERCERO.....	60
INFORMACIÓN SOBRE LA EMPRESA EMISORA .....	60

A.	HISTORIA Y DESARROLLO DE LA EMPRESA .....	61
1.	CONSTITUCIÓN.....	61
2.	BREVE RESEÑA HISTÓRICA .....	61
3.	ACTIVIDAD.....	63
4.	PRINCIPALES COMPETIDORES .....	67
5.	VISIÓN GENERAL DEL NEGOCIO .....	67
	CAPITULO CUARTO.....	73
	RESULTADOS DE OPERACIÓN Y FINANCIEROS E INFORMACIÓN PROSPECTIVA.....	73
A.	MENSAJE DEL PRESIDENTE DE LA JUNTA DIRECTIVA.....	74
B.	INFORME DE OPERACIONES 2011-2012 .....	76
1.	DIMENSIÓN ECONÓMICA.....	76
2.	DIMENSIÓN SOCIAL /INTERNA.....	91
3.	DIMENSIÓN SOCIAL / EXTERNA.....	94
4.	DIMENSIÓN AMBIENTAL .....	98
	CAPITULO QUINTO .....	104
	DIRECTORES, PERSONAL GERENCIAL Y EMPLEADOS .....	104
A.	DIRECTORES.....	105
B.	PERSONAL GERENCIAL .....	106
1.	REPRESENTACIÓN JUDICIAL Y EXTRAJUDICIAL.....	107
C.	POLÍTICAS GENERALES DE COMPENSACIÓN DE LOS DIRECTORES Y PERSONAL GERENCIAL 107	
D.	PERSONAL.....	108
E.	PARTICIPACIÓN SOCIAL.....	109
	CAPITULO SEXTO .....	110
	PARTICIPACIONES SIGNIFICATIVAS Y TRANSACCIONES CON PARTES RELACIONADAS .....	110
A.	PARTICIPACIONES SIGNIFICATIVAS .....	111
B.	TRANSACCIONES CON PARTES RELACIONADAS.....	111
	CAPÍTULO SÉPTIMO.....	113
	INFORMACIÓN FINANCIERA.....	113
A.	PERIODICIDAD DE LA INFORMACIÓN A LOS INVERSIONISTAS .....	114

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1 .....	9
Cuadro No. 2 .....	13
Cuadro No. 3 .....	14
Cuadro No. 4 .....	20
Cuadro No. 5 .....	21
Cuadro No. 6 .....	30
Cuadro No. 7 .....	31
Cuadro No. 8 .....	45
Cuadro No. 9 .....	46
Cuadro No. 10 .....	46
Cuadro No. 11 .....	47
Cuadro No. 12 .....	51
Cuadro No. 13 .....	53
Cuadro No. 14 .....	56
Cuadro No. 15 .....	59
Cuadro No. 16 .....	69
Cuadro No. 17 .....	70
Cuadro No. 18 .....	100
Cuadro No. 19 .....	101
Cuadro No. 20 .....	105
Cuadro No. 21 .....	106
Cuadro No. 22 .....	107
Cuadro No. 23 .....	108

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 .....	57
---------------------	----

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.....	105
Ilustración 2.....	106

## **CAPITULO PRIMERO**

### **INFORMACIÓN SOBRE LAS EMISIONES, LA OFERTA E IDENTIFICACIÓN DE LOS DIRECTORES, GERENTES Y ASESORES INVOLUCRADOS CON EL PROCESO DE OFERTA PÚBLICA**





## A. INFORMACIÓN SOBRE LAS EMISIONES Y LA OFERTA

Florida Ice & Farm Co., Sociedad Anónima se encuentra inscrita en la Bolsa Nacional de Valores desde el año 1979, y cuenta con la autorización para transar dos tipos de título: acciones, y papel de deuda, antes certificados de inversión y ahora bonos.

### 1. EMISIONES DE DEUDA

Florida Ice and Farm tiene emisiones de bonos estandarizados tanto en colones como en dólares; se presenta a continuación un resumen de sus características principales de las emisiones colocadas:

**Cuadro No. 1**  
**Emisión de Bonos Estandarizados en Colones**

Nemotécnico	Código ISIN	Fecha de Emisión	Series No.	Plazo en Años	Fecha de Vencimiento	Tasa de Interés Facial Neta	Tasa de Interés Facial Bruta *	Total de la Emisión en ₡	Ley de Circulación	Denominación en ₡
bfa2c	CRFIFCOB0949	08-jul-09	A2	4	08-jul-13	Tasa Bruta - 8% Imp. sobre la renta	Tasa de Interés Bruta Fija= 13.315	12.090.000.000	A la orden	5.000.000
bfa6c	CRFIFCOB0923	13-nov-08	A6	6	13-nov-14	Tasa Bruta - 8% Imp. sobre la renta	Tasa Básica Pasiva +1,40	5.250.000.000	A la orden	5.000.000
bfa9c	CRFIFCOB0931	13-nov-08	A9	7	13-nov-15	Tasa Bruta - 8% Imp. sobre la renta	Tasa Básica Pasiva+1,50	4.700.000.000	A la orden	5.000.000
bfc1c	CRFIFCOB0972	06-nov-12	C1	5	06-nov-17	Tasa Bruta - 8% Imp. sobre la renta	Tasa Básica Pasiva+2	5.000.000.000	A la orden	5.000.000
bfc2c	CRFIFCOB0980	27-may-13	C2	7	27-may-20	8,75%	9,51%	10.000.000.000	A la orden	1.000.000
bfc3c	CRFIFCOB0998	27-may-13	C3	10	01-jul-23	8,85%	9,62%	12.150.000.000	A la orden	1.000.000
Características aplicables para todas las emisiones estandarizadas de Florida Ice & Farm Co., S.A.	Periodicidad	Trimestral								
	Representación	Macrotítulo								
	Forma de Colocación	Por ventanilla, por bolsa o ambas y Suscripción en firme								
	Opción Redención anticipada	Total o parcial para las series No. A2 a partir del segundo año de la fecha de emisión de los títulos y a partir del tercer año de la fecha de emisión de los títulos las series A6 y A9. Para las Series C1 y C2 no aplica este rubro								
	Precio de redención anticipada	100% del valor nominal para las series A								
	Factor de cálculo	30/360								
Amortización del Principal	Al vencimiento									

\* La tasa Básica Pasiva corresponde a la calculada por el Banco Central dos días hábiles antes del inicio de cada periodo de pago de intereses.

#### a. Emisiones de Bonos estandarizados A-2008 en Colones

El Programa de Emisión de Bonos estandarizados A-2008 fueron aprobados mediante resolución SGV-R-1878 del 11 de junio del 2008 por un monto de ₡50.000.000.000

Adicionalmente, mediante resolución SGV-R-1931 del 29 de setiembre del 2008, se autoriza a Florida Ice and Farm Company, S.A., la modificación en el Registro Nacional de Valores e Intermediarios, para incluir una opción de redención anticipada para cada una de las emisiones que componen dicho programa.

Con resolución SGV-R-2520 del 13-09-2011 se autoriza a Florida Ice and Farm Co. S.A., a la desinscripción del Registro Nacional de Valores e Intermediarios las emisiones Serie A3, Serie A4, Serie A5, Serie A7, Serie A8 y Serie A10, pertenecientes al Programa de Bonos Estandarizados A-2008, así como la disminución de los montos autorizados en las emisiones Serie A1, Serie A2, Serie A6 y Serie A9, con un saldo colocado de ₡22.040.000.000 del Programa de Emisión de Bonos Estandarizados A-2008

### 1) Garantías

Las series del Programa de bonos estandarizados A-2008 de emisiones programadas no cuentan con ninguna garantía específica.

### 2) Calificación de Riesgo

En sesión Extraordinaria N° 1342012 del 09 de noviembre del 2012 la empresa Sociedad Calificadora de Riesgo Centroamericana, S.A., basado en información financiera no auditada al 31 de marzo del 2012, acordó otorgar la calificación de AAA para todas las series que componen el programa.

Las calificaciones Scr AAA se le otorga a aquellas "emisores con la más alta capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos acordados. No se vería afectada ante posibles cambios en el emisor, en la industria a la que pertenece o en la economía. "Nivel excelente"

La calificación de riesgo se actualiza cada seis meses y se encuentra disponible en las Oficinas de Florida Ice & Farm Co., S.A., en la Superintendencia General de Valores y en la página web de la Sociedad Calificadora de Riesgos Centroamericana ([www.scriesgo.com](http://www.scriesgo.com)).

### 3) Cláusula de redención anticipada en colones

El emisor podrá redimir en forma anticipada las series A1- A2- A3- A4- A5- A6- A7- A8- A9 y A10 de manera total o parcial. Dicha redención se realizará en efectivo a un precio del 100% de su valor nominal, y podrá efectuarse a partir del segundo año de la fecha de emisión de las series A1- A2 y A3, y a partir del tercer año de la fecha de emisión de las series A4- A5- A6- A7- A8- A9 y A10.

### 4) Características generales aplicables a las opciones de redención anticipadas en colones.

Toda opción de redención anticipada podrá efectuarse de manera parcial o total. La fecha de redención anticipada deberá coincidir con una fecha de pago de intereses. El emisor es el autorizado para hacer la convocatoria y hacer efectiva la opción de redención, además informará a los tenedores mediante hecho relevante su decisión de redención anticipada, con al menos dos meses de anticipación a dicha fecha. Los tenedores de las series estandarizadas a redimir no podrán negarse a venderlas.

En caso de que la redención sea parcial, ésta se podrá realizar una o más veces a discreción del emisor, no existiendo límites mínimos o máximos sobre el monto a redimir con la única excepción de que en ningún caso podrá quedar como remanente un saldo de la serie en circulación menor o igual a cien millones de colones o doscientos valores. El monto a redimir se distribuirá proporcionalmente entre todos los tenedores de las series a redimir en función del monto facial de su inversión. En este caso si la proporción a aplicar

resulta en un número de títulos valores con una fracción igual o mayor a 0.5 valores se redondeará al entero superior, caso contrario se redondeará al entero inferior. La cancelación de la redención parcial o total según sea, se hará por medio de la CEVAL y acreditados los montos correspondientes a los inversionistas por medio de los puestos de bolsa y demás entidades depositantes. En el caso de una redención parcial se sustituirán los macro títulos en la CEVAL.

#### 5) Destino de los recursos

El objetivo del Programa de bonos estandarizados A-2008 de la emisión correspondiente al programa de colocación, es la captación de los recursos para capital de trabajo, la inversión en activos productivos de mediano y largo plazo y/o la sustitución de pasivos financieros. Dichos pasivos financieros se refieren a deuda bancaria y la sustitución de éstos se hará de conformidad con criterios de oportunidad y conveniencia estratégica en el momento en que se reciban los recursos.

#### 6) Costo de la emisión y colocación

Los gastos que llegaren a generarse en la distribución de los valores de las emisiones presentes deberán ser asumidos en su totalidad por los puestos de bolsa. Florida Ice And Farm Co.; S. A no reconocerá ninguna comisión de colocación a los puestos de bolsa.

#### 7) Tratamiento tributario

De acuerdo a la legislación tributaria costarricense vigente a la fecha de elaboración del adendum al prospecto, los intereses devengados por los títulos valores a emitir, están sujetos a una retención del 8% por concepto de impuesto sobre la renta; dicho porcentaje podría ser sujeto a variaciones de acuerdo a los cambios en la legislación tributaria costarricense. Cualquier modificación futura en el tratamiento impositivo de los valores producto de cambios en la normativa relacionada, no serán asumidos por el emisor.

#### 8) Representación por Macrotítulo y aclaración sobre su registro

Cada emisión correspondiente a cada programa de emisiones de Bonos Estandarizados estará representada en la forma de macrotítulo, es decir que los valores representados por medio de macrotítulos no se emitirán de forma física, salvo en los siguientes casos conforme al artículo No3 del Acuerdo SGV-A-32 de la Superintendencia General de Valores (SUGEVAL):

- a) Incumplimiento de pago del emisor, siempre que el título físico se requiera para efectos del reclamo del crédito correspondiente dentro de un proceso judicial o de un proceso de conciliación o arbitraje.
- b) A solicitud del propietario del valor, siempre que el título físico se requiera para la demostración de su legitimación ante un órgano administrativo o judicial o dentro de un proceso de conciliación o arbitraje.

Conforme al artículo 4 del Acuerdo SGV-A-32 de la SUGEVAL, el trámite de emisión física es el siguiente:

“El propietario de valores emitidos por medio de macrotítulo acreditará su titularidad por medio de la constancia respectiva que emita el custodio. No obstante, si la autoridad judicial o administrativa o el órgano encargado del proceso de conciliación o arbitraje requiriera la presentación del título físico, el propietario del valor, o la persona que ostente su representación, podrá solicitar su emisión física. La solicitud se hará ante la entidad de custodia de acuerdo con lo establecido en los párrafos siguientes.”

En los casos cubiertos por el inciso a) del artículo No. 3 del Acuerdo en mención, la emisión física la realizará la Central de Valores, de acuerdo con el procedimiento que ésta establecerá y que deberá aprobar el Superintendente.

En los casos cubiertos por el inciso b) del artículo No.3 del Acuerdo en mención, la emisión física la realizará el emisor, el cual deberá remitir a la Central de Valores un nuevo macrotítulo, que excluya los valores emitidos físicamente.

“En ambos casos, el solicitante deberá presentar la documentación que acredite la existencia del reclamo judicial o administrativo o del proceso de conciliación o arbitraje, así como la solicitud realizada por el órgano correspondiente para la exhibición del título físico. En los casos de valores emitidos a la orden, el título contendrá la leyenda a que se refiere el artículo 137 de la Ley Reguladora del Mercado de Valores.”

Los valores se mantendrán en cuentas individualizadas en la Entidad de Custodia a nombre de cada titular. En el caso de negociación de los valores en bolsa el mantenimiento de la cuenta individual podría implicar cargos adicionales por el servicio de custodia. Todos los movimientos que afecten a los valores deberán inscribirse en el registro de la Entidad de Custodia y en la Entidad depositante, lo cual podría implicar cargos por el servicio de inscripción. La titularidad sobre los valores se demostrará por medio de constancias que las Entidades de Custodia están obligadas a emitir, a solicitud del propietario de los valores.

#### 9) Prelación de pagos

Florida Ice and Farm Co. S.A. aplicará la siguiente regla de prelación de pagos a sus acreedores, acudiendo en primera instancia a su patrimonio y según el siguiente orden de acuerdo con el artículo 886 del código de comercio y los artículos 981 y 989 hasta 993 del Código Civil:

- a) Pago de créditos privilegiados (pasivos con garantías reales, obligaciones con trabajadores, pago de impuestos vencidos y cualquier otro cuyo privilegio esté establecido por ley)

- b) Pago de obligaciones comunes o quirografarias, lo que incluye el pago de los tenedores de las emisiones de bonos y el pago de cualquier otro gasto.

#### 10) Agente de pago

De conformidad con lo dispuesto en el transitorio II de la Guía para la elaboración de prospectos de emisores, se deberá escoger un agente de pago cuando entre en vigencia el sistema de anotación en cuenta.

Actualmente el pago se realiza por medio de la CEVAL, de conformidad con el procedimiento vigente.

#### **b. Emisión de Bonos Estandarizados C-2011 en colones**

El Programa de emisión de bonos estandarizados C-2011 por ₡50.000.000.000 debidamente autorizada en sesión SGV-R-2531 del 30/9/2011; de esta serie se colocó la C1 el 06 de noviembre del 2012; quedando un saldo colocado por la suma de ₡5.000.000.000; el 27 de mayo del 2013 se colocó la serie C2 por la suma de ₡10.000.000.000 y el 03 de julio se colocó la serie C3 con un saldo colocado de ₡12.150.000.000 y un saldo sin colocar de esta emisión por ₡22.850.000.000 a la fecha y disponible. Las características principales el programa de emisiones de bonos estandarizados C-2011 son las siguientes:

**Cuadro No. 2**  
**Características principales del programa de emisiones de Bonos Estandarizados C-2011**

<b>Clase de Instrumento</b>	Bonos
<b>Monto total del programa y moneda</b>	₡50.000.000.000.00 (colones)
<b>Nombre del Programa</b>	Programa de Emisión de Bonos Estandarizados C-2011 en Colones
<b>Monto de cada emisión</b>	(*)
<b>Fecha de emisión</b>	(*)
<b>Fecha de vencimiento</b>	(*)
<b>Denominación o valor facial</b>	₡5.000.000 (Cinco millones de colones)
<b>Plazo</b>	(*)
<b>Tasa de interés bruta <sup>1)</sup></b>	(*)
<b>Tasa de interés neta</b>	Tasa Bruta menos el 8% de impuesto sobre la renta.
<b>Código ISIN</b>	(*)
<b>Nemotécnico</b>	(*)
<b>Factor de cálculo</b>	30/360
<b>Periodicidad</b>	Cupón trimestral al vencimiento
<b>Amortización del Principal</b>	Al vencimiento
<b>Forma de representación</b>	Macroítulo
<b>Ley de Circulación</b>	A la orden
<b>Forma de colocación</b>	(*) Por ventanilla, Subasta por Bolsa y suscripción en firme o en garantía
<b>Calificación de riesgos</b>	Scr AAA

(\*) La fecha de emisión, la fecha de vencimiento, el plazo, el monto de las series, la forma de colocación, la tasa de interés, el código ISIN y el nemotécnico de las series que compone el Programa de Emisiones de Bonos Estandarizados C-2011 en colones serán informados mediante un Comunicado de Hecho Relevante al menos 2 días hábiles antes de la fecha de colocación del primer tracto de cada serie.

El programa de emisiones se colocará en su totalidad en el mercado primario bursátil costarricense.

El 14 de noviembre del 2012 se recibe la resolución SGV-R-2740 en la cual se autoriza a hacer la modificación del valor facial de cada emisión, la periodicidad de cada emisión, costo de emisión y colocación, como sigue:

**Cuadro No. 3**  
**Características de la modificación del programa de emisiones de Bonos Estandarizados C-2011**

Rubro	Antes de la modificación	Después de la modificación
<b>Valor Facial de cada emisión</b>		
Programa C-2011	¢5.000.000	A definir por Hecho Relevante*
<b>Periodicidad de cada emisión</b>		
Programa C-2011	Trimestral	A definir por Hecho Relevante*
<b>Costo de la emisión y colocación</b>		
Programa C-2011	Los gastos que llegaren a generarse en la distribución de los valores de las emisiones presentes deberán ser asumidos en su totalidad por los puestos de bolsa representantes. Florida Ice and Farm Company S.A. no reconocerá ninguna comisión de colocación a los puestos de bolsa.	Los costos para la autorización y colocación de la emisión de los valores son asumidos por el emisor y representan aproximadamente un 0.5% del total de la emisión y corresponden a los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> <li>· Calificación de riesgo y su mantenimiento</li> <li>· Código ISIN</li> <li>· Gastos de inscripción y mantenimiento del registro en bolsa.</li> <li>· Gastos administrativos, legales y financieros de estructuración.</li> <li>· Gastos de inscripción y mantenimiento para oferta pública en la Superintendencia General de Valores.</li> <li>· Gastos de colocación de la emisión según el mecanismo a utilizar</li> </ul>

### 1) Forma de colocación

El Programa de Emisiones de Bonos Estandarizados C-2011 en colones, se podrán colocar mediante las formas de colocación de ventanilla, subasta y suscripción en firme o en garantía. Únicamente puede ser utilizado un mecanismo para la colocación de un mismo tracto.

Florida Ice And Farm Co. S.A., informará mediante un Comunicado de Hecho Relevante, al menos 2 días hábiles antes de la fecha de colocación, lo siguiente: el mecanismo específico que utilizará para cada serie o tracto, los horarios de recepción de ofertas, la fecha y hora de asignación, el parámetro de asignación, el tipo de asignación, el tracto a colocar y el plazo liquidación. En el caso de subasta también se deberá indicar el precio máximo de asignación parcial.

En el caso que se coloque por suscripción en firme o en garantía, el emisor comunicará por Hecho Relevante el nombre de los suscriptores, la naturaleza y el plazo de las obligaciones de los intermediarios, el monto a suscribir por cada uno, las compensaciones convenidas y el precio a pagar por los valores, como máximo el día hábil después de su firma.

#### a) Colocación por Ventanilla

La colocación de cada serie perteneciente al Programa de Emisiones de Bonos Estandarizados C-2011 en colones, se podrá realizar mediante una o varias colocaciones

por ventanilla. Estas se podrán realizar directamente en las instalaciones de Florida Ice & Farm Co, S.A.

Es una colocación por ventanilla, aquella en la que las ofertas de los inversionistas se refieren únicamente a la cantidad que se desea comprar al precio previamente establecido por el agente colocador. Para garantizar el trato igualitario a los inversionistas, el agente colocador debe mantener el precio sin modificaciones al menos durante el horario de recepción de ofertas de un mismo día, el cual debe abarcar al menos tres horas continuas diarias. El precio debe colocarse en un lugar visible de fácil acceso para los inversionistas o el agente de bolsa.

Las órdenes de compra para la colocación de cada serie del Programa de emisiones de Bonos Estandarizados C-2011 en colones deberán entregarse en la Tesorería de Florida Ice And Farm Co. S.A. en sus oficinas centrales ubicadas en Llorente de Flores, del Depósito del Lagar 100 al norte, Edificio Corporativo, indicando el monto a comprar, el nombre de la persona oferente (física o jurídica), su correspondiente cédula física o jurídica, y un número de fax para recibir confirmaciones, con atención a las personas que oportunamente se informará mediante comunicado de hecho relevante; este se publicará al menos dos días hábiles antes de la colocación.

Se aceptarán órdenes de compra que cumplan con los siguientes requisitos: órdenes en firme de compra debidamente completas, firmadas y autenticadas por notario público, todas las órdenes deberán ser parciales, es decir, que permitan la asignación parcial de la oferta, adicionalmente, deben adjuntarse los documentos pertinentes que respalden la autoridad del firmante para plantear la orden de inversión.

Se aplicará la regla de “primero en tiempo primero en derecho” a todas las solicitudes recibidas durante el periodo de recepción. El porcentaje máximo a asignar por inversionista aplicando la regla anterior, será del 1%. Cuando la ventanilla se mantenga abierta hasta colocar la totalidad de la emisión, este porcentaje se referirá al monto total disponible de la emisión, y cuando la colocación se realice por tractos, este porcentaje se refiere al tracto por colocar. Las ofertas de compras iguales o inferiores al porcentaje máximo por asignar por inversionistas se asignarán en forma inmediata.

Cuando resulte un monto remanente aplicando el porcentaje máximo por inversionista en el plazo de recepción de ofertas, la asignación de este remanente entre los inversionistas cuya oferta de compra haya superado este porcentaje podrá realizarse asignando montos iguales a cada uno, respetando el monto de cada oferta de compra y hasta agotar el remanente (asignación uniforme absoluta) o, alternativamente, con el método de prorrato (asignación uniforme relativa), o sea, asignando este remanente de manera proporcional al monto de la oferta de cada participante sobre la base de los montos totales ofertados menos lo ya asignado mediante la regla de “primero en tiempo primero en derecho”. El tipo de asignación para el caso de que resulte un monto remanente aplicando el

porcentaje máximo indicado, se revelará en el Comunicado de Hecho Relevante de la colocación.

El precio de colocación se dará a conocer mediante Comunicado de Hecho Relevante al menos 1 día hábil antes de la colocación de cada serie.

*b) Subasta por bolsa*

La colocación de cada serie perteneciente al Programa de emisiones de Bonos Estandarizados C-2011 en colones se realizará en una o varias subastas en la Bolsa Nacional de Valores, de conformidad con los mecanismos establecidos para este efecto por esa Institución. El parámetro para la asignación de las ofertas será el de precio ofrecido o precio de corte.

En caso de que haya más de una oferta al precio de corte, la asignación de los montos debe realizarse asignando montos iguales a cada una, respetando el monto de cada oferta y hasta agotar el remanente (asignación uniforme absoluta) o, alternativamente, asignando este remanente de manera proporcional al monto de la oferta de cada participante con respecto al monto total de ofertas, con el método de prorrateo (asignación uniforme relativa). El tipo de asignación cuando haya más de una oferta al precio de corte, se revelará en el Comunicado de Hecho Relevante de la colocación.

El emisor establecerá un precio máximo de asignación parcial. En el caso de que sea por precio, solo puede asignar una cantidad o monto menor al previamente ofrecido con un precio de corte igual o menor al precio máximo de asignación parcial. Adicionalmente, el precio de corte puede ser mayor al precio máximo de asignación parcial únicamente si el emisor asigna una cantidad o monto igual o mayor al previamente ofrecido. El emisor únicamente puede declarar desierta la colocación si todas las ofertas tienen un precio menor al precio máximo de asignación parcial.

El precio máximo de asignación parcial, así como el monto o la cantidad a colocar, se podrán modificar mediante Comunicado de Hecho Relevante al menos 2 horas hábiles antes de la subasta.

El emisor podrá establecer la condición de que únicamente se recibirán ofertas de compra parciales, en cuyo caso dicha condición se establecerá en el Comunicado de Hecho Relevante de la colocación. La liquidación se efectuará en T+2.

*c) Colocación por suscripción*

Para las emisiones pertenecientes al Programa de emisiones de Bonos Estandarizados C-2011 en colones, el emisor puede celebrar contratos de suscripción bajo alguna de sus dos modalidades: suscripción en garantía o suscripción en firme.



### *1- Procedimiento de colocación por suscripción*

Florida Ice and Farm Co S.A. designará un puesto de bolsa que actúe como agente colocador en el caso de que se realice la asignación de las emisiones del Programa de emisiones de Bonos Estandarizados C-2011 en colones por medio de alguna de sus modalidades: suscripción en garantía o suscripción en firme.

El contrato de suscripción en garantía es el suscrito entre un emisor y el suscriptor por el cual, el segundo se obliga a comprar por cuenta propia, al precio convenido entre las partes, los valores que no hubieran sido adquiridos por los inversionistas al término del período de suscripción u oferta establecido.

El contrato de suscripción en firme es el suscrito entre un emisor y el suscriptor por el cual, el segundo se obliga a comprar por cuenta propia la totalidad o parte de una emisión al precio y en el plazo convenido entre las partes.

El suscriptor únicamente puede vender los valores hasta que la emisión o parte de una emisión, según corresponda al contrato de suscripción, esté suscrita y pagada y debe realizarse en el mercado secundario de valores inscritos.

#### *d) Suscripción en firme*

Los suscriptores informarán la rueda del mercado secundario, así como las condiciones aplicables (fechas de negociación, tracto a colocar y plazo de liquidación), mediante un comunicado de hecho relevante dos días hábiles antes de la fecha de negociación de cada tracto. Además deberán indicar si la oferta de los valores se dirige únicamente a sus clientes. En el caso de que así se disponga, los suscriptores deberán solicitar la autorización a la Bolsa Nacional de Valores S.A. para realizar las operaciones fuera de rueda.

#### *e) Suscripción en garantía*

En la primera etapa, el suscriptor hace su mejor esfuerzo por colocar la emisión y para ello utilizará cualquiera de los mecanismos descritos anteriormente (ventanilla o subasta por bolsa). Los valores que no fueron colocados en esta etapa deberán ser adquiridos por el suscriptor, quien podrá realizar la negociación una vez que la emisión se encuentre suscrita y pagada, según corresponda al contrato de suscripción. Estos valores únicamente podrán ser negociados en el mercado secundario de valores inscritos.

Los suscriptores informarán la rueda del mercado secundario, así como las condiciones aplicables (fechas de negociación, tracto a colocar y plazo de liquidación), mediante un Comunicado de Hecho Relevante 2 días hábiles antes de la fecha de la negociación de cada tracto. Además, deberán indicar si la oferta de los valores se dirige únicamente a sus clientes. En el caso de que así se disponga, los suscriptores deberán solicitar la autorización a la Bolsa Nacional de Valores, S.A. para realizar las operaciones fuera de rueda.

## 2) Agente colocador

Es agente colocador el puesto de bolsa representante, o en su ausencia, Florida Ice and Farm Co S.A. El agente colocador puede contratar a alguna bolsa de valores para colocar las series del Programa de emisiones de bonos estandarizados C-2011 en colones por ventanilla o subasta.

Cuando la colocación de un valor inscrito se realice fuera de la bolsa, por cualquiera de los mecanismos de colocación, el agente colocador debe comunicar a la bolsa en la que el valor está admitido a negociación lo siguiente para cada una de las operaciones de colocación: código ISIN, nemotécnico, emisor, descripción del valor, moneda, precio, monto o cantidad y el día de la transacción a más tardar un día hábil después de cerrada la operación.

El agente colocador debe cumplir con lo dispuesto en la Ley sobre estupefacientes, sustancias psicotrópicas, drogas de uso no autorizado, legitimación de capitales y actividades conexas y su normativa, de conformidad con las disposiciones que emita el Superintendente General de Valores, excepto cuando el agente colocador realice la colocación a través de una bolsa de valores, en cuyo caso son los puestos de bolsa que presentan ofertas de compra los que deben cumplir con dicha ley.

El agente colocador debe cumplir además, excepto en el caso de la suscripción en firme por la totalidad de la emisión, con los siguientes requisitos:

Dar un trato igualitario a los inversionistas en el acceso y difusión de la información sobre la emisión y el mecanismo de colocación, tanto en relación con los contenidos como en relación con el momento y el medio por el cual se tiene acceso o se difunde la información.

Dar trato igualitario a los inversionistas en las condiciones de la colocación.

Las reglas de asignación no pueden contener ningún elemento a definir durante o después de la colocación, excepto en el caso de la subasta la forma de definir el precio de corte cuando se defina por debajo del precio máximo de asignación parcial o se asigne un monto mayor al monto ofrecido (de la emisión o tracto, según corresponda).

El agente colocador deberá conservar la documentación que acredite el detalle de las ofertas recibidas de los inversionistas y la asignación, la cual debe estar a disposición de la SUGEVAL.

## 3) Garantías

Las series del Programa de emisiones de Bonos Estandarizados C-2011 en colones no cuentan con ninguna garantía específica.

#### 4) Calificación de riesgo

En sesión Extraordinaria N° 1342012 del 09 de noviembre del 2012 la empresa Sociedad Calificadora de Riesgo Centroamericana, S.A., basado en información financiera no auditada al 31 de marzo del 2012, acordó otorgar la calificación de AAA para todas las series que componen el programa.

Las calificaciones Scr AAA se le otorga a "emisores con la más alta capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos acordados. No se vería afectada ante posibles cambios en el emisor, en la industria a la que pertenece o en la economía. Nivel excelente"

La calificación de riesgo se actualiza cada seis meses y se encuentra disponible en las Oficinas de Florida Ice And Farm Co. S.A., en la Superintendencia General de Valores y en la página web de la Sociedad Calificadora de Riesgos Centroamericana ([www.scriesgo.com](http://www.scriesgo.com)).

#### 5) Destino de los recursos

El objetivo del Programa de emisiones de Bonos Estandarizados C-2011 en colones, es la captación de los recursos para capital de trabajo, la inversión en activos productivos medianos y largo plazo y/o la sustitución de pasivos financieros. Dichos pasivos financieros se refieren a deuda bancaria y la sustitución de éstos se hará de conformidad con criterios de oportunidad y conveniencia estratégica para el Emisor, en el momento en que se reciban los recursos.

#### 6) Costo de la emisión y colocación

Los costos para la autorización y colocación de la emisión de los valores son asumidos por el emisor y representan aproximadamente un 0.5% del total de la emisión.

#### 7) Prelación de pagos

Florida Ice and Farm Co. S.A. aplicará la siguiente regla de prelación de pagos a sus acreedores, acudiendo en primera instancia a su patrimonio y según el siguiente orden de acuerdo con el artículo 886 del código de comercio y los artículos 981 y 989 hasta 993 del Código Civil:

- a) Pago de créditos privilegiados (pasivos con garantías reales, obligaciones con trabajadores, pago de impuestos vencidos y cualquier otro cuyo privilegio esté establecido por ley)
- b) Pago de obligaciones comunes o quirografarias, lo que incluye el pago de los tenedores de las emisiones de bonos y el pago de cualquier otro gasto.

#### 8) Agente de pago

De conformidad con lo dispuesto en el transitorio II de la Guía para la elaboración de prospectos de emisores, se deberá escoger un agente de pago en tanto entre en vigencia el sistema de anotación en cuenta.

Actualmente el pago se realiza por medio de la CEVAL, de conformidad con el procedimiento vigente.

#### 9) Emisiones inscritas en otros mercados

Florida Ice And Farm Co.; S.A. no tiene emisiones ni en colones ni dólares inscritas en otros mercados.

**Nota:** No tiene la condición de redención anticipada.

#### *c. Emisión de Bonos Estandarizados D-2012 en dólares*

Las características principales del programa de emisiones de bonos estandarizados D-2012 en dólares son las siguientes:

**Cuadro No. 4**  
**Características principales del programa de emisiones de Bonos Estandarizados D-2012**

<b>Clase de Instrumento</b>	Bonos
<b>Monto total del programa y moneda</b>	\$100.000.000.00 (dólares)
<b>Nombre del Programa</b>	Programa de Emisión de Bonos Estandarizados D-2012 en dólares
<b>Monto de cada emisión</b>	(*)
<b>Fecha de emisión</b>	(*)
<b>Fecha de vencimiento</b>	(*)
<b>Denominación o valor facial</b>	\$10.000 (Diez mil dólares)
<b>Plazo</b>	(*)
<b>Tasa de interés bruta</b> <sup>1)</sup>	(*)
<b>Tasa de interés neta</b>	Tasa Bruta menos el 8% de impuesto sobre la renta.
<b>Código ISIN</b>	(*)
<b>Nemotécnico</b>	(*)
<b>Factor de cálculo</b>	30/360
<b>Periodicidad</b>	Cupón trimestral al vencimiento
<b>Amortización del Principal</b>	Al vencimiento
<b>Forma de representación</b>	Macrotítulo
<b>Ley de Circulación</b>	A la orden
<b>Forma de colocación</b>	(*) Por ventanilla, Subasta por Bolsa y suscripción en firme o en garantía
<b>Calificación de riesgos</b>	Scr AAA

1) *En el caso de emisiones con tasa de interés ajustable, la tasa de referencia que se utilizará será la vigente dos días hábiles antes del inicio de cada período de pago de intereses.*

*(\*) La fecha de emisión, la fecha de vencimiento, el plazo, el monto y cantidad de series, la forma de colocación, la tasa de interés, el código ISIN y el nemotécnico de las series que compone el Programa de Emisiones de Bonos Estandarizados D-2012 en dólares serán informados mediante un Comunicado de Hecho Relevante al menos 2 días hábiles antes de la fecha de colocación del primer tracto de cada serie.*

El programa de emisiones se colocará en su totalidad en el mercado primario bursátil costarricense.

De conformidad a las disposiciones contenidas en el artículo 11 del Reglamento sobre Oferta Pública de Valores, cada emisión del programa deberá mantener un monto mínimo de ¢100.000.000.00 cien millones de colones netos o su equivalente en dólares al tipo de cambio de venta de referencia del Banco Central y un número mínimo de doscientos valores, con el propósito de asegurar la existencia de un volumen suficiente de títulos para dar profundidad al mercado secundario.

El 14 de noviembre del 2012 se recibe la resolución SGV-R-2740 en la cual se autoriza a hacer la modificación del valor facial de cada emisión, la periodicidad de cada emisión, costo de emisión y colocación, como sigue:

**Cuadro No. 5**  
**Características de la modificación del programa de emisiones de Bonos Estandarizados D-2012**

Rubro	Antes de la modificación	Después de la modificación
<b>Valor Facial de cada emisión</b>		
Programa D-2012	US \$10.000	A definir por Hecho Relevante*
<b>Periodicidad de cada emisión</b>		
Programa D-2012	Trimestral	A definir por Hecho Relevante*
<b>Costo de la emisión y colocación</b>		
Programa D-2012	Los gastos que llegaren a generarse en la distribución de los valores de las emisiones presentes deberán ser asumidos en su totalidad por los puestos de bolsa representantes. Florida Ice and Farm Company S.A. no reconocerá ninguna comisión de colocación a los puestos de bolsa.	Los costos para la autorización y colocación de la emisión de los valores son asumidos por el emisor y representan aproximadamente un 0.5% del total de la emisión y corresponden a los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calificación de riesgo y su mantenimiento</li> <li>• Código ISIN</li> <li>• Gastos de inscripción y mantenimiento del registro en bolsa.</li> <li>• Gastos administrativos, legales y financieros de estructuración.</li> <li>• Gastos de inscripción y mantenimiento para oferta pública en la Superintendencia General de Valores.</li> <li>• Gastos de colocación de la emisión según el mecanismo a utilizar</li> </ul>

### 1) Forma de colocación

El Programa de Emisiones de Bonos Estandarizados D-2012 en dólares, se podrán colocar mediante las formas de colocación de ventanilla, subasta y suscripción en firme o en garantía. Únicamente puede ser utilizado un mecanismo para la colocación de un mismo tracto.

Florida Ice And Farm Co. S.A., informará mediante un Comunicado de Hecho Relevante, al menos 2 días hábiles antes de la fecha de colocación, lo siguiente: el mecanismo específico que utilizará para cada serie o tracto, los horarios de recepción de ofertas, la fecha y hora de asignación, el parámetro de asignación, el tipo de asignación, el tracto a colocar y el plazo liquidación. En el caso de subasta también se deberá indicar el precio máximo de asignación parcial.

En el caso que se coloque por suscripción en firme o en garantía, el emisor comunicará por Hecho Relevante el nombre de los suscriptores, la naturaleza y el plazo de las obligaciones de los intermediarios, el monto a suscribir por cada uno, las compensaciones convenidas y el precio a pagar por los valores, como máximo el día hábil después de su firma.

*a) Ventanilla*

La colocación de cada serie perteneciente al Programa de emisiones de Bonos Estandarizados D-2012 en dólares, se podrá realizar mediante una o varias colocaciones por ventanilla. Estas se podrán realizar directamente en las instalaciones de Florida Ice & Farm Co, S.A.

Es una colocación por ventanilla, aquella en la que las ofertas de los inversionistas se refieren únicamente a la cantidad que se desea comprar al precio previamente establecido por el agente colocador. Para garantizar el trato igualitario a los inversionistas, el agente colocador debe mantener el precio sin modificaciones al menos durante el horario de recepción de ofertas de un mismo día, el cual debe abarcar al menos tres horas continuas diarias. El precio debe colocarse en un lugar visible de fácil acceso para los inversionistas o el agente de bolsa.

Las órdenes de compra para la colocación de cada serie del Programa de emisiones de Bonos Estandarizados D-2012 en dólares deberán entregarse en la Tesorería de Florida Ice And Farm Co. S.A. en sus oficinas centrales ubicadas en Llorente de Flores, del Depósito del Lagar 100 al norte, Edificio Corporativo, indicando el monto a comprar, el nombre de la persona oferente (física o jurídica), su correspondiente cédula física o jurídica, y un número de fax para recibir confirmaciones, con atención a las personas que oportunamente se informará mediante comunicado de hecho relevante; este se publicará al menos dos días hábiles antes de la colocación.

Se aceptarán órdenes de compra que cumplan con los siguientes requisitos: órdenes en firme de compra debidamente completas, firmadas y autenticadas por notario público, todas las órdenes deberán ser parciales, es decir, que permitan la asignación parcial de la oferta, adicionalmente, deben adjuntarse los documentos pertinentes que respalden la autoridad del firmante para plantear la orden de inversión.

Se aplicará la regla de “primero en tiempo primero en derecho” a todas las solicitudes recibidas durante el periodo de recepción. El porcentaje máximo a asignar por inversionista aplicando la regla anterior, será del 1%. Cuando la ventanilla se mantenga abierta hasta colocar la totalidad de la emisión, este porcentaje se referirá al monto total disponible de la emisión, y cuando la colocación se realice por tractos, este porcentaje se refiere al tracto por colocar. Las ofertas de compras iguales o inferiores al porcentaje máximo por asignar por inversionistas se asignarán en forma inmediata.

Cuando resulte un monto remanente aplicando el porcentaje máximo por inversionista en el plazo de recepción de ofertas, la asignación de este remanente entre los inversionistas cuya oferta de compra haya superado este porcentaje podrá realizarse asignando montos iguales a cada uno, respetando el monto de cada oferta de compra y hasta agotar el remanente (asignación uniforme absoluta) o, alternativamente, con el método de prorrateo (asignación uniforme relativa), o sea, asignando este remanente de manera proporcional al monto de la oferta de cada participante sobre la base de los montos totales ofertados

menos lo ya asignado mediante la regla de “primero en tiempo primero en derecho”. El tipo de asignación para el caso de que resulte un monto remanente aplicando el porcentaje máximo indicado, se revelará en el Comunicado de Hecho Relevante de la colocación.

El precio de colocación se dará a conocer mediante Comunicado de Hecho Relevante al menos 1 día hábil antes de la colocación de cada serie.

#### *b) Subasta por bolsa*

La colocación de cada serie perteneciente al Programa de emisiones de Bonos Estandarizados D-2012 en dólares se realizará en una o varias subastas en la Bolsa Nacional de Valores, de conformidad con los mecanismos establecidos para este efecto por esa Institución. El parámetro para la asignación de las ofertas será el de precio ofrecido o precio de corte.

En caso de que haya más de una oferta al precio de corte, la asignación de los montos debe realizarse asignando montos iguales a cada una, respetando el monto de cada oferta y hasta agotar el remanente (asignación uniforme absoluta) o, alternativamente, asignando este remanente de manera proporcional al monto de la oferta de cada participante con respecto al monto total de ofertas, con el método de prorrateo (asignación uniforme relativa). El tipo de asignación cuando haya más de una oferta al precio de corte, se revelará en el Comunicado de Hecho Relevante de la colocación.

El emisor establecerá un precio máximo de asignación parcial. En el caso de que sea por precio, solo puede asignar una cantidad o monto menor al previamente ofrecido con un precio de corte igual o menor al precio máximo de asignación parcial. Adicionalmente, el precio de corte puede ser mayor al precio máximo de asignación parcial únicamente si el emisor asigna una cantidad o monto igual o mayor al previamente ofrecido. El emisor únicamente puede declarar desierta la colocación si todas las ofertas tienen un precio menor al precio máximo de asignación parcial.

El precio máximo de asignación parcial, así como el monto o la cantidad a colocar, se podrán modificar mediante Comunicado de Hecho Relevante al menos 2 horas hábiles antes de la subasta.

El emisor podrá establecer la condición de que únicamente se recibirán ofertas de compra parciales, en cuyo caso dicha condición se establecerá en el Comunicado de Hecho Relevante de la colocación. La liquidación se efectuará en T+2.

#### *c) Colocación por suscripción*

Para las emisiones pertenecientes al Programa de emisiones de Bonos Estandarizados D-2012 en dólares, el emisor puede celebrar contratos de suscripción bajo alguna de sus dos modalidades: suscripción en garantía o suscripción en firme.

### *1- Procedimiento de colocación por suscripción*

Florida Ice and Farm Co S.A. designará un puesto de bolsa que actúe como agente colocador en el caso de que se realice la asignación de las emisiones del Programa de emisiones de Bonos Estandarizados D-2012 en dólares por medio de alguna de sus modalidades: suscripción en garantía o suscripción en firme.

El contrato de suscripción en garantía es el suscrito entre un emisor y el suscriptor por el cual, el segundo se obliga a comprar por cuenta propia, al precio convenido entre las partes, los valores que no hubieran sido adquiridos por los inversionistas al término del período de suscripción u oferta establecido.

El contrato de suscripción en firme es el suscrito entre un emisor y el suscriptor por el cual, el segundo se obliga a comprar por cuenta propia la totalidad o parte de una emisión al precio y en el plazo convenido entre las partes.

El suscriptor únicamente puede vender los valores hasta que la emisión o parte de una emisión, según corresponda al contrato de suscripción, esté suscrita y pagada y debe realizarse en el mercado secundario de valores inscritos.

#### *d) Suscripción en firme*

Los suscriptores informarán la rueda del mercado secundario, así como las condiciones aplicables (fechas de negociación, tracto a colocar y plazo de liquidación), mediante un comunicado de hecho relevante dos días hábiles antes de la fecha de negociación de cada tracto. Además deberán indicar si la oferta de los valores se dirige únicamente a sus clientes. En el caso de que así se disponga, los suscriptores deberán solicitar la autorización a la Bolsa Nacional de Valores S.A. para realizar las operaciones fuera de rueda.

#### *e) Suscripción en garantía*

En la primera etapa, el suscriptor hace su mejor esfuerzo por colocar la emisión y para ello utilizará cualquiera de los mecanismos descritos anteriormente (ventanilla o subasta por bolsa). Los valores que no fueron colocados en esta etapa deberán ser adquiridos por el suscriptor, quien podrá realizar la negociación una vez que la emisión se encuentre suscrita y pagada, según corresponda al contrato de suscripción. Estos valores únicamente podrán ser negociados en el mercado secundario de valores inscritos.

Los suscriptores informarán la rueda del mercado secundario, así como las condiciones aplicables (fechas de negociación, tracto a colocar y plazo de liquidación), mediante un Comunicado de Hecho Relevante 2 días hábiles antes de la fecha de la negociación de cada tracto. Además, deberán indicar si la oferta de los valores se dirige únicamente a sus clientes. En el caso de que así se disponga, los suscriptores deberán solicitar la



autorización a la Bolsa Nacional de Valores, S.A. para realizar las operaciones fuera de rueda.

*f) Agente colocador*

Es agente colocador el puesto de bolsa representante, o en su ausencia, Florida Ice and Farm Co S.A. El agente colocador puede contratar a alguna bolsa de valores para colocar las series del Programa de emisiones de bonos estandarizados D-2012 en dólares por ventanilla o subasta.

Cuando la colocación de un valor inscrito se realice fuera de la bolsa, por cualquiera de los mecanismos de colocación, el agente colocador debe comunicar a la bolsa en la que El valor está admitido a negociación lo siguiente para cada una de las operaciones de colocación: código ISIN, nemotécnico, emisor, descripción del valor, moneda, precio, monto o cantidad y el día de la transacción a más tardar un día hábil después de cerrada la operación.

El agente colocador debe cumplir con lo dispuesto en la Ley sobre estupefacientes, sustancias psicotrópicas, drogas de uso no autorizado, legitimación de capitales y actividades conexas y su normativa, de conformidad con las disposiciones que emita el Superintendente General de Valores, excepto cuando el agente colocador realice la colocación a través de una bolsa de valores, en cuyo caso son los puestos de bolsa que presentan ofertas de compra los que deben cumplir con dicha ley.

El agente colocador debe cumplir además, excepto en el caso de la suscripción en firme por la totalidad de la emisión, con los siguientes requisitos:

- a) Dar un trato igualitario a los inversionistas en el acceso y difusión de la información sobre la emisión y el mecanismo de colocación, tanto en relación con los contenidos como en relación con el momento y el medio por el cual se tiene acceso o se difunde la información.
- b) Dar trato igualitario a los inversionistas en las condiciones de la colocación.
- c) Las reglas de asignación no pueden contener ningún elemento a definir durante o después de la colocación, excepto en el caso de la subasta la forma de definir el precio de corte cuando se defina por debajo del precio máximo de asignación parcial o se asigne un monto mayor al monto ofrecido (de la emisión o tracto, según corresponda).
- d) El agente colocador deberá conservar la documentación que acredite el detalle de las ofertas recibidas de los inversionistas y la asignación, la cual debe estar a disposición de la SUGEVAL.

## 2) Garantías

Las series del Programa de emisiones de Bonos Estandarizados D-2012 en dólares no cuentan con ninguna garantía específica.

## 3) Calificación de riesgo

En sesión Extraordinaria N° 1342012 del 09 de noviembre del 2012 la empresa Sociedad Calificadora de Riesgo Centroamericana, S.A., basado en información financiera no auditada al 31 de marzo del 2012, acordó otorgar la calificación de AAA para todas las series que componen el programa.

Las calificaciones Scr AAA se le otorga a "emisores con la más alta capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos acordados. No se vería afectada ante posibles cambios en el emisor, en la industria a la que pertenece o en la economía. Nivel excelente"

La calificación de riesgo se actualiza cada seis meses y se encuentra disponible en las Oficinas de Florida Ice And Farm Co. S.A., en la Superintendencia General de Valores y en la página web de la Sociedad Calificadora de Riesgos Centroamericana ([www.scriesgo.com](http://www.scriesgo.com)).

## 4) Destino de los recursos

El objetivo del Programa de emisiones de Bonos Estandarizados D-2012 en dólares, es la captación de los recursos para capital de trabajo, la inversión en activos productivos medianos y largo plazo y/o la sustitución de pasivos financieros. Dichos pasivos financieros se refieren a deuda bancaria y la sustitución de éstos se hará de conformidad con criterios de oportunidad y conveniencia estratégica para el Emisor, en el momento en que se reciban los recursos.

## 5) Costo de la emisión y colocación

Los costos para la autorización y colocación de la emisión de los valores son asumidos por el emisor y representan aproximadamente un 0.5% del total de la emisión

## 6) Tratamiento tributario

De acuerdo a la legislación tributaria costarricense vigente a la fecha de elaboración del addendum al prospecto, los intereses devengados por los títulos valores a emitir, están sujetos a una retención del 8% por concepto de impuesto sobre la renta; dicho porcentaje podría ser sujeto a variaciones de acuerdo a los cambios en la legislación tributaria costarricense. Cualquier modificación futura en el tratamiento impositivo de los valores producto de cambios en la normativa relacionada, no serán asumidos por el emisor.

#### 7) Representación por Macrotítulo y aclaración sobre su registro

Las emisiones asociadas al Programa de emisiones de bonos estandarizados D-2012 en dólares se hacen bajo la forma de representación denominada macrotítulo, de conformidad con lo establecido en la Ley y las regulaciones del mercado de valores costarricense y el Acuerdo SGV-A-32 "Instrucciones para la utilización del macrotítulo y el certificado de deuda para representar valores provenientes de una misma emisión".

Se emitirán físicamente solo en los siguientes casos:

- a) Incumplimiento de pago del emisor, siempre que el título físico se requiera para efectos del reclamo del crédito correspondiente dentro un plazo judicial o de un proceso de conciliación o arbitraje.
- b) A solicitud del propietario del valor, siempre que el título físico se requiera para la demostración de su legitimación ante un órgano administrativo o judicial o dentro de un proceso de conciliación o arbitraje.

La solicitud se hará ante la entidad de custodia, quien la trasladará a la CEVAL o en la entidad de depósito, o al emisor, según corresponda de acuerdo con lo establecido en los párrafos siguientes.

En los casos cubiertos por el inciso a) anterior la emisión física la realizará la CEVAL o en la entidad de depósito, de acuerdo con el procedimiento que ésta establecerá y que deberá aprobar el Superintendente.

En los casos cubiertos por el inciso b), la emisión física la realizará el emisor, el cual deberá remitir a la CEVAL o en la entidad de depósito un nuevo macrotítulo, que excluya los valores emitidos físicamente.

En ambos casos, el solicitante deberá presentar la documentación que acredite la existencia del reclamo judicial o administrativo o del proceso de conciliación o arbitraje, así como la solicitud realizada por el órgano correspondiente para la exhibición del título físico. En los casos de valores emitidos a la orden, el título contendrá la leyenda a que se refiere el artículo 137 de la ley Reguladora del Mercado de Valores.

Los valores de cada serie se mantendrán en cuentas individuales en la CEVAL en la entidad de depósitos o la entidad de custodia, las que serán abiertas a nombre de cada titular. En el supuesto de negociación de los valores en bolsa o en un mercado secundario organizado, el mantenimiento de cada cuenta individual podría implicar cargos adicionales por el servicio de custodia.

Todos los movimientos que afecten a los valores de cada una de las series del presente programa de emisiones deberán inscribirse en el registro de la CEVAL y en la entidad de custodia para que afecten a terceros, lo cual podría implicar cargos por el servicio de inscripción.

Por otra parte, la titularidad sobre los valores de cada serie del programa de emisiones se demostrará por medio de constancias que los custodios están obligados a emitir a solicitud del propietario de los valores.

#### 8) Prelación de pagos

Florida Ice and Farm Co S.A. aplicará la siguiente regla de prelación de pagos a sus acreedores, acudiendo en primera instancia a su patrimonio y según el siguiente orden de acuerdo con el artículo 886 del Código de Comercio y los artículos 981 y 989 hasta 993 del Código Civil:

- a) Pago de créditos privilegiados (pasivos con garantías reales, obligaciones con los trabajadores, pago de impuestos vencidos y cualquier otro cuyo privilegio esté establecido por ley).
- b) Pago de obligaciones comunes o quirografarias, lo que incluye el pago a los tenedores de las emisiones de bonos y el pago de cualquier otro gasto.

#### 9) Agente de pago

De conformidad con lo dispuesto en el transitorio II de la Guía para la elaboración de prospectos de emisores, se deberá escoger un agente de pago en tanto entre en vigencia el sistema de anotación en cuenta.

Actualmente el pago se realiza por medio de la CEVAL, de conformidad con el procedimiento vigente.

#### 10) Emisiones inscritas en otros mercados

Florida Ice And Farm Co. S.A. no tiene emisiones inscritas en otros mercados.

## 2. EMISIÓN DE ACCIONES

En Asamblea Extraordinaria de Accionistas celebrada el 13 de diciembre del 2012, se aprobó por unanimidad, la reducción del Capital Social de Florida Ice and Farm Co. S.A., por un monto de ¢180.430.400.00, equivalente a las acciones en Tesorería al 30 de setiembre del 2012, pasando de ¢38.168.475.100.00 a ¢37.988.044.700.00. Esto fue aprobado mediante la resolución SGV-R-2786. El valor de las acciones es de ¢100.00 cada una.

Al 30 de setiembre del 2012 el Capital Social Autorizado de la Empresa es de ¢38.168.475.100.00 (treinta y ocho mil ciento sesenta y ocho millones cuatrocientos setenta y cinco mil cien colones), representado por 381.684.751 (trecientos ochenta y un

millones seiscientos ochenta y cuatro mil setecientos cincuenta y un acciones comunes con un valor nominal de ¢100 (cien colones) por cada acción. Al 30 de setiembre del 2010, 2011 y 2012, el valor en libros de las acciones comunes fue de ¢588.92, ¢641.81 y ¢691,22 respectivamente, calculado con base en las acciones en circulación al 30 de setiembre de cada año.

En Asamblea Extraordinaria de Accionistas celebrada el 15 de diciembre del 2011, se aprobó por unanimidad, la reducción del Capital Social de Florida Ice and Farm Co. S.A., por un monto de ¢1.831.524.900.00, equivalente a las acciones en Tesorería al 30 de setiembre del 2011, pasando de ¢40.000.000.000.00 a ¢38.168.475.100.00. El valor de las acciones es de ¢100.00 cada una, mediante resolución SGV-R-2605 del 06/02/2012 se autoriza a Florida Ice and Farm Co. S.A. a la modificación correspondiente del Capital Social.

Al 30 de setiembre del 2011 el Capital Social Autorizado de la Empresa es de ¢40.000.000.000,00 (cuarenta mil millones de colones), representado por 400 (cuatrocientos) millones de acciones comunes con un valor nominal de ¢100 (cien colones) por cada acción Al 30 de setiembre del 2009, 2010 y 2011, el valor en libros de las acciones comunes fue de ¢598.38, ¢588.92 y ¢641.81 respectivamente, calculado con base en las acciones en circulación al 30 de setiembre de cada año.

La emisión de acciones está inscrita ante la CEVAL mediante el código ISIN CRFIFCOA0015, que actualmente se negocian en la Bolsa Nacional de Valores con el Nematécnico “acom”.

Florida Ice and Farm Co., S.A., de conformidad con el Acuerdo de Junta Directiva del pasado 13 de octubre del 2003, Artículo 4, en la que se delegó y autorizó a la Dirección General para gestionar un programa de recompra de acciones a través de la Bolsa Nacional de Valores, dicho programa fue aprobado por la suma de US\$10.000.0000.00 (diez millones de dólares), al 30 de setiembre del 2007, dicho programa de recompra fue cumplido a cabalidad de acuerdo a las regulaciones establecidas por la SUGEVAL.

Florida Ice and Farm Co., S.A., de conformidad con el Acuerdo de Junta Directiva del pasado 14 de diciembre del 2009, Artículo 5, en la que se delegó y autorizó a la Dirección General para gestionar un programa de recompra de acciones a través de la Bolsa Nacional de Valores, dicho programa fue por la suma de US\$10.000.0000.00 (diez millones de dólares), al 30 de setiembre del 2011, dicho programa de recompra fue cumplido a cabalidad de acuerdo a las regulaciones establecidas por la SUGEVAL.

Florida Ice and Farm Co., S.A., de conformidad con la ratificación de la Asamblea General Extraordinaria de Accionistas, celebrada el día 03 de noviembre del 2011, aprueba el Acuerdo de Junta Directiva del pasado 19 de setiembre del 2011, Artículo 7, en la que se delegó y autorizó a la Dirección General para gestionar un programa de recompra de acciones a través de la Bolsa Nacional de Valores, dicho programa fue aprobado hasta

por un monto de US\$10.000.0000.00 (diez millones de dólares), al 30 de setiembre del 2012, se había ejecutado recompras por la suma de \$ 3,126.082.27 , equivalente a 1.814.304 de acciones.

A continuación se muestra el valor de mercado de las acciones al 30 de setiembre de cada uno de los años comprendidos entre 2009 y 2012, ambos años inclusive, y su relación con la utilidad por acción y su valor en libros para cada uno de esos años.

**Cuadro No. 6**  
**Valor de Mercado de las acciones al 30 de setiembre del año respectivo**

Año	Valor de Mercado	Relación a (veces)	
		Utilidad por Acción	Valor en Libros
2009	755	12,77	1,26
2010	780	11,21	1,32
2011	919	12,03	1,43
2012	897	7,55	1,30

Hoy en día Florida Ice & Farm Co., S. A. no emite acciones para colocar en el mercado accionario. A la fecha ningún accionista por sí o por interpósita persona, tiene más del 10% de las acciones en circulación.

Los Accionistas de Florida Ice & Farm Co., S. A. tienen todos los derechos que les otorga el Código de Comercio de Costa Rica y sus Reformas y son proporcionales a la cantidad de acciones que poseen.

El plazo de inscripción de los accionistas en el Libro de Accionistas es de 8 días hábiles, una vez reportados los cambios.

Por disposiciones legales, la Empresa deberá aplicar la retención para las acciones a título personal, 5% si fueron transadas por Bolsa y 15% si no fueron transadas por Bolsa, de acuerdo con el Código de Comercio.

***a. Inmovilización o Desmaterialización de Acciones***

En noviembre del 2000 la Bolsa Nacional de Valores S.A. creó el sistema de inmovilización y negociación electrónica de acciones, el cual permite la negociación de acciones mediante traspasos electrónicos de una cuenta a otra mediante la representación de la emisión accionaria por un único certificado accionario (tipo macro título), el cual es depositado y administrado en la Central de Valores de la Bolsa Nacional de Valores (CEVAL).

En sesión Ordinaria de Junta Directiva de Florida Ice & Farm Co., S.A. No. dos mil quinientos diecinueve, celebrada el día 22 de octubre del 2012 y de conformidad con el

Artículo V de la Asamblea General de Accionistas, celebrada el 15 de diciembre del 2001, la Junta Directiva acuerda:

Emitir un CUADRAGESIMO macro título por la cantidad de 217.535 acciones comunes y nominativas, que suman la cantidad de acciones físicas entregadas de acuerdo con su voluntad por los accionistas entre el 01 julio al 30 de setiembre del 2012. Estas acciones son sacadas de circulación e incorporadas al macro título el cual se depositará en la Central de Valores (CEVAL) de la Bolsa Nacional de Valores, S.A., autorizado en este acuerdo. Al 30 de setiembre del 2012, el total de acciones desmaterializadas es de 158.313.431

**Cuadro No. 7**  
**Resumen de Macro títulos realizados**

<b>PRIMER MACROTITULO</b>		<b>SEGUNDO MACROTITULO</b>	
SE EMITIÓ	1 DE ABRIL DEL 2002	SE EMITIÓ	EL 31 DE JULIO DEL 2002
CANTIDAD	5.975.060 ACCIONES	CANTIDAD	7.678.435 ACCIONES
PERIODO	DEL 2 DE ENERO AL 27 DE MARZO DEL 2002	PERIODO	DEL 1 DE ABRIL AL 31 DE JULIO DEL 2002
<b>TERCER MACROTITULO</b>		<b>CUARTO MACROTITULO</b>	
SE EMITIÓ	10 DE FEBRERO DEL 2003	SE EMITIO	12 DE AGOSTO DEL 2003
CANTIDAD	5.672.312 ACCIONES	CANTIDAD	26.677.745 ACCIONES
PERIODO	DEL 1 DE AGOSTO DEL 2002 AL 10 DEL FEBRERO 2003	PERIODO	DEL 11 DE FEBRERO AL 08 DE AGOSTO DEL 2003
<b>QUINTO MACROTITULO</b>		<b>SEXTO MACROTITULO</b>	
SE EMITIO	13 DE ENERO DEL 2004	SE EMITIO	06 DE JULIO DEL 2004
CANTIDAD	9.350.626 ACCIONES	CANTIDAD	5.337.588 ACCIONES
PERIODO	DEL 11 DE AGOSTO DEL 2003 AL 08 ENERO DEL 2004	PERIODO	DEL 09 DE ENERO AL 30 DE JUNIO DEL 2004
<b>SETIMO MACROTITULO</b>		<b>OCTAVO MACROTITULO</b>	
SE EMITIO	20 DE OCTUBRE DEL 2004	SE EMITIO	25 DE ENERO DEL 2005
CANTIDAD	2.709.920 ACCIONES	CANTIDAD	2,278,285 ACCIONES
PERIODO	DEL 1 DE JULIO AL 30 DE SETIEMBRE DEL 2004	PERIODO	DEL 01 DE OCTUBRE AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2004
<b>NOVENO MACROTITULO</b>		<b>DECIMO MACROTITULO</b>	
SE EMITIO	19 DE ABRIL DEL 2005	SE EMITIO	19 DE JULIO DEL 2005
CANTIDAD	1.831.174 ACCIONES	CANTIDAD	2.087.879 ACCIONES
PERIODO	DEL 01 DE ENERO AL 31 DE MARZO DEL 2005	PERIODO	DEL 01 DE ABRIL AL 30 DE JUNIO DEL 2005
<b>UNDECIMO MACROTITULO</b>		<b>DECIMO SEGUNDO MACROTITULO</b>	
SE EMITIO	25 DE OCTUBRE DEL 2005	SE EMITIO	16 DE ENERO DEL 2006
CANTIDAD	2.763.400 ACCIONES	CANTIDAD	21.452.948 ACCIONES
PERIODO	DEL 01 DE JULIO AL 30 DE SETIEMBRE DEL 2005	PERIODO	DEL 01 DE OCTUBRE AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2005
<b>DECIMO TERCER MACROTITULO</b>		<b>DECIMO CUARTO MACROTITULO</b>	
SE EMITIO	25 DE ABRIL DEL 2006	SE EMITIO	18 DE JULIO DEL 2006
CANTIDAD	4.103.750 ACCIONES	CANTIDAD	1.811.140 ACCIONES
PERIODO	DEL 01 DE ENERO AL 31 DE MARZO DEL 2006	PERIODO	DEL 01 DE ABRIL AL 30 DE JUNIO DEL 2006
<b>DECIMO QUINTO MACROTITULO</b>		<b>DECIMO SEXTO MACROTITULO</b>	
SE EMITIO	02 DE NOVIEMBRE DEL 2006	SE EMITIO	16 DE ENERO DEL 2007
CANTIDAD	418.860 ACCIONES	CANTIDAD	2.008.163 ACCIONES
PERIODO	DEL 01 DE JULIO AL 30 DE SETIEMBRE DEL 2006	PERIODO	DEL 01 DE OCTUBRE AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2006
<b>DECIMO SETIMO MACROTITULO</b>		<b>DECIMO OCTAVO MACROTITULO</b>	
SE EMITIO	02 DE MAYO DEL 2007	SE EMITIO	17 DE JULIO DEL 2007
CANTIDAD	2.038.894 ACCIONES	CANTIDAD	1.052.950 ACCIONES
PERIODO	DEL 01 ENERO AL 31 DE MARZO DEL 2007	PERIODO	DEL 01 DE ABRIL AL 30 DE JUNIO DEL 2007
<b>DECIMO NOVENO MACROTITULO</b>		<b>VIGESIMO MACROTITULO</b>	
SE EMITIO	23 DE OCTUBRE DEL 2007	SE EMITIO	22 DE ENERO DEL 2008
CANTIDAD	3.328.236 ACCIONES	CANTIDAD	3.486.223 ACCIONES
PERIODO	DEL 01 DE JULIO AL 30 DE SETIEMBRE DEL 2007	PERIODO	DEL 01 DE OCTUBRE AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2007

<b>VIGESIMO PRIMERO MACROTITULO</b>		<b>VIGESIMO SEGUNDO MACROTITULO</b>	
SE EMITIO	29 DE ABRIL DEL 2008	SE EMITIO	22 DE JULIO DEL 2008
CANTIDAD	11.837.312 ACCIONES	CANTIDAD	561.986 ACCIONES
PERIODO	DEL 01 ENERO AL 31 DE MARZO DEL 2008	PERIODO	DEL 01 ABRIL AL 30 DE JUNIO DEL 2008
<b>VIGESIMO TERCERO MACROTITULO</b>		<b>VIGESIMO CUARTO MACROTITULO</b>	
SE EMITIO	17 DE OCTUBRE DEL 2008	SE EMITIO	20 DE ENERO DEL 2009
CANTIDAD	1.329.087 ACCIONES	CANTIDAD	7.695.452 ACCIONES
PERIODO	DEL 01 DEL JULIO AL 30 DE SETIEMBRE DEL 2008	PERIODO	DEL 01 DE OCTUBRE AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2008
<b>VIGESIMO QUINTO MACROTITULO</b>		<b>VIGESIMO SEXTO MACROTITULO</b>	
SE EMITIO	28 DE ABRIL DEL 2009	SE EMITIO	21 DE JULIO DEL 2009
CANTIDAD	577.708 ACCIONES	CANTIDAD	7.818.048 ACCIONES
PERIODO	DEL 01 DE ENERO AL 31 DE MARZO DEL 2009	PERIODO	DEL 01 DE ABRIL AL 30 DE JUNIO DEL 2009
<b>VIGESIMO SETIMO MACROTITULO</b>		<b>VIGESIMO OCTAVO MACROTITULO</b>	
SE EMITIO	20 DE OCTUBRE DEL 2009	SE EMITIO	19 DE ENERO DEL 2010
CANTIDAD	475.927 ACCIONES	CANTIDAD	3.407.403 ACCIONES
PERIODO	DEL 01 DE JULIO AL 30 DE SETIEMBRE DEL 2009	PERIODO	DEL 01 DE OCTUBRE AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2009
<b>VIGESIMO NOVENO MACROTITULO</b>		<b>TRIGESIMO MACROTITULO</b>	
SE EMITIO	20 DE ABRIL DEL 2010	SE EMITIO	27 DE JULIO DEL 2010
CANTIDAD	1.605.948 ACCIONES	CANTIDAD	263.782 ACCIONES
PERIODO	DEL 01 DE ENERO AL 31 DE MARZO DEL 2010	PERIODO	DEL 01 DE ABRIL AL 30 DE JUNIO DEL 2010
<b>TRIGESIMO PRIMERO MACROTITULO</b>		<b>TRIGESIMO SEGUNDO MACROTITULO</b>	
SE EMITIO	20 DE OCTUBRE DEL 2010	SE EMITIRA	25 DE ENERO DEL 2011
CANTIDAD	1.181.707 ACCIONES	CANTIDAD	743.556 ACCIONES
PERIODO	DEL 01 DE JULIO AL 30 DE SETIEMBRE DEL 2010	PERIODO	DEL 01 DE OCTUBRE AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2010
<b>TRIGESIMO TERCERO MACROTITULO</b>		<b>TRIGESIMO CUARTO MACROTITULO</b>	
SE EMITIO	26 DE ABRIL DEL 2011	SE EMITIO	19 DE JULIO DEL 2011
CANTIDAD	742.816 ACCIONES	CANTIDAD	2.725.468 ACCIONES
PERIODO	DEL 01 DE ENERO AL 31 DE MARZO 2011	PERIODO	DEL 01 DE ABRIL AL 30 DE JUNIO DEL 2011
<b>TRIGESIMO QUINTO MACROTITULO</b>		<b>TRIGESIMO SEXTO MACROTITULO</b>	
SE EMITIRA	19 DE OCTUBRE DEL 2011	SE EMITIRA	24 DE ENERO DEL 2012
CANTIDAD	20.452 ACCIONES	CANTIDAD	3.463.462 ACCIONES
PERIODO	DEL 01 DE JULIO AL 30 DE SETIEMBRE 2011	PERIODO	DEL 01 DE OCTUBRE AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011
<b>TRIGESIMO SETIMO MACROTITULO</b>		<b>TRIGESIMO OCTAVO MACROTITULO</b>	
SE EMITIO	09 DE MARZO DEL 2012	SE EMITIO	24 DE ABRIL DEL 2012
CANTIDAD	141,061,542 ACCIONES	CANTIDAD	226.572 ACCIONES
PERIODO	DEL 01 DE ABRIL 2002 AL 30 DE SETIEMBRE 2011	PERIODO	DEL 01 DE ENERO AL 31 DE MARZO DEL 2012
<b>TRIGESIMO NOVENO MACROTITULO</b>		<b>CUADRAGESIMO MACROTITULO</b>	
SE EMITIO	24 DE JULIO DEL 2012	SE EMITIRA	23 DE OCTUBRE DEL 2012
CANTIDAD	61.978 ACCIONES	CANTIDAD	217.535 ACCIONES
PERIODO	DEL 01 DE ABRIL AL 30 DE JUNIO 2012	PERIODO	DEL 01 DE JULIO AL 30 DE SETIEMBRE DEL 2012

**Total Acciones Desmaterializadas al 30 de setiembre del 2012      145.031.089**

**Representa del total de Acciones      37,99%**

Este sistema se creó con la intención de facilitar la operativa tanto para el emisor como para el inversionista, disminuyendo los riesgos de la circulación del papel. En virtud de lo anterior, la Bolsa Nacional de Valores ha gestionado con los principales emisores en el mercado el abandono de los títulos físicos a favor de los electrónicos.

Algunos de los beneficios de esta representación electrónica se ven reflejados en los diferentes participantes del mercado de valores de la siguiente forma:

- 1) Para el Mercado de Valores como un todo
  - Los títulos se pueden comprar y vender el mismo día
  - El intermediario puede transar una o todas las acciones
  - Aumenta el número de transacciones versus el volumen negociado
  - La masa de compradores y vendedores forman precio
  
- 2) Para el Inversionista
  - Existencia de "valor de realización".



- ◆ Formación de precio para realizar su inversión.
- ◆ Liquidez en sus valores.
- ◆ Menor volatilidad del precio por lo tanto menor riesgo.
- ◆ Se evita negociar la acción a bajo precio (descuento por iliquidez).
- ◆ Se eliminan problemas de seguridad (extravío y "gemeleo").

### 3) Para el Emisor

- ◆ Se valora la acción y la capacidad de financiamiento
- ◆ La iliquidez afecta el valor de la acción negativamente, con la desmaterialización se logra flexibilidad en las transacciones lo cual evita que el precio de mercado de las acciones se vea afectado por dicho riesgo de iliquidez.
- ◆ La acción líquida se convierte en alternativa atractiva de inversión
- ◆ Una valoración atractiva disminuye la disolución para futuras emisiones
- ◆ Una acción ilíquida elimina la posibilidad de futuras emisiones de acciones del emisor pues la colocación de dichas emisiones sería difícil y lenta por la inflexibilidad del mercado. La desmaterialización elimina este riesgo pues la compra y venta de acciones se puede realizar el mismo día lo cual provocará que cualquier nueva emisión de acciones se pueda realizar sin problemas de colocación.
- ◆ Elimina logística de traspaso de títulos
- ◆ Elimina problemas de seguridad (extravío, "gemeleo")
- ◆ Permite el manejo electrónico del Libro de Accionistas

Florida Ice & Farm Co., S. A., reconociendo las ventajas de un mercado accionario desmaterializado, ha apoyado los esfuerzos del sector en este sentido. Consecuentemente, en Asamblea Ordinaria de Accionistas celebrada el pasado 15 de diciembre del 2001, se aprobó la modificación a las cláusulas relacionadas con el capital social y afines, en línea con la desmaterialización de las acciones.

Aquellos accionistas que así lo deseen podrán entregar sus acciones y, después de un plazo perentorio, la Compañía emitirá un certificado accionario representativo de la totalidad de las acciones recibidas para el proceso de canje, el cual se depositará en la Central de Valores.

Cabe destacar que el proceso de canje será voluntario. Aquellos accionistas que deseen mantener sus certificados físicos lo podrán hacer. Sin embargo, en el momento que los

accionistas deseen traspasar dichos certificados, tendrán primeramente que solicitar la desmaterialización de las acciones en cuestión, para que puedan ser traspasadas a un nuevo dueño.

Si el traspaso es originado por una operación de compra/venta, el accionista vendedor mantiene su derecho a recibir el saldo no vendido en forma física. En ese caso el accionista comprador podrá recibir las acciones compradas en forma desmaterializada o en forma física. En caso de que el comprador desee recibir sus acciones en forma física, debe informarlo en el acto o por escrito al Puesto de Bolsa que le realizó la operación de compra o a Florida Ice & Farm Co., S.A. en los 3 (tres) días hábiles siguientes a la operación.

En caso de que el traspaso sea a título no oneroso (cesión, herencia, etc.), el accionista que traspasa mantiene su derecho a recibir el saldo no traspasado en forma física. El accionista que adquiere las acciones podrá recibirlas en forma desmaterializada o en forma física. En caso de que el accionista adquirente desee recibir sus acciones en forma física, debe informarlo en el acto o por escrito a Florida Ice & Farm Co., S.A. en los 3 (tres) días hábiles siguientes a la operación.

La Bolsa Nacional de Valores ha sido clara en que, empezando con el año calendario 2002, sólo se podrán transar en bolsa las acciones de aquellos emisores que hayan aprobado desmaterializar sus acciones.

Los títulos accionarios podrán ser emitidos en forma individual y física únicamente en los siguientes casos:

- a) En el caso de quiebra del emisor, siempre que el título accionario individual se requiera para efectos del reclamo correspondiente dentro de un proceso judicial o de un proceso de conciliación o arbitraje.
- b) A solicitud del propietario del valor, siempre que el título accionario individual se requiera para la demostración de su legitimación ante un órgano administrativo o judicial o dentro de un proceso de conciliación o arbitraje.

De conformidad con el artículo 138 de la Ley Reguladora del Mercado de Valores, el propietario de valores accionarios representados por medio de certificados accionarios inmovilizados en la Central de Valores acreditará su titularidad por medio de la constancia que emita el puesto depositario. No obstante, si la autoridad judicial o administrativa o el órgano encargado del proceso de conciliación o arbitraje requieren la presentación física de la acción o acciones correspondientes, el propietario del valor o la persona que ostente su representación podrá solicitar su emisión.

La solicitud se hará ante el puesto depositario, quien la trasladará a la Central de Valores o al emisor según corresponda de acuerdo con lo establecido en los párrafos siguientes.

En los casos cubiertos por el inciso a) del artículo anterior, la emisión física la realizará la Central de Valores, de acuerdo con el procedimiento que ésta establecerá y que deberá aprobar el Superintendente.

En los casos cubiertos por el inciso b) del artículo anterior, la emisión física la realizará el emisor, el cual deberá remitir a la Central de Valores un nuevo certificado accionario, que excluya las acciones emitidas individualmente.

En ambos casos, el solicitante deberá presentar la documentación que acredite la existencia del reclamo judicial o administrativo o del proceso de conciliación o arbitraje, así como la solicitud realizada por el órgano correspondiente para la exhibición del título físico. El título contendrá la leyenda a que se refiere el artículo 137 de la Ley Reguladora del Mercado de Valores.

Las acciones desmaterializadas serán depositadas en cuentas individualizadas en la Central de Valores. Estas cuentas serán abiertas por los puestos de bolsa depositarios a nombre de cada titular y que en el caso de negociación de los valores en bolsa el mantenimiento de la cuenta individual podría implicar cargos adicionales por el servicio de custodia.

Todos los movimientos que afecten a los valores deberán inscribirse en el registro de la Central de Valores para que afecten a terceros. Estos movimientos serán practicados por la entidad de custodia, lo cual podría implicar cargos por el servicio de inscripción. Estas inscripciones son las que tomará en cuenta el emisor, o sea Florida Ice & Farm Co., S. A., para efectos de la actualización del registro de socios.

El 02 de enero del 2002, Florida Ice & Farm Co., S.A. inició con el proceso de canje voluntario de las acciones físicas por acciones inmovilizadas o desmaterializadas en el Departamento Financiero en las oficinas centrales en San José. El último corte para la emisión del macrotítulo representando las acciones recibidas hasta ese momento fue el 30 de setiembre del 2012, posterior a lo cual, dichas acciones se podrán transar en forma electrónica.

## B. IDENTIFICACIÓN DE LOS DIRECTORES, GERENTES Y ASESORES INVOLUCRADOS CON EL PROCESO DE OFERTA PÚBLICA

Durante el proceso de Oferta Pública, se involucran los siguientes funcionarios de Florida Ice & Farm Co., S. A.:

Nombre	Puesto	Participación	Fax	Teléfono	Correo Electrónico
Ramón de Mendiola Sánchez	Director General	Representante Legal	2437-7011	2437-6700	<a href="mailto:ramonmendiola@Fifco.com">ramonmendiola@Fifco.com</a>
Thomas Alvarado Acosta	Director de Finanzas y Servicios Corporativos	Responsable	2437-7011	2437-6700	<a href="mailto:thomas.alvarado@Fifco.com">thomas.alvarado@Fifco.com</a>
Jorge Esquivel Villalobos	Gerente de Riesgo	Gerente de Riesgo	2437-7011	2437-6700	<a href="mailto:jorge.esquivel.villalobos@Fifco.com">jorge.esquivel.villalobos@Fifco.com</a>
Norman Ulett Vega	Gerente de Tesorería	Gerente de Tesorería	2437-7011	2437-6700	<a href="mailto:norman.ulett@Fifco.com">norman.ulett@Fifco.com</a>
Deloitte & Touche, S.A.	Auditora Externa de la Entidad	Firma Auditoría Externa	2246-5100	2246-5000	<a href="mailto:información@deloitte.com">información@deloitte.com</a>

## **CAPITULO SEGUNDO**

### **INFORMACIÓN ESENCIAL**



## A. FACTORES DE RIESGO QUE AFECTAN A LA EMISIÓN Y A LA EMPRESA

Los factores de riesgo definen algunas situaciones, circunstancias o eventos que pueden suscitarse en la empresa y reducir o limitar el rendimiento y liquidez de los valores objeto de la oferta pública y traducirse en pérdidas para el inversionista. Las siguientes anotaciones le servirán de orientación para evaluar el efecto que éstos podrían tener en su inversión.

### 1. RIESGOS

#### *a. Acciones*

##### 1) Riesgo de iliquidez en el mercado secundario

El riesgo de iliquidez se refiere a la posible dificultad del inversionista en convertir los títulos valores en fondos líquidos con la prontitud esperada, ya sea por limitaciones del mercado o por las características de las emisiones. Tal situación puede conllevar ajustes en el precio y en los costos de transacción para cerrar una operación en el mercado, lo que podría ocasionar que el inversionista reciba un monto menor al invertido o que éste no pueda liquidar su inversión.

##### 2) Riesgo de volatilidad

La falta de profundidad del mercado nacional puede ocasionar variaciones significativas en el precio cuando un inversionista hace oferta de venta o de compra de un número significativo de acciones, directamente influenciado por las variaciones en las expectativas del mercado, emisiones adicionales de acciones, Split de acciones y distribución de dividendos.

##### 3) Comercialización

El riesgo de comercialización se da cuando en el mercado existen pocos compradores y vendedores de una acción, por lo que se puede incurrir en altos costos por comisiones para poder cerrar una operación. Esto puede producir una baja rentabilidad en el retorno esperado o pérdidas mayores a las esperadas.

##### 4) Riesgo de Dilución

El accionista pudiera verse afectado en su porcentaje de participación por motivo de una nueva emisión de acciones comunes adicional que pudiera hacer Florida Ice & Farm Co., S. A., en la que, por alguna razón el accionista no decidiera participar, lo que implicaría una dilución de su participación en el capital común de la empresa.

#### 5) Riesgo de variación en el tratamiento fiscal de los dividendos

El tratamiento fiscal vigente para los ingresos por dividendos puede ser modificado por la Administración Tributaria, motivo por el cual se podrían ver afectados los ingresos netos de impuesto de renta del inversionista por concepto de dividendos.

#### 6) Riesgos por la discrecionalidad de la Asamblea de Accionistas para decretar dividendos

La Asamblea General ordinaria de accionistas de Florida Ice & Farm Co., S. A. tiene la discrecionalidad de decretar los dividendos que se pagarán en el período. La asamblea de accionistas también delega el pago a discreción de la Junta Directiva para que de acuerdo con el flujo de efectivo de la empresa proceda al pago correspondiente en pagos trimestrales, pudiendo aumentar o disminuir el dividendo por acción. La declaratoria de los dividendos está sujeta a la existencia de utilidades realizadas y líquidas, resultantes del balance aprobado por la asamblea de accionistas, como lo dispone el artículo 27 del Código de Comercio de Costa Rica.

### *b. Deuda*

#### 1) Riesgo de comercialización de las emisiones de deuda

Una crisis de liquidez en el mercado podría ocasionar una baja en el retorno esperado si el inversionista deseara comercializarlo antes del vencimiento.

#### 2) Riesgo de iliquidez en el mercado secundario

El riesgo de iliquidez se refiere a la posible dificultad del inversionista en convertir los títulos valores en fondos líquidos con la prontitud esperada, ya sea por limitaciones del mercado o por las características de las emisiones. Tal situación puede conllevar ajustes en el precio y en los costos de transacción para cerrar una operación en el mercado, lo que podría ocasionar que el inversionista reciba un monto menor al invertido o que éste no pueda liquidar su inversión.

#### 3) Riesgo de desinscripción

Este riesgo se refiere a la posibilidad de que Florida Icen And Farm Co., S. A. tomara la decisión de desinscribirse como emisor de oferta pública de valores, en cuyo caso los accionistas e inversionistas no podrían negociar los valores de Florida Icen And Farm Co., S. A. por medio de la Bolsa Nacional de Valores, y no contarían con información financiera periódica regulada.

Para que la empresa se pueda desinscribir en necesario que realice una serie de requisitos previstos por el Reglamento de Oferta Pública y que estén a satisfacción de la Superintendencia General de Valores.

#### 4) Riesgo por variaciones en el precio de los valores de deuda

El precio de los valores podría ser afectado por condiciones relacionadas con la percepción del riesgo que tengan los inversionistas sobre la solvencia de la empresa.

#### 5) Riesgo de cesación de pagos de parte del emisor

El riesgo de cesación de pagos se refiere a la posibilidad de que una entidad financiera no cuente con los recursos financieros necesarios para cumplir con sus obligaciones, incluido el incumplimiento del pago del principal e intereses sobre los valores emitidos. Lo anterior podrá ocasionar una disminución en el valor de mercado de los valores, reduciendo de esta forma el precio de los bonos de deuda.

#### 6) Riesgo de variación en el tratamiento fiscal de los intereses

El tratamiento fiscal vigente para los ingresos por intereses sobre bonos puede ser modificado por la Administración Tributaria, motivo por el cual se podrían ver afectados los ingresos netos de impuesto de renta del inversionista.

#### 7) Riesgo de redención anticipada

En virtud de la opción de redención anticipada que tiene los bonos, el emisor podrá cancelarlos parcial o totalmente en forma anticipada en las condiciones estipuladas en dicha opción. Para el inversionista no hay certeza de cuando se haría efectiva la opción de redención, por lo que el rendimiento efectivo al vencimiento puede ser distinto del rendimiento esperado en el momento de compra del valor.

### *c. Riesgos de la Empresa*

En términos generales la ocurrencia de alguno de los siguientes factores podría incidir de forma negativa en el precio y la rentabilidad de los títulos adquiridos por el inversionista, e inclusive podría provocar que el emisor no pueda cumplir con sus obligaciones.

#### 1) Riesgo por el origen y tipo de materia prima

Florida Ice & Farm Co.; S.A. adquiere una parte importante de sus materias primas en el extranjero, en especial la malta, y algunos concentrados. Al ser bienes importados, sus costos se ven afectados por la devaluación de la moneda nacional respecto a monedas “duras” como el Dólar y el Euro. Además se ha cubierto con contratos para asegurar el abastecimiento, por plazos prudenciales con los principales proveedores de materia prima.

#### 2) Riesgo de fenómenos naturales que incidan en la producción

Un invierno prolongado, así como cualquier otro fenómeno natural, pueden incidir directamente en el consumo y producción de nuestros productos, provocando disminuciones en nuestras ventas y afecten los inmuebles y la reducción de su valor.



### 3) Riesgo de nuevos impuestos

Siempre existe el riesgo de que se le imputen nuevos impuestos a nuestros productos, ya que por la naturaleza de la industria estos resultan fáciles de recaudar para las autoridades fiscales

### 4) Riesgo del Negocio

Este riesgo consiste en que por razones económicas o naturales los productos que elabora y comercializa la empresa no se vendan conforme a las proyecciones causando un impacto en los ingresos proyectados. Dicho riesgo depende de la posición competitiva que mantenga la empresa en cada uno de los sectores en que participa (bebidas, alimentos e inmobiliario), satisfaciendo las necesidades de los clientes directos y las expectativas de los consumidores finales.

### 5) Riesgo por modificaciones en la regulación aplicable a la actividad de la empresa

Florida Ice & Farm Co.; S. A. se desarrolla en el campo industrial, comercial e inmobiliario principalmente, lo que implica que esté sujeta a distintas regulaciones propias de estas actividades emitidas por las leyes de Costa Rica y Guatemala. En el eventual caso de modificaciones en estas regulaciones, podría verse afectada alguna de las actividades y pudiendo incidir en los resultados de la empresa y en los intereses de los accionistas.

### 6) Riesgo de disminución de la liquidez en la economía

Por las características de nuestros productos, la disminución en el poder de compra de los consumidores podría incidir en las ventas.

### 7) Riesgo de variaciones de Tipo de Cambio

El riesgo cambiario se refiere a las variaciones que pudieran ocurrir en los ingresos y gastos por consecuencia de cambios inesperados en el tipo de cambio del colón y el quetzal con respecto a otras monedas extranjeras. Este riesgo también está asociado a la exposición cambiaria de Florida Ice & Farm Co., S. A. en el balance.

### 8) Riesgo de variaciones en la tasa de interés

Florida Ice & Farm Co.; S. A. financia algunas de sus inversiones con instrumentos financieros, tales como emisiones de bonos o créditos bancarios. Las tasas de interés tienen una repercusión directa en el costo de los recursos de la empresa ante cualquier variación en el entorno macroeconómico donde se opera.

El riesgo por variaciones en la tasa de interés se define como la exposición a pérdidas debido al cambio de las tasas de interés activas como las tasas de interés pasivas.

#### 9) Riesgos de continuidad de operación

La operación normal de la empresa se puede ver afectada por muchos factores como pueden ser problemas con el suministro eléctrico, fallos en líneas de envasado, interrupciones en los sistemas informáticos, problemas en los sistemas de carga y descarga de camiones, etc.

#### 10) Riesgos de competencia

La industria de bebidas pasa hoy en día por un constante movimiento que genera alianzas entre diferentes grupos mundiales. En caso de Florida, las recientes incorporaciones de competidores globales en el mercado centroamericano hacen que nuestra compañía sea susceptible de amenazas de esa naturaleza.

#### 11) Riesgo de Concentración

Florida Ice & Farm Co.; S. A. participa en los Mercados de bebidas, alimentos y el sector inmobiliario, teniendo operaciones en Costa Rica y Guatemala principalmente, si a nivel de éstos países se diera algún cambio en las políticas establecidas para éstos sectores, esto podría afectar la actividad.

#### 12) Riesgo macroeconómico

Es el generado propiamente por el mercado y su entorno, y se refiere al que se asume cuando los diversos factores de la economía entran en recesión o en bonanza, pudiendo afectar los precios y la liquidez de las inversiones, así como los resultados de las empresas.

#### *d. Riesgo país*

Se refiere a la capacidad que tiene un país para hacerle frente a sus obligaciones financieras con el resto del mundo. Una entidad pudiera verse afectada, cuando el país donde tiene operaciones tiene el factor de riesgo país alto, ocasionándole dificultad al acceso de fondos internacionales.

#### 1) Riesgo de variaciones en la tasa de Interés

El riesgo de las tasa de interés se genera por variaciones en las tasa de interés de los activos y pasivos de la empresa como consecuencia de cambios en las variables generales del mercado. Estos cambios pueden ser causados por factores internos de la política de la empresa o por factores externos relacionados con la economía como: la política monetaria, fiscal y cambiaria interna y externa. Los cambios en las tasas de interés pueden causar impacto en el nivel de utilidades y en el patrimonio de Florida Ice & Farm Co.; S.A.

## 2) Riesgo de Variación de Tipo de Cambio

El riesgo cambiario se refiere a las variaciones que pudieran ocurrir en los ingresos y gastos por consecuencia de cambios inesperados en el tipo de cambio del colón con respecto a otras monedas extranjeras. Este riesgo también está asociado a la exposición cambiaria de Florida Ice & Farm Co. S. A. en el balance.

## 3) Riesgo por Fenómenos Naturales

Un invierno prolongado, así como cualquier otro fenómeno natural, pueden incidir directamente en el consumo de nuestro principal producto, provocando disminuciones en nuestras ventas.

### *e. Riesgos relacionados con la actividad Inmobiliaria*

#### 1) Ingreso Turistas

Tanto la actividad hotelera como de venta de producto inmobiliario sustentan su crecimiento y desarrollo en la sostenida tendencia de crecimiento que experimenta el ingreso de turistas al país vía transporte aéreo. De la misma forma un decrecimiento en el flujo de turistas afectaría adversamente ambas actividades y por ende los resultados económicos.

#### 2) Desempeño de la Economía

Siendo que el mercado norteamericano representa algo cercano al 70% de los turistas que ingresan al país, y un número similar de los clientes de producto inmobiliario, el desempeño de la economía de los Estados Unidos y el ingreso disponible de sus consumidores tiene un potencial impacto en el desempeño de la actividad hotelera e inmobiliario, tanto favorable como desfavorable en los resultados económicos.

#### 3) Costos de Operación y Construcción

Incrementos en los costos relativos de operación hotelera y construcción de producto inmobiliario a nivel nacional, generados ya sea por variaciones relativas de las tasas de cambio del dólar y la inflación, o por aumentos de precios de materias primas e insumos, o por incrementos en los costos de mano de obra especializada para la industria hotelera o para la construcción, que vengán a afectar adversamente los márgenes de operación y los resultados económicos en el sector inmobiliario.

#### 4) Riesgo por ocurrencia de siniestros

En el eventual caso de ocurrencia de un siniestro de la naturaleza en la zona donde la empresa tiene actividad hotelera y producto inmobiliario, y éstas fueran afectadas por el mismo, podría haber un impacto negativo en los ingresos corrientes y en las utilidades por el lapso de tiempo mientras que se activan las operaciones nuevamente.

## 5) Riesgo por contracción de la economía

La demanda por producto residencial continúa contraída desde el año 2008, lo que incide directamente en la industria inmobiliaria, afectando principalmente la venta de producto residencial para uso vacacional, lo que implica la paralización de los desarrollos inmobiliarios, y disminución de las utilidades. En este período se ha logrado un incremento del cerca del 28% por el ingreso de turistas por el Aeropuerto de Liberia, lo que nos ha ayudado a llenar la oferta adicional de cuartos en Guanacaste, permitiendo un aumento en el nivel de ocupación y tarifa del hotel. (Datos estadísticos de ingreso de turistas en Aeropuerto Daniel Oduber, Liberia)

## 2. POLÍTICAS DE REDUCCIÓN DEL RIESGO

Para proteger la continuidad de la operación, la compañía cuenta con sistemas alternativos para dar soporte a la operación por tiempos prolongados, como son plantas eléctricas de gran capacidad para generar electricidad por varios días, talleres de servicio y personal capacitado las 24 horas para dar mantenimiento preventivo y correctivo tanto a maquinaria, sistemas eléctricos, sistemas informáticos y vehículos. Se cuenta también con servidores informáticos de respaldo para toda la compañía, sistemas manuales de cálculo para carga y descarga de camiones, etc. Adicionalmente, la compañía se encuentra protegida con pólizas de seguro las cuales se detallan al final de este apartado.

Pese a la introducción al país de marcas de cerveza especialmente provenientes de U.S.A., México y Europa, la constante inversión publicitaria hace que el reconocimiento y fidelidad hacia nuestras marcas se convierta en una gran barrera de entrada para cualquier competidor. Además, la alta calidad de nuestros productos, la búsqueda constante de la eficiencia y reducción de costos en todos los procesos productivos y de comercialización, nos permite mantener una posición competitiva aún a nivel internacional. Es importante mencionar que en la Industria Cervecera mundial, la experiencia ha demostrado que las marcas de cerveza importadas logran obtener porcentajes de participación de mercado pequeños debido entre otros factores al sentido “nacionalista” y de pertenencia que el consumidor da a las marcas locales de cerveza sobre cualquier otra marca importada.

Pese a que nuestra principal materia prima, la malta, proviene del exterior, los precios de la misma son negociados con los proveedores para evitar fluctuaciones severas. Además, contamos con un moderno sistema de silos con capacidad de almacenar grandes cantidades de dicha materia prima a granel permitiendo comprar en épocas en que el precio se encuentra bajo, además de aprovechar reducciones por volumen en los costos de transporte.

Con el lanzamiento de los frescos Tropical, y la adquisición de Industrias Alimenticias Kern's (fabricante de néctares, salsas Kern's y productos Ducal) y la adquisición de la franquicia de Pepsi en Costa Rica para la producción y distribución de bebidas carbonatadas, y con el fin de evitar problemas con el abastecimiento de las pulpas de fruta, frijoles y concentrados para néctares, necesarios para la fabricación, la empresa

cuenta con bodegas para el almacenamiento adecuado de estos productos, con sistemas de enfriamiento que le permite almacenar por tiempos prolongados grandes cantidades de pulpa y concentrados.

Convencidos de la importancia de administrar el riesgo, se cuenta con un grupo de pólizas de seguro, las cuales se describen a continuación:

**Cuadro No. 8**  
**Detalle de las pólizas de Seguro así como los montos asegurados en cada una, al 30 de Setiembre 2012**

Tipo de Póliza	Bienes Asegurados	2012 (En Millones de Colones)	2011 (En Millones de Colones)
Todo Riesgo, Daño Físico	Edificios, mejoras a terrenos, obras de arte, herramientas, muebles y enseres, obras en proceso, maquinaria y equipo,	251.595,21	248.962,52
Calderas	Calderas de la Compañía.	3.812,82	3.899,09
Responsabilidad Civil General	Producción, distribución y venta de los productos de la Compañía en territorio nacional y en el extranjero.	8.322,76	6.518,20
Responsabilidad Civil Umbrella	Producción, distribución y venta de los productos de la Compañía en territorio nacional y en el extranjero.	28.962,61	22.120,47
Equipo Contratista	Equipo Contratista	360,77	481,92
Carga, Importación y Exportación	Materias primas, material de empaque, repuestos, productos importados y de exportación.	68.376,69	91.605,54
Flotilla de Vehículos	Vehículos propiedad de la compañía	3.396,51	3.426,50
Póliza Médica	Ejecutivos de la compañía	20.881,59	21.554,58
Póliza colectiva de Vida	Ejecutivos de la compañía	5.032,37	5.161,96
Riesgos del Trabajo	Funcionarios de la compañía	35.957,18	26.525,22
Rotura de maquinaria	Tarima hidráulica	533,76	282,13
Riesgo Nombrado	Planta Electrica en Vehiculo de E E	10,00	-
Seguro Turbinas	Bien Arrendado	-	3.098,43
Equipo Electronico	Pantallas LED y accesorios	374,35	299,56
Fidelidad	Fianza de Filidelidad	104,95	109,15
Valores en Transito	Valores en transito, robo y asalto	25,01	25,01
<b>Monto Total Asegurado en Colones</b>		<b>427.746,59</b>	<b>434.070,28</b>

## B. ANÁLISIS DE INDICADORES FINANCIEROS

La situación financiera de la Empresa en los últimos dos años queda transcrita en el siguiente cuadro que muestra datos sobre la liquidez, el endeudamiento, la rentabilidad y la actividad de Florida Ice & Farm Co., S.A.

Cuadro No. 9

## Detalle del cálculo de las Razones financieras, al 30 de Setiembre, 2010

a) INDICES DE LIQUIDEZ	2009/2010	(en millones de colones)
Act. Circ./Pas. Circ.	1,99	¢118.927/¢59.886
(Act. Circ.-Inv.) / Pasivo Circ.	1,46	(¢118.927-¢31.264)/¢59.886
b) INDICES DE RENTABILIDAD (%)		
Utilidad Neta / Activo Total	6,00%	¢26.731/((¢444.886+¢446.823)/2)
Utilidad Neta / Ventas	9,22%	¢26.731/¢289.803
Utilidad Neta / Patrimonio Neto	11,73%	¢26.731/((¢231.896+¢223.792)/2)
Utilidad por acción (en colones)	69,73	(¢26.731*1000)/¢383.327
c) INDICES DE ACTIVIDAD		
Periodo medio cobro Ctas. x cobrar comerciales (días)	43	(¢29.122*365/¢289.803*85)
Periodo medio de pago (días)	49	(¢16.559*365)/¢122.391
Días inventario	93	¢31.264/(¢122.391/365)
Rotación de Inventarios	3,91	¢122.391/¢31.264
Rotación activo fijo	1,72	¢289.803/¢168.239
(Util. Neta + gasto financiero) / gastos financiero	4,79	(¢39.543+¢10.433)/(¢10.433)
Capital de Trabajo		¢87,237,481-¢139,385,702
Cuentas Incobrables a Ventas	0,13%	¢390/¢289.803
d) NIVELES DE CAPITALIZACION Y ENDEUDAMIENTO		
Pasivo Total / (Patr. - Util. No Distribuídas )	1,83	¢177.658/(¢231.896-¢134.806)
Captación / Pas. Total	14,82%	¢26.325/¢177.658

Fuente: Estados Financieros Auditados de Florida Ice & Farm Co., S. A. al 30/09/2010.

Cuadro No. 10

## Detalle del cálculo de las Razones financieras, al 30 de Setiembre, 2011

a) INDICES DE LIQUIDEZ	2010/2011	(en millones de colones)
Act. Circ./Pas. Circ.	2,06	¢141.167/¢68.445
(Act. Circ.-Inv.) / Pasivo Circ.	1,57	(¢141.167-¢33.981)/¢68.445
b) INDICES DE RENTABILIDAD (%)		
Utilidad Neta / Activo Total	6,38%	¢29.178/((¢469.489+¢444.886)/2)
Utilidad Neta / Ventas	9,20%	¢29.178/¢316.980
Utilidad Neta / Patrimonio Neto	12,24%	¢29.178/((¢244.967+¢231.896)/2)
Utilidad por acción (en colones)	76,45	(¢29.178*1000)/¢381.684
c) INDICES DE ACTIVIDAD		
Periodo medio cobro Ctas. x cobrar comerciales (días)	42	(¢30.637*365/¢316.980*85)
Periodo medio de pago (días)	61	(¢22.384*365)/¢133.279
Días inventario	93	¢33.981/(¢133.279/365)
Rotación de Inventarios	3,92	¢133.279/¢33.981
Rotación activo fijo	1,84	¢316.980/¢171.985
(Util. Neta + gasto financiero) / gastos financiero	4,57	(¢41.955+¢11.737)/(¢11.737)
Capital de Trabajo		¢87,237,481-¢139,385,702
Cuentas Incobrables a Ventas	0,15%	¢467/¢316.980
d) NIVELES DE CAPITALIZACION Y ENDEUDAMIENTO		
Pasivo Total / (Patr. - Util. No Distribuídas )	1,88	¢187.802/(¢244.967-¢145.263)
Captación / Pas. Total	14,08%	¢26.439/¢187.802

Fuente: Estados Financieros Auditados de Florida Ice & Farm Co., S. A. al 30/09/2011.

Cuadro No. 11

Detalle del cálculo de las Razones financieras, al 30 de Setiembre, 2012

a) INDICES DE LIQUIDEZ	2011/2012	(en millones de colones)
Act. Circ./Pas. Circ.	1,66	¢141.853/¢85.617
(Act. Circ.-Inv.) / Pasivo Circ.	1,14	(¢141.853-¢44.036)/¢85.617
b) INDICES DE RENTABILIDAD (%)		
Utilidad Neta / Activo Total	9,29%	¢45.280/((¢505.037+¢469.489)/2)
Utilidad Neta / Ventas	13,00%	¢45.280/¢348.308
Utilidad Neta / Patrimonio Neto	17,84%	¢45.280/((¢262.580+¢244.967)/2)
Utilidad por acción (en colones)	118,63	(¢45.280*1000)/¢381.684
c) INDICES DE ACTIVIDAD		
Periodo medio cobro Ctas. x cobrar comerciales (días)	53	(¢42.650*365/¢348.308*,85)
Periodo medio de pago (días)	67	(¢26.766*365)/¢146.572
Días inventario	110	¢44.036/(¢146.572/365)
Rotación de Inventarios	3,33	¢146.572/¢44.036
Rotación activo fijo	1,84	¢348.308/¢189.494
(Util. Neta + gasto financiero) / gastos financiero	6,34	(¢58.529+¢10.962)/(¢10.962)
Capital de Trabajo		¢87,237,481-¢139,385,702
Cuentas Incobrables a Ventas	0,28%	¢972/¢348.308
d) NIVELES DE CAPITALIZACION Y ENDEUDAMIENTO		
Pasivo Total / (Patr. - Util. No Distribuídas )	2,20	¢203.526/(¢262.580-¢170.216)
Captación / Pas. Total	13,05%	(¢9.777+¢16,792)/¢203.526

Fuente: Estados Financieros Auditados de Florida Ice &amp; Farm Co., S. A. al 30/09/2012.

## 1. ÍNDICES DE LIQUIDEZ

	Año Fiscal 09/10	Año Fiscal 10/11	Año Fiscal 11/12	Variación Abs.	Variación %
<b>INDICES DE LIQUIDEZ:</b>					
Liquidez Corriente (veces)	1,99	2,06	1,66	-0,41	-19,67%
Razón Ácida (veces)	1,46	1,57	1,14	-0,42	-27,04%

Fuente: Estados Financieros Auditados de Florida Ice &amp; Farm Co., S. A. al 30/09 de, 2010, 2011 y 2012

### a. Liquidez Corriente

El cálculo de esta razón corresponde a dividir el activo circulante entre el pasivo circulante, y se interpreta como el número de veces que el activo a corto plazo cubre el pasivo a corto plazo. Debido a que tanto el activo a corto plazo como el pasivo a corto plazo tienen un período de vencimiento similar, la liquidez corriente es un buen indicador para medir la liquidez de una empresa en un momento determinado, y como podemos observar en el 2012, ésta razón muestra una disminución producto del traslado de bonos de largo a corto plazo así como un aumento del 19.6% en las cuentas por pagar que se debe específicamente al aumento en el volumen de ventas, la incorporación de nuevos negocios reflejados en las cuentas por pagar a proveedores tanto nacionales como del exterior y un crecimiento en el saldo de impuestos por pagar.

### **b. Razón Acida**

El cálculo de esta razón corresponde a tomar el activo circulante y restarle la cuenta de inventarios, y el resultado se divide entre el pasivo circulante, y se interpreta como el número de veces en que la empresa puede pagar las obligaciones a corto plazo con los activos a corto plazo, sin considerar los inventarios.

Para el 2010 este indicador recupera niveles normales que la empresa ha manejado, en el año 2011 crece como producto de una estrategia conservadora para proteger su posición de caja, y para el 2012 se encuentra en por debajo del año anterior debido al aumento en el pasivo circulante como producto del traslado de bonos de largo plazo a corto plazo y al aumento de las cuentas por pagar comerciales; aun así la compañía tiene la capacidad para hacer frente a sus obligaciones con los activos circulantes sin necesidad de tomar en cuenta los inventarios.

## **2. ÍNDICES DE RENTABILIDAD**

	<b>Año Fiscal 09/10</b>	<b>Año Fiscal 10/11</b>	<b>Año Fiscal 11/12</b>	<b>Variación</b>	
				<b>Abs.</b>	<b>%</b>
<b>ÍNDICES DE RENTABILIDAD:</b>					
Utilidad Neta/Activo total	6,00%	6,38%	9,29%	2,91%	45,6%
Utilidad Neta/Ventas	9,22%	9,20%	13,00%	3,79%	41,2%
Utilidad Neta/Patrimonio Neto	11,73%	12,24%	17,84%	5,61%	45,8%
Utilidad Por Acción	∅69,73	∅76,45	∅118,63	∅42,19	55,2%

*Fuente: Estados Financieros Auditados de Florida Ice & Farm Co., S. A. al 30/09 del 2010, 2011 y 2012*

### **a. Utilidad neta a Activo Total**

El cálculo de esta razón corresponde a tomar la utilidad neta después de impuestos y dividirla entre el activo total, el resultado nos indica el monto de las ganancias que la empresa puede generar por cada colón invertido.

En el 2012 este indicador aumenta debido a un mayor nivel de utilidades y a pesar de un aumento del Activo Total. El aumento en las utilidades se fundamenta en mayores ventas principalmente en negocio de bebidas y alimentos, además del efecto favorable en el diferencial cambiario (Producto del intercambio de activos del Proyecto Papagayo), y mejora en el desempeño de las compañías asociadas; mientras que el aumento del activo total obedece a adiciones por las mejoras en el hotel, inclusión de Musmanni, mejoras en las plantas de producción, compra de terrenos y mejoras en la flota de distribución.

### **b. Utilidad Neta a Ventas**

El cálculo de ésta razón corresponde a tomar la Utilidad Neta y dividirla entre las Ventas Netas Totales, y se define como la capacidad que tiene una empresa de conservar como ganancia por cada colón de ventas.



Este indicador da como resultado que para el 2011 por cada colón vendido se gana un 9,20% mientras que para el 2012 se gana el 13,00% de cada colón vendido. Esto obedece a que las utilidades netas crecieron un 39.5% vrs el año 2011 mientras que el aumento en ventas en ese mismo período de un 9.9%.

### **c. Utilidad Neta a Patrimonio Promedio**

El cálculo de esta razón corresponde a tomar la Utilidad Neta y dividirla entre el Patrimonio promedio, y se interpreta como el índice de retorno sobre el patrimonio de los accionistas.

En el 2012 este indicador aumenta debido a un mayor nivel de utilidades en relación con el aumento en el patrimonio. El aumento en las utilidades se fundamenta como se ha mencionado por mayores ventas principalmente en negocio de bebidas y alimentos, además del efecto favorable en el diferencial cambiario y la mejora en el desempeño de las compañías asociadas, además de la incorporación de los nuevos negocios como Musmanni, Lácteos, Vinos y Destilados.

### **d. Utilidad por Acción**

El cálculo de este indicador corresponde a dividir las utilidades del período promedio entre las acciones en circulación del período. El resultado obtenido representa la utilidad en colones por acción común nominativa que tiene el accionista.

En el 2012 este indicador aumenta debido a un mayor nivel de utilidades y por otro lado las acciones en circulación ni disminuyeron ni crecieron. El aumento en las utilidades se fundamenta como se ha mencionado por en mayores ventas principalmente en negocio de bebidas y alimentos, además del efecto favorable en el diferencial cambiario y la mejora en el desempeño de las compañías asociadas. Las acciones en circulación disminuyen debido al incremento en las acciones en tesorería producto del programa de recompra de acciones iniciado en enero 2010.

## **3. ÍNDICES DE ACTIVIDAD**

	<b>Año Fiscal 09/10</b>	<b>Año Fiscal 10/11</b>	<b>Año Fiscal 11/12</b>	<b>Variación</b>	
				<b>Abs.</b>	<b>%</b>
<b>ÍNDICES DE ACTIVIDAD:</b>					
Periodo medio de cobro ctas x cobrar comerc. (días)	43	42	53	11,08	26,7%
Periodo medio pago (días)	49	61	67	5,35	8,7%
Días Inventario	93	93	110	16,60	17,8%
Rotación Inventario (veces)	3,91	3,92	3,33	-0,59	-15,1%
Rotación Activo Fijo (veces)	1,72	1,84	1,84	0,00	-0,3%
(Util. neta+gastos financ.)/gastos financ. (veces)	4,79	4,57	6,34	1,76	38,6%
Cuentas Incobrables a Ventas	0,13%	0,15%	0,28%	0,13%	89,4%

*Fuente: Estados Financieros Auditados de Florida Ice & Farm Co., S. A. al 30/09/ del 2010, 2011 y 2012*

#### ***a. Período Medio de Cobro de Cuentas por Cobrar Comerciales***

El cálculo de esta razón corresponde a tomar el saldo de las Cuentas por Cobrar y dividirlo entre las ventas a crédito (se estima que las ventas a crédito representan el 85% de las ventas totales), y se interpreta como plazo promedio en días de recuperación de las Cuentas por Cobrar.

Florida Ice & Farm Co., S. A. tiene una política de Crédito que le permite mantener niveles de recuperación favorables, para los años 2010 y 2011 este índice de cobro se mantuvo estable (43 días y 42 días respectivamente) En el 2012 este indicador aumenta debido a la incorporación de nuevos negocios (Musmanni, Florida Lácteos, Florida Vinos y Destilados) los cuales por su dinámica comercial y competitividad requieren el otorgamiento de mayores plazos de crédito a los clientes (Principalmente en el negocio de Vinos y Destilados)

#### ***b. Días Inventario***

El cálculo de esta razón corresponde a tomar saldo del Inventario Total y se divide entre el Costo de Mercadería Vendida diario, el resultado se interpreta como el número de días ventas que la empresa tiene en existencias para cubrir el mercado en caso de que no haya producción por cualquier motivo.

La administración de los niveles de inventario en Florida Ice & Farm Co., S. A. es constante, de manera que sea óptimo su manejo, actualmente (2012) este indicador aumenta a 110 días, principalmente impulsado por la incorporación de portafolio de vinos y destilados.

#### ***c. Rotación de Inventario***

El cálculo de esta razón corresponde a tomar el Costo de Mercadería Vendida y dividirlo entre el Inventario Total, el resultado se interpreta como veces que rota el inventario en un año.

Para el 2012 el inventario rota 3.33 veces en el año y éste resultado está fundamentado principalmente con las existencias de Materias Primas como maltas y concentrados, cuyo aprovisionamiento es por estacionalidad de la producción de estos insumos los cuales deben cubrir largos períodos de producción; inclusive se debe tomar en consideración los nuevos stocks de inventario de las compañías recién incorporadas. (Musmanni, Florida Lácteos y Florida Vinos y destilados)

#### ***d. Rotación del Activo Fijo***

El cálculo de esta razón corresponde al tomar las Ventas Netas y dividir las entre el Activo Fijo Total, y se interpreta como la efectividad que tiene la empresa para utilizar su Activo Fijo Total y convertirlo en desempeño comercial a través de las ventas.

En Florida Ice & Farm Co., S. A. este indicador muestra que persiste el resultado del año anterior aún y cuando se da un aumento tanto en Ventas como en el Activo Fijo.

**e. Utilidad neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros**

El cálculo de esta razón corresponde a tomar la Utilidad Neta y sumarle los Gastos Financieros y el resultado dividirlo entre los Gastos Financieros. El resultado se interpreta como el número de veces que las ganancias netas generadas por la empresa antes de intereses cubren la carga financiera.

Este índice para Florida Ice & Farm Co.; S. A. en el 2012 aumenta debido al incremento de un 39.5% en las utilidades netas con respecto al 2011 y a la disminución del gasto financiero del 6.60% con respecto al período pasado, dando esto como resultado que las ganancias netas generadas por la empresa antes de intereses cubren 6.34 veces la carga financiera.

**f. Cuentas incobrables a Ventas Netas**

El cálculo de esta razón corresponde a tomar el monto del gasto por cuentas incobrables del período y dividirlo entre las ventas netas, y se interpreta como la capacidad que tiene la empresa de cubrir las cuentas incobrables respecto a las Ventas Netas.

Con respecto a éste indicador se debe justificar su aumento con respecto al histórico debido a lo que ya se ha detallado anteriormente acerca del impacto en las finanzas de Florida Ice & Farm Co., S. A. las subsidiarias recién incorporadas, aun así se logra un resultado que no representa ni el 0.50% de las ventas netas

**Cuadro No. 12**  
**CONSOLIDADO FLORIDA ICE AND FARM COMPANY, S.A.**  
**Antigüedad de Documentos y Cuentas por Cobrar, Períodos 2009-2010-2011-2012**

Plazo	Al 30/09/2009	Al 30/09/2010	Al 30/09/2011	Al 30/09/2012
Al Día	25.511	25.685	24.325	34.842
De 01 a 30 Días	2.452	2.686	4.340	5.136
De 31 a 60 Días	303	358	716	686
De 61 a 90 Días	456	37	186	623
De 91 a 120 Días	20	37	186	442
Más de 120 Días	195	95	183	921
En Cobro Judicial	131	224	701	-
<b>Total</b>	<b>29.067</b>	<b>29.122</b>	<b>30.637</b>	<b>42.650</b>

*Fuente: Fuente: Estados Financieros Auditados de Florida Ice & Farm Co., S. A. al 30/09/2012; Pagina 60.*

La información referente a la antigüedad de saldos es interina y proviene del Ingresador de SUGEVAL con cierre a setiembre del 2009, 2010 2011 y 2012

## C. ENDEUDAMIENTO Y CAPITALIZACIÓN

De conformidad con el artículo 116 de la Ley Orgánica del Banco Central de Costa Rica, las empresas de los sectores no financieros que soliciten su registro a la Superintendencia General de Valores no podrán exceder un nivel de endeudamiento total (individual o consolidado) de 4 veces su capital y reservas de conformidad con la metodología que establezca el superintendente General de Valores.

Nota: Por indicación de la Superintendencia General de Valores, para el cálculo de éstos indicadores, se debe incluir el total de las emisiones autorizadas, y así reflejar el total del indicador autorizado y el cual no debe ser igual o superior a cuatro veces el patrimonio neto de las utilidades disponibles.

	Año Fiscal 09/10	Año Fiscal 10/11	Año Fiscal 11/12	Variación	
				Abs.	%
<b>NIVEL DE CAPITALIZACION Y ENDEUDAMIENTO:</b>					
Pasivo Total/(Patri.-Utilidades.no Distrib.) (veces)	1,83	1,88	2,20	0,05	2,9%
Captación/Pasivo Total (veces)	14,82%	14,08%	13,05%	-0,74%	-5,0%

Fuente: Estados Financieros Auditados de Florida Ice & Farm Co., S. A. al 30/09/ del 2010, 2011 y 2012

### 1. ENDEUDAMIENTO

#### ◆ Pasivo Total a Patrimonio Neto (Excluyendo las Utilidades Disponibles)

El cálculo de esta razón corresponde a tomar el saldo del Pasivo Total (incluyendo el total de las emisiones autorizadas) y dividirlo entre el Patrimonio Neto (excluyendo las utilidades disponibles). El resultado se interpreta como la exposición de los acreedores en el caso de una posible insolvencia de la empresa, una vez excluidas las utilidades disponibles. (Nota, este cálculo no incluye el interés minoritario)

### 2. CAPITALIZACIÓN

#### ◆ Captación a Pasivo Total

El cálculo de ésta razón corresponde a tomar el saldo total de la emisión de deuda autorizada (captación) y dividirlo entre el Pasivo Total (incluyendo el total de las emisiones autorizadas). La interpretación del resultado de esta razón representa las captaciones de la empresa respecto del Pasivo Total.

**Cuadro No. 13**  
**Exposición cambiaria para los tres últimos períodos fiscales**

	Al 30 de setiembre de (en miles de dólares)		
<b>Activos:</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Efectivo y equivalente de efectivo	3.929	8.513	13.968
Cuentas por cobrar y anticipos a proveedores	3.298	5.842	15.312
Depósitos en garantía	-	-	-
Por cobrar a largo plazo a compañías asociadas	21.589	24.825	10.000
	28.816	39.180	39.280
<b>Pasivos:</b>			
Préstamos bancarios	139.427	160.917	172.346
Adelantos recibidos de clientes	3.389	2.158	2.072
Cuentas por pagar y gastos acumulados	8.262	28.697	19.180
	151.078	191.772	193.598
<b>Exceso de pasivos sobre activos monetarios denominados en US dólares</b>	<b>(122.262)</b>	<b>(152.592)</b>	<b>(154.318)</b>

*Fuente: Pagina 64 EF, Detalle de activos y pasivos monetarios en dólares*

**Nota:** En los estados financieros auditados de Florida Ice & Farm Co., S. A. los auditores externos emiten una “Opinión Calificada” y sustentan su “Base para la Opinión Calificada”, en que algunas de las compañías que consolida Florida Ice & Farm Co., S. A. no cuentan con estados financieros auditados con un período menor a 3 meses (como lo requieren las NIIF’s), esto no quiere decir que esas compañías no se someten a una auditoría externa anual.

Por la razón antes expuesta, los auditores externos emiten una “Opinión Calificada”, básicamente por cualquier ajuste, si hubiera alguno que pudiera haberse considerado necesario una vez finalizada la auditoría de ésta compañías (detalladas en la nota 12 de los estados financieros de la empresa) pudiendo afectar las cifras reflejadas en las razones financieras y su análisis.

En caso de ocurrir algún ajuste importante, Florida Ice & Farm Co., S. A. emitirá el Hecho Relevante correspondiente como lo requiere la SUGEVAL. En caso de ajustes menores serán reflejados en los estados financieros trimestrales inmediatos.

## D. CONTINGENCIAS

Existen contingencias por concepto de diferencias en el cálculo de los impuestos del IDA y del IFAM, contingencias con la Dirección General de Tributación Directa por traslados de cargos por cálculos en algunas declaraciones de Impuesto de Ventas y otras contingencias por concepto de Juicios Laborales y juicios Civiles que se revelan en los estados financieros auditados del 2012 (ver nota 27), las cuales por recomendación de los asesores legales existe una gran posibilidad de obtener resultados favorables al final de

los litigios, de manera tal que no amerita el registro de una provisión para éstas contingencias.

## E. COMPROMISOS

Florida Ice & Farm Co., S.A. y Subsidiarias es garante solidario de operaciones concedidas a las compañías siguientes:

- Desarrollos Hoteleros Guanacaste, S.A.: garantía solidaria de Florida Ice & Farm Co., S.A. por la suma de US\$47,480 en miles, por una operación de crédito que mantiene con el Banco Scotiabank.
- Reserva Conchal, S.A.: garantía solidaria de Florida Ice & Farm Co., S.A. por la suma de US\$27.013 en miles, por una operación de crédito que mantiene con el Banco de Costa Rica.
- Reserva Conchal, S.A.: garantía solidaria de Florida Ice & Farm Co., S.A. por la suma de US\$15.000 en miles, por una operación de crédito que mantiene con el BANCOLombia.
- Reserva Conchal, S.A.: garantía solidaria de Florida Ice & Farm Co., S.A. por la suma de US\$25.000 en miles, por una operación de crédito que mantiene con el Banco Agrícola de El Salvador.
- Productora La Florida, S.A. y Distribuidora La Florida, S.A.: garantía solidaria de Cervecería Costa Rica, S.A. por la suma de CRC¢24.366 en miles, por operaciones que mantiene con el Banco de Costa Rica.
- Productora La Florida, S.A.: garantía solidaria de Cervecería Costa Rica, S.A. por la suma de US\$7.278 en miles, por operaciones que mantiene con el Banco de Costa Rica.
- Distribuidora La Florida, S.A.: garantía solidaria de Cervecería Costa Rica, S.A. por la suma de US\$29.000 en miles, por operaciones que mantiene con el BACCSJ
- Industrias Alimenticias Kern's: garantía solidaria de Cervecería Costa Rica S.A. por la suma de US\$5.303 en miles por operaciones que mantiene con el Banco BANCOLOMBIA.
- Florida Falcon Holding, LLC: fianza mercantil de Florida Ice & Farm Co., S.A. por la suma de US\$6.830 en miles, a favor de AVN Air, LLC, para garantizar el cumplimiento de las obligaciones contractuales asumidas por Florida Falcon Holding, LLC en un contrato de arrendamiento.
- Envases del Itsmo, S.A.: garantía de Florida Ice & Farm, Co., S.A. por la suma de US\$500 en miles por línea de crédito que mantiene con el Banco General, S.A.

## F. COMPOSICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL

En Asamblea Extraordinaria de Accionistas celebrada el 13 de diciembre del 2012, se aprobó por unanimidad, la reducción del Capital Social de Florida Ice and Farm Co. S.A., por un monto de ¢180.430.400.00, equivalente a las acciones en Tesorería al 30 de setiembre del 2012, pasando de ¢38.168.475.100.00 a ¢37.988.044.700.00. Esto fue aprobado mediante la resolución SGV-R-2786. El valor de las acciones es de ¢100.00 cada una.

Al 30 de setiembre del 2012 el Capital Social Autorizado de la Empresa es de ¢38.168.475.100.00 (treinta y ocho mil ciento sesenta y ocho millones cuatrocientos setenta y cinco mil cien colones), representado por 381.684.751 (treientos ochenta y un millones seiscientos ochenta y cuatro mil setecientos cincuenta y un acciones comunes con un valor nominal de ¢100 (cien colones) por cada acción. Al 30 de setiembre del 2010, 2011 y 2012, el valor en libros de las acciones comunes fue de ¢588.92, ¢641.81 y ¢691,22 respectivamente, calculado con base en las acciones en circulación al 30 de setiembre de cada año.

En Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria de Accionistas celebrada el 15 de diciembre del 2011, se aprobó por unanimidad, la reducción del Capital Social de Florida Ice and Farm Co. S.A., por un monto de ¢1.831.524.900.00, equivalente a las acciones en Tesorería al 30 de setiembre del 2011, pasando de ¢40.000.000.000.00 a ¢38.168.475.100.00. El valor de las acciones es de ¢100.00 cada una, mediante resolución SGV-R-2605 del 06/02/2012 se autoriza a Florida Ice and Farm Co. S.A. a la modificación correspondiente del Capital Social.

Al 30 de setiembre del 2011, en Tesorería se encontraban 18.315.249 acciones comunes y nominativas con un valor nominal de ¢100.00 (cien colones) cada una. Dichas acciones representaban el 4.57% del Capital Social Autorizado a esa fecha el cual es de 400.000.000 (cuatrocientos millones) de acciones comunes y nominativas con un valor nominal de ¢100.00 (cien colones) cada una, representando un total de ¢38.168.475.000 (treinta y ocho mil ciento sesenta y ocho millones cuatrocientos setenta y cinco mil colones netos) de Capital Social en acciones en circulación.

Al 30 de setiembre del 2010, en Tesorería se encontraban 16.673.330 acciones comunes y nominativas con un valor nominal de ¢100.00 (cien colones) cada una. Dichas acciones representaban el 4.17 % del Capital Social Autorizado a esa fecha el cual es de 400.000.000 (cuatrocientos millones) de acciones comunes y nominativas con un valor nominal de ¢100.00 (cien colones) cada una, representando un total de ¢38.332.667.000 (treinta y ocho mil trescientos treinta y dos millones seiscientos sesenta y siete mil colones netos) de Capital Social en acciones en circulación.

Al 30 de setiembre del 2009, en Tesorería se encontraban 11.970.374 acciones comunes y nominativas con un valor nominal de ¢100.00 (cien colones) cada una. Dichas acciones

representaban el 2.99% del Capital Social Autorizado a esa fecha el cual es de 400.000.000 (cuatrocientos millones) de acciones comunes y nominativas con un valor nominal de ¢100.00 (cien colones) cada una, representando un total de ¢38.802.963.000 (treinta y ocho mil ochocientos dos millones novecientos sesenta y tres mil colones netos) de Capital Social en acciones en circulación.

La Asamblea General ordinaria de accionistas de Florida Ice & Farm Co., S. A. tiene la discrecionalidad de decretar los dividendos que se pagarán en el período. La asamblea de accionistas también delega el pago a discreción de la Junta Directiva para que de acuerdo con el flujo de efectivo de la empresa proceda al pago correspondiente en pagos trimestrales, pudiendo aumentar o disminuir el dividendo por acción. La declaratoria de los dividendos está sujeta a la existencia de utilidades realizadas y líquidas, resultantes del balance aprobado por la asamblea de accionistas, como lo dispone el artículo 27 del Código de Comercio de Costa Rica.

A la fecha, Florida ice & Farm Co., S. A. no tiene emisiones de Capital en el Extranjero. La Compañía actualmente no tiene una política de dividendos, pero ha mantenido una constante distribución de utilidades durante los últimos 10 años, según se muestra en el siguiente detalle:

**Cuadro No. 14**  
**Distribución de utilidades de los últimos 10 años**

<b>Período</b>	<b>Dividendos (millones de colones)</b>	<b>% de la Utilidad Neta</b>	<b>Utilidad Neta (millones de colones)**</b>
2003*	¢ 17.033	22,4%	¢ 75.975
2004	¢ 10.625	80,5%	¢ 13.206
2005	¢ 12.137	80,2%	¢ 15.128
2006*	¢ 25.394	116,6%	¢ 21.784
2007	¢ 12.044	32,0%	¢ 37.663
2008	¢ 13.514	56,0%	¢ 24.127
2009	¢ 9.503	26,3%	¢ 36.153
2010	¢ 12.385	44,5%	¢ 27.834
2011	¢ 13.609	46,6%	¢ 29.178
2012	¢ 19.039	42,0%	¢ 45.280

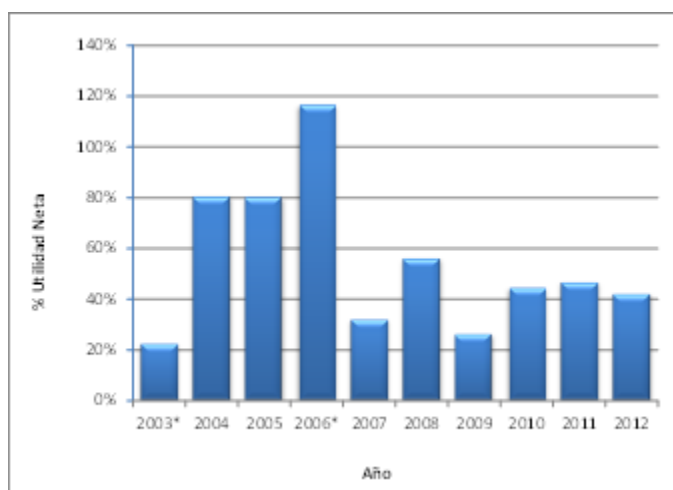
*\*Incluye Dividendo extraordinario*

*\*\*Utilidad atribuible a casa controladora.*

En el siguiente gráfico se puede notar la relación que existente entre la repartición de los dividendos por cada año y el % de la Utilidad Neta según el período.



**Gráfico No. 1**  
**Relación Dividendo a Utilidad Neta del período**



*\*Incluye Dividendo extraordinario*

El año 2003 incluye un dividendo extraordinario de ¢7.922.000.000.00 (¢40.00 por acción común), producto del ingreso extraordinario proveniente de la venta de acciones de Florida Bebidas S. A. a Heineken International.

El año 2006 incluye un dividendo extraordinario de ¢14.894.000.000.00 (¢38.50 por acción común) pagado por acumulación de utilidades.

## **1. HISTORIA DEL CAPITAL SOCIAL**

En Asamblea Extraordinaria de Accionistas celebrada el 13 de diciembre del 2012, se aprobó por unanimidad, la reducción del Capital Social de Florida Ice and Farm Co. S.A., por un monto de ¢180.430.400.00, equivalente a las acciones en Tesorería al 30 de setiembre del 2012, pasando de ¢38.168.475.100.00 a ¢37.988.044.700.00. El valor de las acciones es de ¢100.00 cada una, mediante la resolución de SUGEVAL SGV-R-2786 donde se autoriza a Florida Ice and Farm Co. S.A. a la modificación correspondiente del Capital Social.

Al 30 de setiembre del 2012 el Capital Social Autorizado de la Empresa es de ¢38.168.475.100.00 (treinta y ocho mil ciento sesenta y ocho millones cuatrocientos setenta y cinco mil cien colones), representado por 381.684.751 (treientos ochenta y un millones seiscientos ochenta y cuatro mil setecientos cincuenta y un acciones comunes con un valor nominal de ¢100 (cien colones) por cada acción. Al 30 de setiembre del 2010, 2011 y 2012, el valor en libros de las acciones comunes fue de ¢588.92, ¢641.81 y ¢691,22 respectivamente, calculado con base en las acciones en circulación al 30 de setiembre de cada año.

En Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria de Accionistas celebrada el 15 de diciembre del 2011, se aprobó por unanimidad, la reducción del Capital Social de Florida Ice and Farm Co. S.A., por un monto de ¢1.831.524.900.00, equivalente a las acciones en Tesorería al 30 de setiembre del 2011, pasando de ¢40.000.000.000.00 a ¢38.168.475.100.00. El valor de las acciones es de ¢100.00 cada una, mediante resolución SGV-R-2605 del 06/02/2012 se autoriza a Florida Ice and Farm Co. S.A. a la modificación correspondiente del Capital Social.

El 22 de julio del 2003 en Asamblea Extraordinaria de Accionistas, se aprobó aumentar el Capital Social de la Empresa en ¢20.000.000.000 (veinte mil millones de colones), mediante la capitalización de Utilidades no Distribuidas. En consecuencia, el Capital Social Autorizado de la Empresa pasó de ¢20.000.000.000 (veinte mil millones de colones), representado por 200.000.000 (doscientos millones) de acciones comunes a ¢40.000.000.000 (cuarenta mil millones de colones) representado por 400.000.000 (cuatrocientos millones) de acciones comunes.

El 3 de febrero del 2000 en Asamblea Extraordinaria de Accionistas, se aprobó aumentar el Capital Social de la Empresa en ¢10.000.000.000 (diez mil millones de colones), mediante la capitalización de Superávit por Revaluación, del Capital Adicional Pagado y Utilidades no Distribuidas. En consecuencia, el Capital Social Autorizado de la Empresa pasó de ¢10.000.000.000 (diez mil millones de colones), representado por 100.000.000 (cien millones) de acciones comunes a ¢20.000.000.000 (veinte mil millones de colones) representado por 200.000.000 (doscientos millones) de acciones comunes.

El 18 de agosto de 1998 en Asamblea Extraordinaria de Accionistas se aprobó aumentar el Capital Social de la Empresa en ¢4.000.000.000 (cuatro mil millones de colones), mediante capitalización del Superávit por Revaluación, del Capital Adicional Pagado y de Utilidades no Distribuidas. En consecuencia, el Capital Social Autorizado de la Empresa en ese momento pasó a ser de ¢10.000.000.000 (diez mil millones de colones), representado por 100 (cien) millones de acciones con un valor nominal de ¢100.00 (cien) cada una.

El 04 de marzo de 1996 en Asamblea Extraordinaria de Accionistas, se aprobó aumentar el Capital Social de la Empresa en ¢2.000.000.000 (dos mil millones de colones), mediante capitalización del Superávit por Revaluación. En consecuencia el Capital Social Autorizado de la Empresa en ese momento pasó a ser de ¢6.000.000.000 (seis mil millones de colones), representado por 60 (sesenta millones) de acciones comunes.

**Cuadro No. 15**  
**Historia del Capital Social, en miles de colones**

Fecha	Aumentos	Disminución	Nuevo Capital	Resumen provenientes de				
				Acciones en tesorería	Nuevos Aportes	Utilidades No Distribuidas	Superávit por Revaluación	Capital Adicional Pagado
20-dic-52	∅0		∅8.000		∅8.000	∅0	∅0	∅0
05-nov-57	∅4.000		∅12.000		∅4.000	∅0	∅0	∅0
19-nov-66	∅24.000		∅36.000		∅12.000	∅12.000	∅0	∅0
19-nov-66	∅2.000		∅38.000		∅2.000	∅0	∅0	∅0
25-nov-67	∅2.000		∅40.000		∅2.000	∅0	∅0	∅0
11-dic-71	∅10.000		∅50.000		∅0	∅10.000	∅0	∅0
27-jun-77	∅50.000		∅100.000		∅220	∅42.000	∅7.780	∅0
14-ago-81	∅100.000		∅200.000		∅0	∅0	∅100.000	∅0
27-abr-82	∅200.000		∅400.000		∅0	∅0	∅200.000	∅0
20-ago-83	∅200.000		∅600.000		∅0	∅0	∅200.000	∅0
07-feb-86	∅600.000		∅1.200.000		∅114	∅369.057	∅230.829	∅0
10-ago-87	∅300.000		∅1.500.000		∅0	∅225.000	∅75.000	∅0
28-may-90	∅1.500.000		∅3.000.000		∅0	∅1.050.000	∅450.000	∅0
16-nov-92	∅1.000.000		∅4.000.000		∅0	∅0	∅1.000.000	∅0
04-mar-96	∅2.000.000		∅6.000.000		∅0	∅0	∅2.000.000	∅0
18-ago-98	∅4.000.000		∅10.000.000		∅0	∅2.964.202	∅958.766	∅77.032
03-feb-00	∅10.000.000		∅20.000.000		∅0	∅8.965.865	∅892.299	∅141.836
22-jul-03	∅20.000.000		∅40.000.000		∅0	∅20.000.000	∅0	∅0
15-dic-11	∅0,00	∅1.831.524,90	∅38.168.475,10	(∅1.831.524,90)	∅0	∅0,00	∅0	∅0
13-dic-12	∅0,00	∅180.430,40	∅37.988.044,70	(∅180.430,40)	∅0	∅0,00	∅0	∅0

Florida Ice and Farm Co., S.A., de conformidad con el Acuerdo de Junta Directiva del pasado 13 de octubre del 2003, Artículo 4, en la que se delegó y autorizó a la Dirección General para gestionar un programa de recompra de acciones a través de la Bolsa Nacional de Valores, dicho programa fue aprobado por la suma de US\$10.000.0000.00 (diez millones de dólares), al 30 de setiembre del 2007, dicho programa de recompra fue cumplido a cabalidad de acuerdo a las regulaciones establecidas por la SUGEVAL.

Florida Ice and Farm Co., S.A., de conformidad con el Acuerdo de Junta Directiva del pasado 14 de diciembre del 2009, Artículo 5, en la que se delegó y autorizó a la Dirección General para gestionar un programa de recompra de acciones a través de la Bolsa Nacional de Valores, dicho programa fue por la suma de US\$10.000.0000.00 (diez millones de dólares), al 30 de setiembre del 2011, dicho programa de recompra fue cumplido a cabalidad de acuerdo a las regulaciones establecidas por la SUGEVAL.

Florida Ice and Farm Co., S.A., de conformidad con la ratificación de la Asamblea General Extraordinaria de Accionistas, celebrada el día 03 de noviembre del 2011, aprueba el Acuerdo de Junta Directiva del pasado 19 de setiembre del 2011, Artículo 7, en la que se delegó y autorizó a la Dirección General para gestionar un programa de recompra de acciones a través de la Bolsa Nacional de Valores, dicho programa fue aprobado hasta por un monto de US\$10.000.0000.00 (diez millones de dólares), al 30 de setiembre del 2012, se había ejecutado recompras por la suma de \$ 3,126.082.27 , equivalente a 1.814.304 de acciones.

## CAPITULO TERCERO

### INFORMACIÓN SOBRE LA EMPRESA EMISORA



## A. HISTORIA Y DESARROLLO DE LA EMPRESA

<b>Razón Social</b>	Florida Ice & Farm Co., Sociedad Anónima
<b>Teléfono</b>	(506) 2437-6700
<b>Fax</b>	(506) 2437-6998 / 2437-7000
<b>Sitio Web</b>	<a href="http://www.Florida.co.cr">http://www.Florida.co.cr</a>
<b>E-Mail</b>	webmaster@florida.co.cr
<b>Apartado Postal</b>	2046-3000 Heredia
<b>Dirección</b>	Heredia, Llorente de Flores, 250 metros sur de la entrada noreste de la planta de Cervecería Costa Rica.

### 1. CONSTITUCIÓN

Florida Ice & Farm Co., Sociedad Anónima, es una compañía establecida en Costa Rica debidamente inscrita desde el día cinco de agosto de mil novecientos ocho, al tomo 618, folio 219 y asiento 303 de la Sección Mercantil del Registro Público. Su número de cédula de persona jurídica es 3-101-000784-37, y su objeto social principal es la explotación de empresas industriales o agrícolas de cualquier naturaleza. Sin embargo también puede ejercer actividades comerciales de cualquier tipo, así como celebrar contratos, comprar, vender, arrendar, pignorar, hipotecar, y en cualquier otra forma gravar o enajenar toda clase de bienes muebles e inmuebles. Es parte de su objeto social comprar o de cualquier otra forma, adquirir, ceder o vender toda clase de valores, acciones comerciales, licencias, derechos o privilegios convenientes o útiles a la buena marcha de la empresa. De este modo, puede formar parte de otras sociedades, y rendir cualquier tipo de fianzas a favor de socios o terceros, previa autorización de la Junta Directiva y cuando en virtud de ello la Compañía reciba algún tipo de beneficio.

Los accionistas de Florida Ice & Farm Co., S. A. tienen todos los derechos que les otorga el Código de Comercio de Costa Rica y sus reformas.

### 2. BREVE RESEÑA HISTÓRICA

En el año de 1908 un grupo de empresarios decidió constituir una empresa con el nombre de Florida Ice & Farm Co., Sociedad Anónima. En el año 1912 incursionó en la actividad cervecera del país al adquirir la Cervecería Traube, que fue la pionera en el arte cervecero nacional.

En el año 1957 se adquiere la Cervecería Ortega, otra de las empresas nacionales dedicadas a la producción de este tipo de bebida.

En el año de 1966 se inaugura la Planta denominada “Cervecería Costa Rica”, que desde entonces ha sido la principal empresa de este tipo en el país (al ser la única cervecería de Costa Rica).

A finales de 1977 se adquirió la participación mayoritaria de Cervecería Tropical, S. A.

El 09 de junio de 1998, en Asambleas Extraordinarias de Accionistas tanto de Cervecería Tropical S. A. como de Florida Ice & Farm Co., S. A., se aprobó el proyecto de fusión de ambas empresas, prevaleciendo Florida Ice & Farm Co., S. A.

El 1 de agosto del 2006 se concluye la adquisición del 100% de Industrias Alimenticias Kern’s de Guatemala y su subsidiaria Industrias Alimenticias Kern’s El Salvador, S. A. de C. V.

En mayo del 2007 adquiere el 100% de la Embotelladora Centroamericana S.R.L. y Distribuidora Centroamericana de Bebidas DCB, Ltda, empresas que tienen la franquicia para producir y distribuir las bebidas de PepsiCo.

En mayo del 2007 se concluye la adquisición del 100% de Reserva Conchal S. A., Desarrollos Inmobiliarios Guanacaste, Inmobiliaria Conchal del Pacífico S. A. e Inversiones 1346 S. A., empresas dedicadas al sector turístico, a través de sendas transacciones de compra con ambos socios: SABMiller y Sol Meliá. Con esta adquisición Florida Ice & Farm Co., S. A. ingresa en una nueva actividad de manera directa pasando de socio a propietario de un proyecto Turístico – Inmobiliario.

FIFCO al tomar las riendas del total proyecto se propuso continuar con los proyectos de inversión y desarrollo que ya se encontraban aprobados. A partir del 1 de mayo del 2011, Florida Ice and Farm Co. S.A, firmó un contrato de operación para el hotel “Westin Playa Conchal Resort and Spa” que es de su propiedad, para que fuera operado por el grupo Westin Hotel Management, LP, empresa subsidiaria de Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc.

El 01 de Octubre del 2010 se concluye la adquisición del 100% de HI Cuveé S.A, y Vinum Aura S.A., empresas distribuidoras de vinos de varias marcas.

Al 30 de abril de 2011 la compañía por medio de Desarrollos Hoteleros Guanacaste S.A. terminó la relación con la Operadora Costa Risol S.A. y adjudico la operación del hotel a Starwood a partir del 1 de mayo de 2011, nombrándose como The Westin Resort & Spa, Playa Conchal

El pasado 20 de diciembre del 2011, mediante comunicado de prensa, Florida Ice & Farm Co. (FIFCO) adquirió la Corporación Musmanni, una compañía 100% costarricense dedicada a la producción de productos de panadería y repostería. Con esta adquisición,

FIFCO busca diversificar su negocio e incursionar en una nueva categoría en su portafolio de alimentos. Así mismo adquirió los derechos de propiedad intelectual e industrial sobre la marca MUSMANNI.

El 17 de marzo de 2012, la compañía, a través de Florida Bebidas S.A y la Cooperativa Agropecuaria de Productores de Leche (COOPELECHE R.L), establecieron una alianza estratégica con el fin de fortalecer la producción y distribución de leche y sus derivados. La compañía por medio de Productora La Florida S.A. formalizo un acuerdo para adquirir el establecimiento mercantil de “COOPELECHE R.L”

El 15 de junio de 2012, Distribuidora La Florida y DIAGEO de Costa Rica S.A. suscribieron un Contrato de Distribución, mediante el cual se designó a Distribuidora La Florida S.A. como el distribuidor exclusivo en Costa Rica, del portafolio de productos importados por DIAGEO.

Y para finalizar la reseña, el 26 de octubre de 2012, FIFCO a través de Cervecería Costa Rica concretó la negociación de compraventa del 100 % de la empresa estadounidense North American Breweries Holding LLC y sus subsidiarias (NAB). Ésta cuenta con una planta de producción New York, y otras tres cervecerías ubicadas en Oregón, California y Vermont. Cuenta con una red de distribución con distribuidores mayoristas claves y siete puntos de venta al detalle directo al consumidor.

NAB cuenta con 1211 colaboradores y continuará bajo la administración de su actual equipo directivo.

### **3. ACTIVIDAD**

La principal actividad de la Empresa es la elaboración y distribución de bebidas, participando en varias de las categorías, siendo la principal la cerveza, su marca líder es IMPERIAL (silver, light), las otras marcas son: PILSEN (Frost), BAVARIA (Gold, Light, Blues y Dark), ROCK ICE (Limón y Golden Monkey), BOHEMIA, KAISER (cerveza sin alcohol), Cerveza de Barril (Imperial y Bavaria Gold) y MAXI MALTA (Caramelo). Adicionalmente, y bajo licencia de Heineken Brouwerijen de Holanda, producimos la cerveza HEINEKEN (existe un contrato desde 1986, prorrogable todos los años).

La fase de producción se realiza en la planta ubicada en Belén (planta de producción #1), en la provincia de Heredia. Contamos actualmente con una capacidad instalada que nos permite producir anualmente 1.650.000 hectolitros de cerveza y 150.000 hectolitros de Bebidas Alcohólicas Saborizadas (BAS). Actualmente el 90% de las materias primas utilizadas en ésta planta son importadas, principalmente por las características especiales de los productos que se fabrican.

En el año 2012 se utilizó alrededor del 87.5% de la capacidad.

En el proceso de producción, se emplean materias primas de la más alta calidad a nivel mundial. Obtenemos las maltas de Francia, Canadá, Alemania y Bélgica los lúpulos de Estados Unidos de Norteamérica y Alemania.

Para el resguardo de la calidad, se cuentan con modernos laboratorios de control de calidad, en los cuales laboran profesionales altamente calificados. En estos laboratorios, se someten a análisis las diferentes materias primas y el producto en las distintas etapas del proceso de producción.

Para reforzar los estrictos controles, laboratorios de Estados Unidos analizan periódicamente muestras de nuestra producción y verifican la calidad de las materias primas antes de ser adquiridas.

En el caso concreto de HEINEKEN, estos análisis complementarios, son realizados por Heineken Brouwerijen, propietaria de la marca, con quien existe un contrato de asistencia técnica desde 1986 y es prorrogable anualmente.

La Empresa distribuye la marca de cerveza CORONA, de la Cervecería Modelo de México, cerveza GALLO de la Cervecería Centroamericana de Guatemala, cerveza TOÑA de la Compañía Cervecera de Nicaragua, mediante contratos prorrogables cada año.

En junio del 2003 se incursionó en la producción de bebidas alcohólicas saborizadas (BAS), bajo licencia del Grupo DIAGEO, producimos SMIRNOFF ICE (Vodka con concentrado de lima), en el 2005 se expande éste portafolio de productos con la introducción de la marca propia BAMBOO (ron con cola).

A raíz de la fusión de Cervecería Tropical, S. A. con Florida Ice & Farm Co., S. A. en julio de 1998, se destinó la planta de producción de la primera (planta de producción #2) a productos sin contenido alcohólico, inicialmente con la producción de Agua de Manantial CRISTAL. Hoy día Productora La Florida S.A. es miembro del Latin American Bottled Water Association (LABWA); asociación que reúne a los fabricantes de agua embotellada en la región con el fin de compartir mejores prácticas, análisis de tendencias de mercado y otras oportunidades de negocio.

En el mes de junio del 2001, Florida Ice & Farm Co., S.A. lanzó al mercado la marca TAMPICO. Los sabores ofrecidos a la fecha son citrus punch. TAMPICO es una marca registrada y desarrollada por la empresa estadounidense Tampico Beverages, INC; con quién se tiene un acuerdo contractual para el desarrollo de las operaciones en Costa Rica.

En el mes de noviembre del 2001, Florida Ice & Farm Co., S.A. lanzó al mercado la marca TROPICAL, una familia de frescos y Té Frío fabricados bajos las más estrictas normas de calidad y totalmente desarrollados por Florida Ice & Farm Co., S. A. Los sabores ofrecidos a la fecha son: Frutas Mixtas, Mango, Manzana, Uva, Guayaba, Mora, Piña, Jugo de



Naranja, Té Negro Melocotón, Té Negro Limón, Té Verde Manzana Verde, Té Verde Citrus, Té Blanco Arándano, Té Negro Melocotón Light, Té Verde Manzana Verde Light y Te Blanco Light. En esta planta aproximadamente el 65% de las materias primas son importadas, siendo los concentrados de frutas el más importante.

En el año 2012 se utilizó alrededor del 57% de la capacidad de ésta planta.

Así mismo durante el 2004 y el 2005, aprovechando la ventaja competitiva de la fuerza de ventas y la red de distribución con que cuenta la empresa, se incorporaron productos de otras industrias, como es el caso de la bebida energética MAXXX ENERGY, fabricada en la planta de Cerveza.

En el año 2012 se lanza también la marca Sun Tea Kerns, como alternativa para crecimiento regional en la categoría de Té en Centroamérica. Asimismo apoyando las iniciativas de participación regional en las categorías de Bebidas Refrescantes, se introduce en el 2012 la marca Ki Kerns, con sabores autóctonos de Guatemala.

En Agosto del 2006 Florida Ice & Farm Co., S. A. por medio de su subsidiaria Cervecería Costa Rica, S. A. adquiere el 100% de Industrias Alimenticias Kern's de Guatemala (Planta de producción #3).

El portafolio de productos de Kern's viene a complementar el de Florida Bebidas, S. A. especialmente en el área de alimentos y bebidas. En este campo Kern's produce néctares de manzana, pera, melocotón y piña en versiones normal y light, y en tres tipos de envases: aluminio, hojalata y Tetra Pack. Además produce frijoles empacados, jugos de tomate y de vegetales, el refresco Fun-C, salsas Ducal, mayonesa y vegetales. Todos estos productos y presentaciones se fabrican en una sola planta industrial de 50.000m<sup>2</sup> ubicada cerca de la ciudad de Guatemala. En la empresa trabajan alrededor de 668 personas.

Las materias primas que se utilizan en esta planta son importadas y representan alrededor del 68% del total, siendo el concentrado de tomate la materia prima de más relevancia.

En el año 2012 se utilizó alrededor del 75% de la capacidad.

En mayo del año 2007, Florida Ice & Farm Co., S. A. adquiere Embotelladora Centroamericana, Ltda. (ECSRL) (Planta de producción #4), como parte de la compra de los activos de SABMiller en Costa Rica. ECSRL tiene la franquicia para producir y distribuir las bebidas de PepsiCo, Inc. en el mercado costarricense, respaldado por un contrato prorrogable anualmente. Su adquisición, por lo tanto, agregó al portafolio de Florida las bebidas carbonatadas Pepsi Cola, Pepsi Light, Mirindas, Evervess, Mug, Té Lipton, H2OH, 7up y 7up Light, así como la isotónica Gatorade, líder mundial en su

categoría, y la bebida energética Sobe Adrenaline Rush. En el caso de las marcas Milorys y Jet son marcas propias pero igualmente se producen en esta planta.

Las materias primas que se utilizan en esta planta son importadas y representan alrededor del 84% del total, siendo los concentrados de bebidas carbonatadas, en primer lugar.

En el año 2012 se utilizó alrededor del 65% de la capacidad de ésta planta debido a que se realizó la adquisición de una línea de PET nueva.

El mercado de refrescos naturales, néctares, aguas y alimentos también tiene competencia importante por parte de grandes compañías, que implican que Florida Ice & Farm Co., S. A. se enfoque constantemente en la calidad de los productos, la calidad del servicio y asistencia en el punto de venta.

Dentro de nuestras actividades del negocio bebidas y alimentos existe una marcada estacionalidad en las épocas de semana santa y fin de año, donde nuestros volúmenes de venta aumentan considerablemente.

Luego de ocho años de haberse aventurado en el mundo de las exportaciones; Florida se enfoca en consolidar y afianzar sus marcas en 12 mercados donde ya se comercializa más que explorar nuevos mercados. Nuestra exportación para este período es de un 4.78% del total de las ventas netas, 95.22% nacional del total de las ventas netas.

El abastecimiento de nuestros productos a los detallistas, principalmente bares, restaurantes, supermercados, licorerías, abastecedores, etc., se realiza de manera directa por medio de nuestra red de distribución, y agencias distribuidoras.

Durante el período fiscal 2012 Florida Ice & Farm Co. (FIFCO) adquirió la Corporación Musmanni, una compañía 100% costarricense dedicada a la producción de productos de panadería y repostería; en marzo de 2012, a través de Florida Bebidas S.A y la Cooperativa Agropecuaria de Productores de Leche (COOPELECHE R.L), establecieron una alianza estratégica con el fin de fortalecer la producción y distribución de leche y sus derivados; continuando en junio de 2012, Distribuidora La Florida y DIAGEO de Costa Rica S.A. suscribieron un Contrato de Distribución, mediante el cual se designó a Distribuidora La Florida S.A. como el distribuidor exclusivo en Costa Rica, del portafolio de productos importados por DIAGEO.

Y para finalizar la reseña, en octubre de 2012, FIFCO a través de Cervecería Costa Rica concretó la negociación de compraventa del 100 % de la empresa estadounidense North American Breweries Holding LLC y sus subsidiarias (NAB).

#### 4. PRINCIPALES COMPETIDORES

El mercado de bebidas en que opera Florida Ice & Farm Co., S. A. es muy competitivo, actualmente los competidores directos de nuestros productos son principalmente la Cooperativa de Productores de Leche Dos Pinos, que produce y comercializa lácteos y además envasa jugos y bebidas, Sigma Alimentos (con la marca de lácteos Prado), la compañía FEMSA (embotellador de gaseosas), Grupo Ajesen (embotellador de gaseosas), la Fábrica Nacional de Licores (productor de bebidas destiladas), Distribuidora La Pampa y Distribuidora La Nacional, Centenario, La Isleña (Distribuidoras de licores, destilados y vinos), panaderías y reposterías como: Panaderías Samuelito, Panaderías La Selecta, Panaderías Leandro y tiendas de conveniencia.

En el campo turístico e inmobiliario, la competencia es muy amplia, pero el sector en que se enfoca Florida es muy exclusivo, es importante indicar que el segmento hotelero tiene su principal estacionalidad con la ocupación más alta, en el verano en Costa Rica y el verano en U.S.A.

#### 5. VISIÓN GENERAL DEL NEGOCIO

Al 30 de setiembre del 2012, y como resultado del proceso de Restructuración Corporativa llevado a cabo a partir del 1° de Marzo del 2002, Florida Ice & Farm Co., S. A. tiene como subsidiarias:

##### ◆ CERVECERIA COSTA RICA, S. A.

La participación de FIFCO en esta empresa al 30 de setiembre del 2012 es del 75%. En el período 2012 aportó el 87,78% de la utilidad neta de Florida Ice & Farm Co., Su actividad principal es la de producir y distribuir bebidas envasadas en Costa Rica (Cerveza, Bebidas Alcohólicas Saborizadas, aguas, refrescos, néctares, carbonatadas y productos alimenticios) para lo cual cuenta con dos subsidiarias.

1°. La primer subsidiaria es Florida Bebidas y Alimentos, S. A. que a su vez tiene tres subsidiarias:

- a. Florida Bebidas, de la cual dependen:
  - 1- Productora La Florida, S. A. dedicada a la actividad de producción
  - 2- Distribuidora La Florida S. A., dedicada a las actividades de ventas, mercadeo y distribución.
  - 3- Embotelladora Centroamericana, LTDA en mayo del 2007, empresa que tiene la franquicia de producción y distribución en Costa Rica de las marcas de PepsiCo.
  - 4- Vinum Aura y Hi Cuveé dedicadas a la importación de vinos
  - 5- Florida Vinos y destilados encargada de la comercialización de vinos y destilados
  - 6- Florida Productos Lácteos

- b. Industrias Alimenticias Kern's, S. C. A., a partir de agosto del 2006, la cual a su vez tiene la subsidiaria, Industrias Alimenticias Kern's El Salvador, S. A. de C. V. empresas dedicadas a la producción y distribución de jugos y néctares, además de salsas de tomate y frijoles molidos.
- c. Florida Food & Beverages Corp.

2º. La segunda subsidiaria es Grupo Musi S.A, compuesto por:

- a. Premezclas Industriales para Panadería, S.A.
- b. Comapan S.A.
- c. Pacma de San José, S.A.
- d. Panemark, S.A.

#### FLORIDA INMOBILIARIA, S. A.

La participación en esta empresa al 30 de setiembre del 2012 es del 100% y en el período 2012 aportó el -1,53% de la utilidad neta de Florida Ice & Farm Co., S. A. Su actividad principal es invertir en bienes raíces y proyectos turísticos tales como

- A. Reserva Conchal, S. A. compuesta por Desarrollos Hoteleros Guanacaste, F&C Investment, S. A. Técnicas de Publicaciones Turísticas, S. A
- B. Por medio de la subsidiaria London Caribbean Inc., domiciliada en Gran Caimán, compuesta además por North Península Holding (NPH) S.A.
- C. También cuenta con subsidiarias con el propósito específico de tener propiedades, tales como: I.M.B. La Florida, S.A., Inmobiliaria C.C.R de San José, S.A., y Corporación de Inversiones FIFCO, S. A.

#### FLORIDA CAPITALES, S. A.

Nuestra participación en esta empresa al 30 de setiembre del 2012 es del 100% y en el 2012 aportó el 22,72% de la utilidad neta de Florida Ice & Farm Co., S. A. Su actividad principal es de invertir en otras compañías fuera del territorio costarricense. A través de sus dos subsidiarias:

- 1º. London Overseas Inc., de Gran Caimán, maneja los portafolios de inversión en el extranjero, está a su vez es dueña de participaciones en N.B.H; S. A. (con una participación del 75%) Compañía Panameña, tenedora de acciones de la compañía panameña INCECA; S. A. (propietaria del 49.87% de la Compañía Cervecería de Nicaragua) representando una participación directa del 37.27% para Florida Capitales S. A., Cervecería Barú Panamá 24.91% (compañía Panameña), Envases del Istmo, S. A., (ENDELIS) 48.88% (fábrica de latas en Panamá) y COMEGUA 25.14% (empresa vidriera en Centroamérica, Panamá).

Además de las mencionadas se tiene las siguientes subsidiarias:

- a. Aeroservicios La Florida, S. A. (Costa Rica) 100%, de la cual depende Florida Falcon Holding, S. A. (U.S.A.) 100% que prestan servicios administrativos y de servicio aéreo, las últimas dos.

2º. Florida Servicios Corporativos (Costa Rica) 100%, anteriormente Mercantil Adviser.

La compañía mide las operaciones de sus segmentos de negocio, de acuerdo a políticas corporativas y contables, dicha información se muestra en el siguiente cuadro de segmentos:

**Cuadro No. 16**  
**Medición de Operaciones de acuerdo a políticas corporativas y contables, según cada segmento**

Balance por Segmentos	Bebidas	Alimentos	Inmobiliario	Otros	Total Consolidado
Ventas	81%	12%	6%	1%	100%
Costo de Ventas	73%	21%	5%	1%	100%
Depreciación de Activos	80%	8%	11%	0%	100%
Utilidad Operativa	103%	4%	-2%	-6%	100%

Es importante hacer la aclaración respecto de las compañías que se detallan en la Nota 9 de los estados financieros Auditados (Envases del Istmo S. A., Empresas Comegua S. A., Cervecerías Barú Panamá S. A., NBH, S. A., Hobart Management Limited, P.P. Holdings Limited, Península Papagayo Group Corp., Península Papagayo Clubs Inc., Península Papagayo Ventures Ltd., y Marina Papagayo Holdings Limited), las cuales son empresas “Asociadas” de Florida Ice & Farm Co., S. A. por medio de su subsidiaria Florida Capitales S. A. asimismo la participación accionaria es inferior al 50% en cada una de ellas, y que por la dimensión de la inversión y por tener influencia significativa, las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF’s) permiten la consolidación de las empresas asociadas por el método de “Participación Patrimonial”, procedimiento que se aplica para todas ellas en los estados financieros.

**COMPañÍAS DE PROPÓSITO ESPECÍFICO:**

Florida Ice & Farm Co., S. A. contaba con una compañía de propósito específico, Crosslake Comercial, Inc. La cual manejaba al 2011 un portafolio de inversiones en EUA; esta sociedad durante el período fiscal 2012 fue liquidada.

**a. Estructura organizativa**

La estructura organizativa de nuestra empresa queda reflejada en el organigrama que presentamos a continuación:

Cuadro No. 17

Medición de Operaciones de acuerdo a políticas corporativas y contables, según cada segmento

Florida Ice & Farm Co. S. A.	País	Participación al 30 de Setiembre	
		2012	2011
<b>I Cervecería Costa Rica, S.A.:</b>	<b>Costa Rica</b>	<b>75%</b>	<b>75%</b>
A. Florida Bebidas y Alimentos, S.A.:	Costa Rica	100%	-
1. Florida Bebidas	Costa Rica	100%	100%
a. Productora La Florida, S.A.	Costa Rica	100%	100%
1) Servicios Técnicos Labco, Ltda	Costa Rica	50%	-
b. Distribuidora La Florida, S.A.	Costa Rica	100%	100%
c. Embotelladora Centroamericana, LTDA.	Costa Rica	100%	100%
d. Vinum Aura S.A.	Costa Rica	100%	100%
e. HI Cuveé, S.A.	Costa Rica	100%	100%
1) HA&COM Bebidas del Mundo, S.A.	Costa Rica	50%	50%
2) Holcom Industrial, S.A.	Costa Rica	50%	50%
f. Florida Vinos y Destilados S.A.	Costa Rica	100%	-
g. Florida Productos Lácteos, S.A.	Costa Rica	100%	-
2. Industrias Alimenticias Kern 's y Compañía., S.C.A.:	Guatemala	100%	100%
a. Industrias Alimenticias Kern 's El Salvador, S.A. de C.V.	El Salvador	100%	100%
3. Florida Food & Beverages Corp.	EUA	100%	100%
4. Grupo Musi, S.A.	Costa Rica	100%	-
a. Premezclas Industriales para Panadería, S.A.	Costa Rica	100%	-
b. Comapan, S.A.	Costa Rica	100%	-
c. Pacma de San José, S.A.	Costa Rica	100%	-
d. Panemark, S.A.	Costa Rica	100%	-
<b>II Florida Inmobiliaria, S.A.:</b>	<b>Costa Rica</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
A. I.M.B La Florida, S.A.	Costa Rica	100%	100%
B. Inmobiliaria Cervecería Costa Rica de San José, S.A.	Costa Rica	100%	100%
C. Corporación de Inversiones FIFCO, S.A.	Costa Rica	100%	100%
D. Reserva Conchal, S.A.:	Costa Rica	100%	100%
1. Desarrollos Hoteleros Guanacaste, S.A.:	Costa Rica	100%	100%
a. F&C Investments, S.A.	Costa Rica	100%	100%
b. Técnicas de Publicaciones Turísticas S.A.	Costa Rica	100%	100%
2. Reserva Conchal PMR, S.A.	Costa Rica	-	100%
E. London Caribbean, Inc.	Gran Caiman	100%	100%
1. North Península Holding (NPH), S.A.	Costa Rica	100%	-
<b>III Florida Capitales, S.A.:</b>	<b>Costa Rica</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
A. London Overseas, Inc.:	Gran Caiman	100%	100%
1. Aeroservicios La Florida ASFL, S.A.:	Costa Rica	100%	100%
a. Florida Falcon Holding Inc.	EUA	100%	100%
B. Florida Servicios Corporativos, S.A. (antes Mercantile Adviser)	Costa Rica	100%	100%
<b>IV Crosslake Comercial, Inc.</b>	<b>Panamá</b>		<b>100%</b>

### *b. Propiedades, planta y equipo*

Florida Ice & Farm Co., S. A. posee cuatro plantas de producción según la naturaleza del producto, siendo éstas cerveza, refrescos naturales y aguas, néctares, alimentos y refrescos gaseosos. La Planta Echeverría No.1 para la producción de cerveza tiene una capacidad instalada de 1.650.000 hectolitros al año y actualmente su utilización es alrededor del 87,5%. En esta misma planta se producen las Bebidas Alcohólicas Saborizadas (BAS) tales como Smirnoff Ice y Bamboo, para lo cual se tiene una capacidad instalada de producir 150.000 hectolitros por año.

Por otra parte, la Planta Cristal No.2, donde se centraliza la producción de refrescos y agua en Costa Rica, tiene capacidad para 1.486.800 hectolitros de agua y 1.278.480 hectolitros de refrescos.

El Centro de Distribución del Área Metropolitana es un edificio con un área de bodega de 39.000 m<sup>2</sup>, con capacidad para almacenar y distribuir la totalidad de los productos de las fábricas de cerveza y de bebidas no alcohólicas. Además, dicho centro se encuentra en un sitio de aproximadamente 14 hectáreas, de forma que tenemos suficiente espacio de parqueo y área de maniobras de los camiones, también se cuenta, en el Este del GAM, con un Centro de Distribución y almacenamiento de producto, con un área aproximada de 4.500 m<sup>2</sup>, para más facilidad de distribución.

Como sucursales, cabe mencionar que contamos 8 agencias en Zona Rural, las cuales brindan el servicio a las zonas aledañas. Dichas agencias se ubican en: Puntarenas, Liberia, Nicoya, Guápiles, Limón, San Carlos, San Isidro de El General y Ciudad Neilly y un Centro de Distribución del Este de la capital.

En Industrias Alimenticias Kern's en Guatemala se cuenta con una planta de producción No.3 de 50.000 metros cuadrados, con capacidad de producir néctares de frutas, salsas de tomate y frijoles empacados.

En el caso de Embotelladora Centroamericana de Bebidas SRL tiene una planta de producción No.4 de 25.500 metros cuadrados con capacidad de producción de 900.000 hectolitros en bebidas carbonatadas, la cual está ubicada en un terreno de 70.340 metros cuadrados en el Barreal de Heredia, Costa Rica.

Con la adquisición de Musmanni, la cual incluye la planta procesadora de panadería y repostería No.5, se incursiona en una categoría de negocio nueva, la cual cuenta con una red de franquicias que permite una atractiva participación de mercado.

La nueva división de negocios, Florida Lácteos, está a cargo de la planta procesadora de lácteos No.6, ubicada en San Ramón de Alajuela, en un área de 10.362 metros cuadrados, la misma se encarga de la comercialización de los productos.

Recientemente se estableció una alianza estratégica entre Florida y DIAGEO, la cual dio origen a la división de negocios, Florida Vinos y Destilados, que tiene la responsabilidad de distribución y comercialización del portafolio de vinos y licores.

Esta última incorporación, marca un hito en la historia de FIFCO, no solo por el tamaño de la transacción, sino por el potencial de crecimiento que presenta incursionar en unos de los principales mercados de cerveza del mundo, NAB (North American Breweries)

Florida Inmobiliaria, S.A. es propietaria del 100% del proyecto turístico Reserva Conchal que incluye las compañías Reserva Conchal, S.A. y sus subsidiarias Hacienda Pura Vida M&S, S.A.; Shore Red Ocean, S.A. y Desarrollos Hoteleros Guanacaste, S.A. que a su vez tiene como subsidiarias a F&C Investments, S.A. y Técnicas de Publicaciones Turísticas, S.A. Este proyecto ubicado en la provincia de Guanacaste incluye el Hotel Westin Playa Conchal Golf, Resort & Spa y un área cercana a las 900 hectáreas dedicadas al desarrollo inmobiliario.

Todas estas propiedades, plantas y equipos cuentan con un amplio esquema de seguros, que desde luego coadyuvan a proteger el patrimonio de los accionistas en caso de cualquier eventualidad.

### *c. Empleo y riqueza para el país*

En la actualidad, Florida Ice & Farm Co., S. A. se ha convertido en una empresa generadora de empleo directo e indirecto, al cierre fiscal de setiembre de 2012, la empresa contaba con 5,075 empleados.

Además de pagar impuestos, dividendos y salarios, la Empresa invierte grandes sumas en las compras locales de bienes y servicios. Por otra parte, hay una gran diversidad de fábricas y empresas que han ido creciendo junto a ella, al suministrarle sus productos o solicitar sus servicios. De esta forma, la Empresa contribuye de múltiples formas al bienestar de la sociedad costarricense como un todo.

En cuanto a los trabajadores se procura que, además de una adecuada compensación, tengan condiciones seguras de trabajo, gocen de buenos servicios de alimentación y salud, y por supuesto, tengan facilidades recreativas que les sirvan a ellos y a sus familias. Los empleados de Florida Ice & Farm Co., S. A. están organizados en una asociación solidarista, que cuenta con el apoyo total de la Empresa, y que rinde grandes beneficios a los trabajadores.



## **CAPITULO CUARTO**

### **RESULTADOS DE OPERACIÓN Y FINANCIEROS E INFORMACIÓN PROSPECTIVA**



## A. MENSAJE DEL PRESIDENTE DE LA JUNTA DIRECTIVA

Señoras y señores accionistas:

Durante el período fiscal 2011-2012, Florida Ice and Farm Company logró resultados sobresalientes a nivel de crecimiento y rentabilidad, así como también en sus dimensiones social y ambiental. En la dimensión económica, las ventas de FIFCO crecieron durante el período un 9,9% hasta alcanzar los 348.308 millones de colones y la utilidad neta superó los 58.529 millones de colones, creciendo un 39,5% con respecto al año anterior.

En el negocio de bebidas y alimentos, el período estuvo caracterizado por un crecimiento sano en ventas y rentabilidad, en medio de la complejidad generada por una mayor diversificación de categorías y una fuerte competencia en todos los negocios y países donde operamos. Específicamente en la categoría de cerveza y bebidas alcohólicas saborizadas, se logró recuperar una tendencia de crecimiento.

En la categoría de agua, jugos, refrescos, néctares, energizantes y té, el período estuvo marcado por un crecimiento saludable, que permitió a la compañía aumentar su participación de mercado, no solo en Costa Rica sino también en Centroamérica. Fue un año enfocado en la expansión geográfica que permitirá a Florida convertirse en un actor relevante en estas categorías a nivel de Centroamérica y El Caribe.

Por su parte, la categoría de alimentos lanzó 32 nuevos productos bajo las marcas Kern's y Ducal, incluyendo el ingreso en nuevas categorías como mayonesa y vegetales y además se trabajó también en reforzar el valor de las marcas ante el consumidor.

El negocio inmobiliario, se caracterizó por un enfoque en el negocio hotelero, adicional se ha colocado más del 30% de los lotes del proyecto Llama del Bosque, se finalizó el diseño de Cortez Amarillo, que cuenta con 5 lotes con vista al mar, así como el anteproyecto y estructuración de Roble Sabana, un desarrollo de 20 condominios también con vista al mar.

Un hecho relevante del período fue el acuerdo de separación de activos que le permitió a Florida dejar su participación minoritaria en el proyecto "Península Papagayo" y recibir a cambio un terreno concesionado no desarrollado de 311 hectáreas en el sector norte de la Península, así como dos unidades residenciales ubicadas en el sector sur de la Península.

En la creación de valor social, logramos invertir este año un 6,7% de nuestra utilidad neta en proyectos estratégicos asociados a nuestras huellas ambientales y sociales, colocando a FIFCO en el grupo selecto de empresas a nivel mundial que invierten más de un 6% de su utilidad neta en inversión social. Esta inversión fue complementada con más de 54.000

horas de voluntariado de nuestros colaboradores, logrando posicionar a Florida como la empresa líder en voluntariado corporativo en Centroamérica.

En la dimensión ambiental, logramos aumentar el reciclaje de envases post-consumo a un 52%, lo que significa que al menos 5 de cada 10 botellas que Florida pone en el mercado, regresan a la empresa para su adecuada disposición, convirtiéndonos en el líder de la industria en materia de reciclaje. Se redujo en más de un 27% el plástico en todos nuestros envases de PET, también se lanzó al mercado el primer envase de agua producido con PET reciclado bajo nuestra marca Cristal. Como hecho subsecuente, logramos en noviembre del 2012, convertir a Florida Bebidas en la primera empresa Agua Neutral de la región latinoamericana.

Florida Ice & Farm Co. fue reconocida durante este período como una empresa líder en las tres dimensiones del desarrollo sostenible por parte de organizaciones mundiales como Global Reporting Initiative, Foro Económico Mundial, Boston Consulting Group y Harvard Business Review, pero además, fue reconocida como la empresa más admirada de Costa Rica y la tercera de Centroamérica, de acuerdo con la revista Summa. Todos estos reconocimientos nos comprometen aún más y refuerzan nuestra convicción de que, al mismo tiempo que la familia Florida crece, también crece nuestro impacto social y ambiental positivo en Centroamérica.

*Rodolfo Jiménez Borbón*

*Presidente de la Junta Directiva*

## B. INFORME DE OPERACIONES 2011-2012

Durante el período 2011-2012, Florida Ice & Farm Co. dio pasos importantes para consolidarse como una compañía total de bebidas y alimentos, al complementar su crecimiento integral con la incursión en nuevas categorías, negocios y geografías, aunado a importantes avances en las dimensiones social y ambiental.

De esta forma, la familia Florida amplió sus horizontes para incluir nuevos negocios, nuevos colaboradores, nuevos retos ambientales y sociales, pero también nuevos propósitos de contribuir, mediante su estrategia de Triple Utilidad, al desarrollo sostenible de los países donde operamos.

“Este fue un año caracterizado por el crecimiento orgánico, la incursión en nuevas categorías, negocios y geografías; y el logro de metas sociales y ambientales significativas. Todos estos resultados permitieron reforzar el liderazgo, la competitividad y la sostenibilidad de Florida Ice & Farm Co.”

### 1. DIMENSIÓN ECONÓMICA

#### *a. Resultados financieros*

El período 2011-2012 estuvo marcado por un crecimiento moderado, debido principalmente a una recuperación leve que experimentó Estados Unidos. Aunque la economía estadounidense muestra algunos indicadores de mejoría, no cuentan con el dinamismo necesario para impulsar a países en su área de influencia como Costa Rica y el resto de Centroamérica.

Esta situación, aunada a la crisis que atraviesa la Unión Europea, crea un ambiente de incertidumbre económica que, en términos generales, hace que los inversores sean precavidos y el consumidor, más conservador.

En general, fue un período de crecimiento leve, pero con estabilidad y marcado por la dinámica cambiaria en Costa Rica, donde el colón continúa sin devaluarse y ello tiene implicaciones en el poder adquisitivo y el comportamiento de los consumidores

“Florida Ice and Farm Company vivió un período complejo y retador ante la necesidad de consolidar varios proyectos importantes de adquisición y de alianzas estratégicas, lo cual implicó el compromiso y esfuerzo por parte de la empresa y sus colaboradores”

#### Adquisiciones y Alianzas estratégicas

A nivel interno de la compañía, se trató de un período complejo y retador ante la necesidad de consolidar varios proyectos importantes de adquisición (Musmanni,

Ha&Com Bebidas del Mundo) y de alianzas estratégicas (Coopeleche R.L.). Ello implicó un esfuerzo considerable por parte de la empresa.

Asimismo, los resultados operativos están en línea con los resultados del período anterior, y la utilidad neta mantuvo un crecimiento relevante con respecto al período 2010-2011 debido a los resultados de las empresas asociadas y a las ganancias cambiarias.

En cuanto al negocio inmobiliario, uno de los principales logros fue la transacción mediante la cual se modificó la estructura de participación de FIFCO en el proyecto Península de Papagayo, pasando de ser un socio minoritario, a poseer el 100% del proyecto en la Península Norte. Esta transacción tuvo efectos muy positivos en los estados financieros.

En general, Florida vivió un período caracterizado por la expansión de sus negocios, lo cual implicó un ajuste importante a nivel interno de la compañía, pero también un efecto positivo en su crecimiento.

#### ◆ Hecho subsecuente: Compra de North American Breweries

A inicios del período 2012-2013, se concretó una de las principales transacciones que haya realizado FIFCO en su historia, al adquirir la mayor empresa cervecera independiente en Estados Unidos: North American Breweries (NAB).

NAB cuenta con un portafolio de 10 familias de marcas, incluyendo cervezas importadas como Labatt (la cerveza canadiense líder) e Imperial, cervezas artesanales (Magic Hat, Pyramid, Dundee, Mac Tarnahan's and Buffalo Bill's Brewery), auténticas cervezas americanas (Genesee y Brown Honey) y bebidas de malta saborizadas bajo la marca Seagram's Escapes.

NAB tiene su sede en Rochester, Nueva York, y cuenta con cuatro fábricas de cerveza en Nueva York, Oregón, California y Vermont, así como una red de distribución basada en relaciones de largo plazo con mayoristas clave. Además, posee siete puntos de venta directa al consumidor.

La compañía tiene más de 1.200 empleados y se ha caracterizado por su innovación (lanzamiento de nuevos productos, nuevos envases, etc.), así como por su cultura de mejora continua y excelencia. NAB continuará bajo el liderazgo de su actual director general, Richard Lozyniak y su equipo.

#### *b. Cervecería Costa Rica: Bebidas y Alimentos*

La compañía continuó con un crecimiento sano durante el período, en medio de la complejidad generada por una mayor diversificación de categorías y una agenda de adquisiciones que ampliaron el negocio.

Ante este panorama, la innovación en productos y procesos jugó un papel determinante.

Además de ampliar geografías, Florida lidió con una fuerte competencia, no solo en cerveza sino en todas las categorías y en todos los países donde opera.

Ello llevó a desarrollar una mejor planificación, así como a un rediseño de los diferentes procesos en busca de sinergias, para hacerle frente a este reto.

“Este período resultó clave para garantizar el enfoque y la independencia estratégicas de los negocios nuevos, así como asegurar el éxito de los negocios más maduros de la compañía”.

El tema de la productividad también fue una constante a lo largo del período y se logró superar la meta establecida para todas las operaciones. Además, se continuó trabajando fuertemente en la agenda de Triple Utilidad, en todos sus componentes.

En una coyuntura de incursión en nuevas categorías, este período resultó clave para diseñar los pasos a seguir con el fin de garantizar el enfoque y la independencia estratégicas de los negocios nuevos, así como asegurar el éxito de los negocios más maduros de la compañía.

#### 1) Nuestras categorías

##### a) *Cerveza y Bebidas Alcohólicas Saborizadas (BAS)*

La categoría de cerveza logró recuperar una mejor tendencia de crecimiento, especialmente en el segundo semestre del período. Ello ocurre gracias a un esfuerzo por llegarle al consumidor con plataformas comerciales que hicieran a la cerveza más competitiva en un entorno complejo.

Como resultado, la cerveza ganó una importante participación de mercado dentro del canasto global de bebidas con contenido alcohólico en el 2012.

Sin embargo, esta categoría se enfrentó tanto a una fuerte regulación (que modificó los patrones de consumo) como al nivel más intenso de competencia que ha tenido en los últimos años. Durante el período, aumentó la oferta de marcas de cerveza importada, y en algunos casos, existe la preocupación de que no se esté pagando adecuadamente toda la carga impositiva.

Como respuesta a este reto, la compañía decide, entonces, ampliar su portafolio con Bohemia, una cerveza que compite por precio, orientada hacia el canal de los supermercados.

En el caso de las bebidas alcohólicas saborizadas (BAS), éstas se renuevan mediante diseños, promociones y nuevos formatos innovadores. Durante el período, se lanzó al

mercado los premixes, bebidas que combinan licores destilados con jugos o refrescos de cola, en varias presentaciones.

### **1- Innovación**

#### **Imperial**

La botella de 750 ml brindó una opción al consumidor del onpremise (lugares donde el producto se consume dentro del local) de un precio más bajo por mililitro.

Se incursionó con la presentación de cerveza en lata en multiempaques, con los cuales se le ofrece al consumidor mayor conveniencia y precios diferenciados por cantidad (a transacciones más altas, precios más bajos).

Hablando del Festival Imperial 2012, bajo un concepto nuevo de festival y congruentes con la estrategia de Triple Utilidad de la compañía, el Festival Imperial 2012 se convirtió en el evento musical más importante del año en Costa Rica.

Unas 60.000 personas acudieron los días 24 y 25 de marzo del 2012 al autódromo La Guácima, en Alajuela, para disfrutar de la experiencia de un festival y de 32 bandas de diversos géneros musicales, entre ellos, Maroon 5, LMFAO, Bjork, Skrillex y Moby.

Asimismo, el Festival Imperial innovó para convertirse en un festival social y ambientalmente responsable. Se colocaron 50 estructuras para recolección de desechos, 15 estaciones de reciclaje (aluminio, plástico, tetra pak, vidrio) y 2 centros de acopio donde se separaron los residuos.

En cuanto al tema social, 250 colaboradores de Florida Bebidas realizaron diversas labores de voluntariado. Asimismo, la empresa destinó US\$50.000 dólares a proyectos de inversión social en la comunidad de La Guácima, beneficiando a más de 72.000 personas.

#### **Bamboo y Cuba Libre**

Al tiempo que Cuba Libre regresó al mercado, Bamboo renovó su imagen y lanzó una nueva versión en vidrio retornable para los establecimientos donde el consumo es dentro del local (on-premise)

### **2- Producción**

En la planta de Cervecería Costa Rica, se realizaron importantes inversiones de mantenimiento del negocio (por ejemplo, compra de botella y mejoras en los equipos), más la inversión en la nueva línea de latas con tecnología de punta, que permite producir los multiempaques de 4, 6, 12 y 24 unidades. Asimismo, se instaló una nueva línea para la producción de barriles.

#### *b) Agua, Jugos, Refrescos, Néctares, Energizantes y Tés*

Esta categoría se caracterizó por un crecimiento saludable durante el período (en algunos casos de doble dígito), lo cual implica una ganancia en las participaciones de mercado, no solo en Costa Rica, sino también en el resto de Centroamérica.

Ante el dinamismo del mercado, con múltiples categorías y marcas, se le apostó fuertemente a la innovación. Por ejemplo, el relanzamiento de Tropical con su nuevo envase fue clave, pues vino a rejuvenecer a la marca más relevante en la categoría de refrescos y tés.

Se ha manejado, asimismo, una agenda de expansión geográfica con el fin de lograr que Florida se proyecte como un jugador regional relevante. Durante el período, se expandieron las líneas de tés, bebidas de frutas y energizantes en diferentes países de Centroamérica y El Caribe.

#### **1- Innovación**

##### Tropical

A diez años de su aparición en el mercado costarricense, la familia Tropical experimentó un remozamiento total en su empaque, con un nuevo diseño de botellas y etiquetado. También se lanzó el concepto de “Tómese la vida” y se llevó a cabo la promoción “La Playa Tropical”.

En cuanto a nuevas presentaciones, se lanzó el Té Blanco light y una nueva línea de Tropical en combinaciones que incluyen limón como ingrediente común (toronja con limón y cereza con limón).

##### Sun Tea y Ki

Durante el período, se consolidó Sun Tea en Guatemala y se lanzó en El Salvador con excelentes resultados. Asimismo, se incursionó en el mercado guatemalteco con Ki, una nueva marca de bebidas de frutas (tamarindo, rosa de Jamaica y frutas).

##### Fun-C

Se realizó una actualización para mejorar su diseño de empaque en el norte de Centroamérica y El Caribe.

##### Kern's

Por primera vez, se introduce en Guatemala el jugo de naranja bajo la marca Kern's, en envase tetra pak.



Asimismo, con la marca Kern's Jr., se trabajó de una manera exitosa el patrocinio de licencias de películas infantiles en toda Centroamérica.

#### ◆ Agua Cristal

En una categoría caracterizada por la fuerte competencia, Cristal destacó por innovar con la sostenibilidad de su empaque y lanzó, en mayo del 2012, su botella elaborada con 50 por ciento de plástico reciclado.

La botella R-PET está compuesta de resina PET (plástico) que se obtiene de envases vacíos y recuperados a través de un sistema de recolección. Esta resina se mezcla con la de plástico virgen en una proporción de 50-50.

Gracias a esta tecnología de punta, Costa Rica se unió a la lista de países líderes en el reciclaje de plástico PET -tales como Inglaterra, Estados Unidos y Canadá- con la introducción de la nueva botella de Agua Cristal.

De esta forma se logra llevar al mercado el mejor sabor de agua de manantial, generando un menor impacto al ambiente

#### ◆ Gatorade®

Esta bebida hidratante, ideal para deportistas, vivió un rediseño completo de su imagen y su logo durante el período 2011-2012.

#### ◆ Bebidas Energizantes

En este período, se logró exportar por primera vez la bebida Jet a Nicaragua y Panamá. En el caso de Maxxx Energy, se continuó trabajando para consolidar el liderazgo de la marca. Además de promociones con los consumidores, Maxxx Energy ha participado con activaciones en diversos eventos, como por ejemplo, el Festival de Deportes Extremos.

## 2- Producción

#### ◆ Planta de bebidas carbonatadas

Se obtuvieron resultados excelentes en la auditoría del Reglamento Técnico Centroamericano. Además de esto se hicieron mejoras importantes en las instalaciones así como en la planta de tratamiento de aguas residuales.

Se logró exceder las metas establecidas por las auditorías de PepsiCo.

#### ◆ Planta de agua, jugos y refrescos

Dentro de los principales logros en esta planta se puede citar:

- Recertificación en ISO 14001
- Distinción del programa "Sello de Calidad Sanitaria", mediante el cual Acueductos y Alcantarillados reconoce el manejo adecuado del agua

- Iniciativas de empaque sostenible: reducción en el tamaño del cuello de las botellas y avance en su adelgazamiento
- Mejoras en la eficiencia, los procesos y costos de producción

### *c) Productos Lácteos*

En el período 2011-2012, FIFCO da un gran paso e incursiona en el mundo de los lácteos, al establecer primero una alianza estratégica con la Cooperativa Agropecuaria Regional de Productores de Leche (Coopeleche R.L.), en marzo del 2012.

Mediante esta alianza, la cooperativa y sus 130 asociados (pequeños y medianos productores) continúan enfocados en proveer la leche producida en sus fincas, mientras que Florida Lácteos tiene a su cargo la planta productiva ubicada en San Ramón de Alajuela y la comercialización de los productos.

Posteriormente, el 1° de octubre de 2012, Florida Lácteos lanza la nueva línea de productos de la marca Mú! que incluye:

- Leche en caja UAT, con tapa rosca (semidescremada y descremada)
- Leche en bolsa UAT, que no requiere refrigeración antes de abrir (semidescremada y descremada)
- Crema dulce, en presentación de larga duración
- Queso crema (100 y 220 gramos)
- Natilla con sal (100, 300 y 400 gramos)
- Yogurt líquido (fresa, melocotón y frutas)
- Helados en caja
- Helados de palito

De esta manera, Florida avanza en su visión de convertirse en una compañía total de bebidas y alimentos, respetando a un competidor bien posicionado, pero innovando con productos de altísima calidad que vengán a despertar la inquietud de los consumidores de lácteos.

Esta incursión implicó también la absorción por parte de la empresa de la planta productora y de la comercialización de los productos. El proceso se llevó a cabo de una manera fluida y manteniendo los estándares de calidad que caracterizan a Florida.

En la planta de producción, se han realizado mejoras importantes tanto a nivel de maquinaria e infraestructura, así como en el desempeño y eficiencia.

### *1- Nuestros Aliados*

Además del potencial de crecimiento y el acompañamiento técnico en las lecherías, se estableció un convenio de asistencia entre Florida Lácteos y Coopeleche R.L que incluye 5 componentes ambientales y sociales:

- ◆ Un programa para el tratamiento de la bosta.
- ◆ La posibilidad de ingresar al programa de Pago de Servicios Ambientales de FONAFIFO.
- ◆ El aprovechamiento de subproductos como el afrecho y el polvo de malta para la alimentación del ganado.
- ◆ El apoyo en el diagnóstico de las fincas lecheras.
- ◆ Un programa de becas universitarias para los hijos de los asociados

### *d) Vinos y Destilados*

La incursión de Florida Ice & Farm Co. en la categoría de vinos y destilados se consolidó en el período 2011-2012, luego de dar inicio en el período anterior con la adquisición de dos empresas distribuidoras de vino (HI Cuveé y Vinum Aura).

Posteriormente, el 1° de julio de 2012, la compañía asumió la operación y administración de Ha&Com Bebidas del Mundo. De esta forma, Florida se convirtió en el representante exclusivo en Costa Rica de las marcas de Diageo, la empresa líder en destilados a nivel mundial.

Esta alianza estratégica con Diageo permite una mayor competitividad y brindar un mejor servicio a los clientes en todo el país, pues se cuenta con un portafolio más completo y dinámicas comerciales en todas las categorías en las que se opera.

Y es así también como nace la división Florida Vinos y Destilados, que cuenta con un plan de negocios que capitalizará en las buenas prácticas de la empresa.

Durante el período, se tomaron una serie de medidas a nivel operativo y de estructura que le permitieron a esta nueva división acoplarse a Florida Bebidas. Asimismo, luego de un proceso de entrenamiento, tanto el área de Distribución como el área de Ventas incorporaron a estas nuevas categorías en su quehacer.

En el caso de las bebidas destiladas, fue un período con un crecimiento de doble dígito. Se trata de una categoría donde, de la mano con DIAGEO, se cuenta con las herramientas necesarias para fortalecer el liderazgo en Costa Rica.

### *1- Innovación*

En un mercado en crecimiento y ante una competencia muy fuerte, los temas de asequibilidad y servicio cobraron especial importancia, principalmente a finales del período cuando se logró recuperar relevancia y ganar participación de mercado. Ello generó un crecimiento saludable en esta categoría durante el 2011-2012.

Uno de los principales enfoques fue la expansión del portafolio, con el objetivo de contar con vinos de las principales regiones y de todos los niveles de precio. Con este fin, se incorporaron varias familias, entre ellas, la argentina Argento, Bella Tavola (Italia), Los Señores, La Poda y Peñascal (España), entre otras.

De esta forma, se pretende seguir contando con el portafolio de vinos más robusto, no solo de Costa Rica, sino de Centroamérica.

Dado que el país es un mercado en vías de desarrollo en el consumo del vino, se creó un nuevo departamento en Florida Vinos y Destilados denominado “Desarrollo de cultura vinícola”, que busca fortalecer el vínculo con consumidores no tradicionales.

#### *e) Alimentos*

La categoría de Alimentos tuvo resultados extraordinarios durante el período, gracias a una intensa agenda de innovación con 32 productos nuevos de las marcas Ducal y Kern's.

En promedio, se logró colocar en el mercado un producto nuevo cada semana y media.

### *1- Innovación*

#### ◆ Kern's

Se desarrollaron 5 iniciativas en el área de ketchup, todas relacionadas con el empaque. La más relevante fue Kern's upside down, pero también se desarrolló un empaque de sachet de 52 gramos para los mercados nicaragüense y guatemalteco. Asimismo, se innovó a través del lanzamiento de la mayonesa Kern's.

#### ◆ Ducal

En el negocio de los frijoles, se innovó con varios productos, entre ellos, el frijol rojo entero con chorizo, así como con nuevos empaques doy pack en frijoles molidos. También se relanzó la categoría de salsitas, con resultados excelentes y un crecimiento de doble dígito.

En el negocio de las conservas, se lanzó una variedad importante de productos: maíz dulce, arvejas, vegetales mixtos y palmito. Y finalmente, se innovó con pasta alimenticia de trigo, la cual se comercializa en Guatemala y El Salvador.

Una segunda área de trabajo se relaciona con reforzar el valor de las marcas ante el consumidor y eso se logró a lo largo del período con una nueva campaña para frijoles Ducal, la campaña que acompañó al relanzamiento de salsitas Ducal y el esfuerzo detrás del desarrollo y crecimiento de ketchup Kern's.

## 2- Producción

En la planta industrial Kern's en este período aconteció:

- ◆ Mejora importante en su calificación, según normas del Reglamento Técnico Centroamericano
- ◆ Nueva línea de alta velocidad tetra pak
- ◆ Construcción de una planta de tratamiento de aguas de clase mundial
- ◆ Puesta en marcha de la nueva línea doypack

### 2) Cadena de abastecimiento

Ante la complejidad generada por la ampliación de los negocios y los portafolios, las áreas de servicio están en la obligación de evolucionar hacia formas de trabajo más competitivas y eficientes.

La Cadena de Abastecimiento tiene, además, la responsabilidad de planificar inversiones en equipo e infraestructura que le permitan a la empresa asegurar su sostenibilidad y crecimiento.

Dentro de los principales logros del período se encuentran:

- ◆ Diseño del nuevo centro de operación y distribución de Puntarenas
- ◆ Ampliación del Centro de Distribución Oeste
- ◆ Incorporación del portafolio de alimentos en Costa Rica
- ◆ Apertura del almacén de vinos y destilados
- ◆ Ahorros en materiales directos e indirectos
- ◆ Inicio del programa de Compras Sostenibles en Guatemala

### 3) Dinamismo comercial

Al tiempo que se incorporan a la empresa más categorías y geografías, resulta necesario replantearse la forma en que se comercializa y se realizan las estrategias de mercadeo hacia el consumidor y el punto de venta.

Es por ello que, durante el período reportado, se buscó mantener siempre el foco estratégico en el área comercial de la empresa, que incluye Trade Marketing, Cuentas Claves, Servicio al Cliente, Segmentación y Ventas.

Uno de los proyectos más importantes fue la separación de la fuerza de ventas del negocio de bebidas alcohólicas y el de bebidas sin alcohol, en aquellos establecimientos donde se vende el producto cerrado (off-premise). Ello permitió no solo darle la bienvenida a los productos lácteos, sino también consolidar la categoría de alimentos.

#### 4) Nuestras Exportaciones

En el campo de las exportaciones, los esfuerzos durante el período estuvieron enfocados en consolidar y afianzar las marcas de Florida en los 12 mercados donde ya se comercializa, más que explorar mercados nuevos. Se logró despachar 2208 contenedores a lo largo del 2012

Estados Unidos continúa siendo el destino con las mayores oportunidades de crecimiento, tanto en el negocio de la cerveza como en el de alimentos (frijoles) y néctares; mientras que en Centroamérica destacan los alimentos Ducal y los néctares Kern's, así como la marca Tropical en Nicaragua.

A la zona de El Caribe, se exporta con gran éxito Fun-C, y durante el período reportado se buscó afianzar a Jamaica como un mercado con gran potencial.

En el caso de Imperial en Estados Unidos, se logró un crecimiento de doble dígito, impulsado principalmente por California, el cual es el tercer estado en importancia en ventas, precedido por Texas y Florida.

La cobertura de distribución y de presencia de esta marca emblemática en cadenas de supermercados, tiendas de conveniencia y bares aumentó en este país. En la actualidad, Imperial se distribuye en 24 estados (entre ellos, Nueva Jersey, Nueva York, Georgia, Colorado, Ohio, Illinois, Virginia y Arizona).

#### c. MUSMANNI

En diciembre del 2011, Florida Ice & Farm Co. ingresó al mundo del pan con la adquisición de Musmanni, una empresa dedicada a la elaboración de productos de panadería y repostería, así como a su distribución mediante el modelo de franquicia.

De esta forma, Florida asumió la operación tanto de los puntos de venta, como de la rama industrial de Musmanni: Premezclas Industriales para Panadería (Pinova).

“Continuaremos brindando a nuestros consumidores excelentes productos de panadería y repostería y siendo cercanos a ellos mediante un servicio al cliente esmerado y la ampliación del surtido de nuestras tiendas Musmanni.”

Durante el período reportado, Musmanni continuó liderando la panificación industrial y la venta de pan al detalle en el país. Cuenta en la actualidad con 183 puntos de venta, de los cuales 128 corresponden a tiendas que operan bajo la modalidad de franquicia, así como una planta de producción con tecnología de vanguardia.

Asimismo, Musmanni desarrolló un plan para ampliar el surtido de algunas de sus tiendas y así continuar satisfaciendo las necesidades de sus clientes. De esta forma, algunos puntos de venta cuentan ahora con una mayor variedad de bebidas, comidas preparadas, abarrotes y artículos de limpieza.

Los consumidores podrán encontrar desde los complementos para el popular “melcochón”, hasta bebidas preparadas como granizados y café, así como una zona de comidas con surtido de sándwiches, arroz con pollo, gallo pinto y ensaladas, entre otros.

La idea de esta ampliación de surtido es aprovechar la visita de los consumidores de Musmanni para ofrecerles otros productos que complementen la compra del pan y la repostería tradicionales.

Musmanni también continuó exportando sus productos de panadería a Centroamérica y Panamá, Puerto Rico y Colombia.

1) **Productos innovadores**

- ◆ Arlequín
- ◆ Cangrejo de chocolate
- ◆ Pasteles
- ◆ Melcochón francés
- ◆ Pan ciabatta

**d. Florida Inmobiliaria**

Para los turistas que visitan Costa Rica, la costa Pacífica Norte continúa siendo un destino vigente y atractivo. Ello se reflejó en un crecimiento sano del turismo en general, y en el incremento en la cantidad de pasajeros que hacen uso del aeropuerto internacional de Liberia, en Guanacaste, el cual fue reinaugurado en enero del 2012.

La renovación del aeropuerto Daniel Oduber, aunado a proyectos con nuevas adiciones de oferta, viene a apoyar ese crecimiento y la consolidación del destino, que no se vio afectado en forma negativa por el terremoto de 6,3 grados en la escala de Richter, que sacudió la zona el 5 de setiembre del 2012.

“Además de consolidar la operación del hotel bajo la bandera Westin y avanzar con nuevos desarrollos en Reserva Conchal, se logró un acuerdo de separación de activos en

el proyecto Península de Papagayo, que nos permite gestionar el sector norte de la península.”

A pesar de la magnitud del sismo, en Reserva Conchal y el hotel Westin Playa Conchal se registraron solamente daños menores que no comprometieron la continuidad del negocio hotelero, ni la capacidad de habitación de los condominios. La infraestructura general del desarrollo tampoco fue afectada por este terremoto.

#### 1) Negocio hotelero

Luego de pasar a manos de Starwood y convertirse en el primer hotel de la cadena Westin en operar bajo el formato de todo incluido, The Westin Resort & Spa, Playa Conchal experimentó una amplia remodelación de sus instalaciones.

Esta renovación que incluyó, entre otros, la zona del lobby y el rediseño de espacios interiores, fue concluida durante el período con una inversión total de US\$15,7 millones.

Debido a estas obras, los porcentajes de ocupación durante el primer trimestre se vieron afectados; sin embargo, la temporada alta obtuvo resultados muy favorables. En general, se avanzó en consolidar la operación bajo la nueva bandera de Westin, con alcances satisfactorios a nivel operativo y de satisfacción del cliente.

The Westin Resort & Spa, Playa Conchal mostró, a finales de setiembre del 2012, los índices de satisfacción del cliente más altos de todos los resorts del operador Starwood en Latinoamérica.

#### 2) Negocio inmobiliario

Aunque la demanda por el producto residencial continúa contraída en la zona, se logró finalizar las obras del proyecto Llama del Bosque y brindarle continuidad a su programa de ventas. A la fecha, se ha logrado colocar una tercera parte de los 41 lotes disponibles.

Adicionalmente, se conceptualizó y se diseñó un nuevo desarrollo llamado Cortez Amarillo (que comprende 5 lotes con vista al mar), y se cuenta con el anteproyecto para un desarrollo de 20 apartamentos denominado Roble Sabana, cuya preventa se realizará en el 2013.

En cuanto al proyecto inmobiliario “Península de Papagayo”, FIFCO dejó de tener una participación minoritaria en él, a partir del 13 de enero del 2012. Mediante un acuerdo con la empresa Wings of Papagayo LLC, obtuvo a cambio un terreno concesionado no desarrollado de 311 hectáreas en el sector norte de la Península y dos unidades residenciales ubicadas en el sector sur de la Península.

Mediante este canje de activos, Florida tiene ahora la ventaja de gestionar de forma integral el desarrollo de los terrenos recibidos en concesión en el sector norte de la



Península. Esta propiedad cuenta con excelentes cualidades para el desarrollo de componentes hoteleros y residenciales, difíciles de encontrar en alguna otra zona en el litoral de Guanacaste.

El proceso de elaboración del Plan Maestro ya dio inicio, en cumplimiento con las obligaciones de desarrollo del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), al ser un terreno dado en concesión.

### 3) Medio ambiente y comunidad

Tanto el componente inmobiliario como el hotelero de Florida Inmobiliaria, continuaron realizando importantes esfuerzos en el campo ambiental y en el trabajo con las comunidades vecinas, en especial, la localidad de Brasilito.

Algunas de las principales acciones del período fueron:

#### *a) Dimensión ambiental*

- ◆ Recertificación ISO 14001 para The Westin Resort & Spa, Playa Conchal
- ◆ Bandera Azul Ecológica en categoría comunidad para Reserva Conchal (4 estrellas) y para Playa Conchal (2 estrellas)
- ◆ Recertificación ambiental por parte de Audubon para la cancha de golf
- ◆ Certificado de Sostenibilidad Turística (CST), por parte del ICT
- ◆ Bandera en la categoría de espacios naturales protegidos (3 estrellas) para el "Refugio de Vida Silvestre Mixto Conchal"

#### *b) Dimensión social*

- ◆ Creación del parque recreativo de Brasilito "Atardecer del mar"
- ◆ Pintura de pupitres en la escuela de Brasilito
- ◆ Limpieza y mantenimiento de la comunidad de Brasilito
- ◆ Educación ambiental en el refugio de vida silvestre Conchal
- ◆ Donación de equipo médico al EBAIS de Brasilito y de mobiliario a distintas instituciones

#### *e. Florida Capitales*

Florida Ice & Farm Co., a través de su subsidiaria Florida Capitales, cuenta con participación accionaria en cuatro empresas en Centroamérica, tanto de la industria cervecera como productoras de envases:

- ◆ Comegua, empresa dedicada a la fabricación de envases de vidrio
- ◆ Envases del Istmo (Endelis), compañía que produce envases de aluminio
- ◆ Cervecería El Barú (Panamá)
- ◆ Inversiones Cerveceras Centroamericanas (Nicaragua)

#### 1) Comegua y sus compañías subsidiarias

Durante el período 2011-2012, las ventas del grupo se incrementaron en un 2,6 % en comparación con el período anterior. Ello se originó principalmente por un aumento en el volumen de ventas al mercado centroamericano.

En total, las exportaciones de envases de vidrio representaron casi la mitad de las ventas del período. Asimismo, se puso en marcha un nuevo horno en Vidriera Guatemalteca (VIGUA) en julio del 2012, con el fin de colocar envases cerveceros en México.

La utilidad operativa de Comegua aumentó con respecto al período anterior, principalmente debido al crecimiento en el volumen de ventas al Istmo, un mercado que cuenta con una mejor rentabilidad. Asimismo, la disminución en los costos de producción contribuyó a aumentar la utilidad.

#### 2) Cervecería El Barú

Cervecerías Barú Panamá (CBP) ha mantenido su crecimiento tanto en el volumen de ventas (4% en comparación con el período anterior), como en participación de mercado.

Principalmente, la presentación en lata de aluminio ha tenido una respuesta muy favorable por parte de los consumidores de las marcas Panamá y Soberana, con un crecimiento de doble dígito.

La cerveza Panamá continúa siendo la marca preferida por los panameños, mientras que Soberana fue relanzada en julio del 2012 con excelentes resultados. Por otra parte, Heineken fue reposicionada en el segmento Premium y cuenta con indicadores de marca muy sanos.

Asimismo, como parte de su programa de sostenibilidad, la empresa apoya a la organización no gubernamental Techo, que construye viviendas de emergencia para personas en extrema pobreza. Además del aporte económico, mediante el cual se financió 75 casas, los voluntarios de Cervecerías Barú Panamá han ayudado a construir 12 viviendas.

### 3) Envases del Istmo S.A. (Endelis)

Envases del Istmo S.A. es una empresa dedicada a la fabricación de envases de aluminio para bebidas, localizada en la ciudad de Colón, República de Panamá, y que actualmente atiende los mercados panameño y costarricense.

Con una inversión de más de US\$4 millones de dólares, en el 2012 culminó la instalación de un nuevo equipo para el aumento de la capacidad de producción, con el fin de atender la creciente demanda.

Su beneficio inmediato es optimizar el uso del metal, generando un mejor aprovechamiento de la materia prima mediante una disminución del aluminio de entrada, lo que a su vez genera un menor impacto ambiental.

Actualmente, al utilizar aluminio que contiene 80% de material reciclado como materia prima, se dejan de consumir 7.988 toneladas de bauxita al año.

### 4) Inversiones Cerveceras Centroamericanas S.A. (INCECA)

Durante el período reportado, INCECA experimentó un acelerado crecimiento, tanto en la categoría de cerveza, como en la industria de agua mineral y en la distribución de bebidas no carbonatadas y lácteos. A ello se unió el lanzamiento de nuevos jugos refrescantes y bebidas a base de malta.

Este crecimiento obligó a la compañía a emprender un nuevo esfuerzo organizacional para redefinir la estructura, los procesos y el enfoque de cada negocio, el papel que desempeñan tanto las áreas de soporte logístico como las administrativas, e incrementar la capacitación a los ejecutivos en temas de liderazgo y gerencia de cambio

Asimismo, se desarrollaron diversas iniciativas de responsabilidad social empresarial, entre ellas:

- ◆ Fundación Victoria, que brinda becas en educación técnica a jóvenes de escasos recursos económicos.
- ◆ Gerencia de Sostenibilidad, que tiene la responsabilidad de medir el impacto de la gestión en tres dimensiones: económica, social y ambiental.
- ◆ Instituto de Promoción del Consumo Responsable, creado en conjunto con otras empresas para contribuir a la prevención del consumo nocivo de alcohol.

## 2. DIMENSIÓN SOCIAL /INTERNA

La incorporación de nuevos negocios a Florida Ice & Farm Co. implicó también un importante reto para la dimensión Social Interna: cómo lograr la integración de los colaboradores de Musmanni, Lácteos, y Vinos y Destilados a la gran familia Florida.

Gracias a un trabajo planificado, este proceso se realizó de una manera fluida, logrando la alineación con las prácticas laborales de la compañía, sin perder talento clave y asegurando la continuidad del negocio.

Durante el proceso, se realizaron actividades de integración del personal nuevo, auditorías laborales para alinear estos negocios a las prácticas de Florida, la identificación y retención del talento clave, y el rediseño de estructuras organizacionales.

“El proceso de incorporar a los nuevos colaboradores de Florida Lácteos, Vinos y Destilados, y Musmanni, se realizó de una manera fluida, logrando la alineación con las prácticas laborales de la compañía y manteniendo talento clave.”

#### *a. Cultura y clima organizacional*

El principal logro en esta área consistió en una mejora importante en los resultados del estudio de Clima y Cultura, realizado con los colaboradores de Florida Bebidas, Industrias Alimenticias Kern's, Musmanni y Reserva Conchal.

De acuerdo con los resultados de esta consulta, la empresa se caracteriza por tener las siguientes fortalezas:

- ◆ Un alto nivel de compromiso de los colaboradores con la organización
- ◆ La cooperación y el trabajo en equipo que se desarrolla en las diferentes áreas
- ◆ La alineación estratégica del personal con la misión, visión y valores de la empresa
- ◆ El orgullo de laborar en una compañía como Florida
- ◆ Las habilidades gerenciales de los líderes (sus prácticas y competencias)
- ◆ Los procesos de capital humano, por ejemplo, comunicación interna, capacitación, reconocimientos, etc...

Este avance en la medición de la cultura meta muestra el compromiso y el enfoque que los colaboradores, y en especial, los líderes, han puesto en mejorar su gestión, impactando positivamente a sus equipos y ambiente de trabajo.

#### *b. Seguridad y salud ocupacional*

En este campo, Florida continuó liderando a la industria costarricense con un índice de accidentes del 2,26% (2,9% en el período anterior), y con un índice de severidad de 0,80 días por empleado.

Ello se logró principalmente mediante un enfoque en el trabajo con los depósitos rurales, con el fin de estandarizar la forma de operación de las áreas de salud ocupacional y nivelar así a toda la compañía en este tema.

Durante el período, se crearon planes de respuesta ante emergencias para todos los depósitos, así como brigadas de emergencia y programas de seguridad, entre otros. Se desarrolló, asimismo, un nuevo modelo de atención médica con un socio estratégico externo, lo cual garantiza mantener un solo estándar a nivel de la compañía.

Dentro de las actividades realizadas se encuentra un programa de seguimiento de las enfermedades crónicas del personal, la atención a las familias de los colaboradores a través de ferias médicas que se efectuaron a nivel nacional, y un mejor apoyo y seguimiento en los temas de riesgo.

Otra área de trabajo importante fue el proceso de identificación y mejora de las brechas operacionales en materia de seguridad ocupacional, en los nuevos negocios que se incorporaron a FIFCO. Con base en este análisis, se estableció un plan de trabajo para poderlos alinear con los estándares y metas de Florida.

#### 1) 2º Torneo Nacional de Brigadas de Emergencia

Las Brigadas de Emergencia de la compañía participaron en el 2º Torneo Nacional que se realizó en mayo, y en el cual Florida ratificó su posición como uno de los mejores equipos industriales de respuesta ante emergencias en Costa Rica.

Los resultados obtenidos fueron:

- ◆ Categoría por equipos: 2do lugar, Brigada del CEDI Oeste
- ◆ Categoría individual: 1er lugar, Andrés García de la Brigada Pepsi

#### c. *Gestión del talento*

A nivel de empresa, FIFCO busca contar, dentro de sus colaboradores, con aquellos líderes que puedan potenciar el talento del personal a su cargo, brindarles oportunidades de crecimiento y desarrollar un ambiente de trabajo positivo.

Por ello, uno de los principales logros del período fue la implementación de un programa de liderazgo para 180 mandos medios de la compañía, donde cada uno recibió más 120 horas de capacitación.

De esta manera, Florida invirtió en el desarrollo de competencias de liderazgo de jefes y supervisores de todo el país, que tienen a su cargo más de 2.000 colaboradores. Al concluir este programa, se realizó una ceremonia de graduación en el teatro Melico Salazar con la participación de los líderes y sus familias.

También en esta misma línea, se creó el programa de certificación Líder Florida, con el fin de imprimir un sello de liderazgo a todas aquellas personas que tienen colaboradores a cargo.

De esta forma, Florida busca diferenciarse en el mercado formando los mejores líderes para su gente y la sociedad, que tengan las competencias adecuadas para potenciar y desarrollar el recurso humano y hacer de Florida el mejor lugar para trabajar.

Para acompañar este programa, se formó a 27 líderes senior de la compañía como Líderes Coach, para que acompañen a los mandos medios en el proceso de implementar las herramientas técnicas para su desarrollo y realizar aquellos ajustes que necesitan para impactar su ambiente de trabajo de forma positiva. Asimismo, se brindó formación a 30 mentores dentro de la empresa, quienes le ofrecen a los mandos medios asesoría en temas especializados. Y como apoyo a todo el programa de Liderazgo, se brindaron charlas mensuales de actualización profesional, sobre temas relevantes de liderazgo y actualidad nacional.

En total, se impartieron 92.495 horas de capacitación a los colaboradores de Florida. Otro logro importante fue la extensión del programa de escolaridad a Planta Pepsi y al CEDI este.

### **3. DIMENSIÓN SOCIAL / EXTERNA**

Durante el período 2011-2012, FIFCO continuó dando pasos importantes para consolidar su estrategia de responsabilidad social corporativa, la cual incluyó logros tanto en la promoción de un consumo moderado de bebidas con contenido alcohólico, como en la inversión social, el voluntariado y el reporte de sus avances a sus públicos de interés.

“Al dedicar 6,7% de su utilidad neta a proyectos de inversión social y ambiental estratégicos en Costa Rica y Guatemala, FIFCO se coloca en el 1 por ciento de las empresas líderes a nivel mundial en este campo.”

#### ***a. Consumo responsable***

La temática de Consumo Responsable es abordada a través de tres pilares: el concepto de Moderación, dirigido a mayores de edad; las iniciativas para públicos de interés interno (colaboradores) y externo (clientes, medios de comunicación, etc.); y por último, el abordaje de este tema en situaciones de riesgo y con poblaciones sensibles (aquellos que no deben consumir alcohol del todo, por ejemplo, menores de edad y mujeres embarazadas).

Para el desarrollo de estos tres grandes retos, la empresa ejecutó durante el período los siguientes proyectos:

### 1) La moderación como un estilo de vida

Con el objetivo de transmitir este concepto a adultos que sí pueden consumir bebidas con contenido alcohólico, la compañía lanzó la iniciativa: “Moderación Me GUSTA”. Esta campaña incluyó cuñas de radio y un perfil en Facebook que cuenta con más de 13.900 “fans”.

Bajo este pilar de Moderación, se encuentra también el concepto de “Fórmula 2 3 4 0”, el cual explica a los adultos sanos cómo tomar con bajo riesgo, cuándo no se debe tomar del todo y por qué. El perfil de esta fórmula en Facebook tiene más de 23.600 seguidores.

### 2) Festival Imperial

Dada la relevancia de este evento musical, los esfuerzos se enfocaron en evitar el consumo de alcohol por parte de los menores de edad que asistieran a él y promover un consumo moderado en los adultos.

Para ello, se capacitó tanto a quienes colocaron los brazaletes para el consumo de alcohol como a los vendedores de bebidas. Además, se instaló un stand para promover el concepto de la Moderación como un estilo de vida, mediante técnicas interactivas, atractivas para los adultos jóvenes.

### 3) Patrones sanos de consumo en el punto de venta

En setiembre del 2012, Florida lanzó una nueva campaña de cero venta de alcohol a menores denominada “Se Busca”, en 300 locales clave, donde las bebidas se venden cerradas para consumo fuera del establecimiento tales como minisúper.

Este programa cuenta con una línea telefónica gratuita de denuncia para casos de venta ilegal (800-YoDigo0) y con una red de compradores anónimos que están visitando los puntos de venta para comprobar si expenden o no alcohol a menores.

Asimismo, la empresa continuó con el programa “Responsabilidad en Acción” para promover en bartenders y saloneros el servicio orientado hacia el consumo responsable y la venta legal de bebidas alcohólicas.

### 4) Impulsar que poblaciones sensibles no consuman del todo bebidas alcohólicas

Las siguientes iniciativas se desarrollaron durante el período como parte de este pilar, el cual es fundamental para la dimensión social de la compañía:

- ◆ Folleto “El Alcohol y las Mezclas”, que aborda la temática de con qué se puede y con qué no se debe combinar las bebidas con contenido alcohólico.
- ◆ Folleto “El Alcohol y los Adultos Mayores”, dirigido a esta población sensible con el fin de enseñar sobre patrones sanos de consumo de alcohol en ellos.

- Yo Versus Yo”, un programa avalado por el Ministerio de Educación Pública, mediante el cual se explica a los jóvenes la importancia de tomar buenas decisiones y mantenerse lejos del alcohol durante la adolescencia. El plan piloto se desarrolló en 3 colegios públicos del Gran Área Metropolitana con un impacto en más de 1.000 estudiantes.

#### 5) Seguridad Vial

Al ser la educación una herramienta clave para la reducción de accidentes de tránsito, Florida realizó, en conjunto con el Consejo de Seguridad Vial, dos Operativos Peatón durante el período. En estas actividades, voluntarios de la compañía transmitieron mensajes y entregaron materiales de concienciación a los peatones.

Asimismo, se lanzó la campaña “Tené Conciencia” y se brindaron charlas de educación vial a más de 2.000 niños en escuelas de Heredia y Alajuela.

Finalmente, la herramienta de aprendizaje en línea “Aprendo a Manejar” [www.aprendoamanejar.com](http://www.aprendoamanejar.com), alcanzó un total de 48.800 usuarios, de los cuales más de 5.600 han aprobado el curso con éxito.

#### 6) Cómo ser un buen anfitrión

Durante el pasado período, Florida Bebidas publicó un folleto dirigido a anfitriones, con consejos para que sus invitados disfruten de las celebraciones con moderación y sin consumo nocivo de alcohol. Este folleto, basado en material de la asociación Educ´alcohol (Canadá), fue distribuido por grandes cadenas de supermercados a sus clientes y a más de 134.000 personas a través de un inserto en prensa escrita.

#### *b. Inversión social*

Más allá de la filantropía, Florida Ice & Farm Co. busca contribuir con la sociedad mediante inversión estratégica que incluye no sólo recursos económicos, sino también el talento y el aporte de sus colaboradores.

Durante el período 2011-2012, la inversión social estratégica de la compañía alcanzó el 6,7% de la utilidad neta, colocándose así en el 1% de las empresas líderes a nivel mundial en este campo.

Algunos de los principales proyectos consistieron en la creación de 3 skateparks en Alajuela, Belén y Desamparados; la construcción de 2 casas para personas de escasos recursos en Heredia, y la participación como miembro fundador del Banco de Alimentos, tanto en Costa Rica como Guatemala.



Asimismo, los colaboradores de Florida Bebidas, Reserva Conchal e Industrias Alimenticias Kern's lograron aportar 54.427 horas de voluntariado a diversos proyectos sociales y ambientales en Costa Rica y Guatemala, entre ellos:

- Limpieza de playas y de la carretera Interamericana Sur, así como recolección de residuos sólidos en la Romería 2012.
- Participación en el programa "Armas no Gracias", del Vice-ministerio de Paz, alcanzando a más de 2.000 niños de las comunidades de Río Segundo y Desamparados de Alajuela, y San Joaquín y Llorente de Flores, Heredia.
- Siembra de 3.400 árboles en las faldas del volcán Barva y 1.050 árboles en la primera etapa del corredor biológico de Planta Cerveza.
- Recuperación de la cuenca del Río Segundo y la quebrada Coyol, en Alajuela.
- Charlas de educación vial a más de 2.800 niños de 4 escuelas cercanas a las operaciones de Florida Bebidas.
- Limpieza y mantenimiento de la comunidad de Brasilito, Guanacaste.
- Labores sociales en la comunidad de Río Hondo, Zacapa, con la organización Esperanza de Vida, entre ellas, elaboración y entrega de alimentos y la construcción de un centro de salud.

#### 1) Fundación Florida

Cumpliendo con su misión de promover iniciativas innovadoras y de valor estratégico para el desarrollo social y ambiental de Costa Rica, la Fundación Florida continuó trabajando en el cantón de Santa Cruz, Guanacaste.

Para ello, ha desarrollado alianzas con más 10 instituciones y 8 organizaciones no gubernamentales (ONGs) para construir un modelo de desarrollo social local, que pueda ser replicable en otros cantones.

Entre sus principales logros se encuentra la elaboración de un Plan de Desarrollo Sostenible con la comunidad de Brasilito, que contempla, entre otros, el mejoramiento de la tubería y capacidad de presión del acueducto local, la capacitación de 32 emprendedores, y la construcción de un parque recreativo.

Otros logros del período incluyeron:

- Disminución del porcentaje de exclusión estudiantil en 6 colegios del cantón (0,9 %), en conjunto con la Fundación Acción Joven.
- Más de 840 créditos otorgados por 12 empresas de crédito comunal en 12 localidades del cantón, con la participación de FINCA.

- Mejoramiento de la enseñanza del inglés para 99 profesores de la zona, así como becas para estudiantes con el fin de lograr una mejor inserción en el mercado laboral.
- 355 niños y niñas participaron en las 8 escuelas de fútbol que se desarrollan a lo largo del cantón, gracias al acompañamiento de APROCA.
- 65 jóvenes y 25 profesores capacitados en energía renovable y con habilidades para la construcción de aerogeneradores, bajo la asesoría de Ad Astra Rocket Co.

#### *a) Un parque para Brasilito*

El 1° de febrero del 2012, se inauguró el parque recreativo en la comunidad de Brasilito, en Santa Cruz, Guanacaste, que incluye un skatepark, cancha multiuso, playground para niños y un aula interactiva para el aprendizaje del inglés.

Este nuevo parque fue construido gracias al aporte de la Fundación Florida, luego de detectar la necesidad que tenían los jóvenes de la localidad de contar con un espacio recreativo. La inversión en el proyecto ascendió a \$140.000 dólares (unos 72 millones de colones).

#### *c. Ética y transparencia*

Por segundo año consecutivo, el Reporte de Sostenibilidad de FIFCO alcanzó el nivel A+, por parte de la organización internacional Global Reporting Initiative (GRI). De esta forma, Florida se convirtió en la única empresa en Costa Rica y Centroamérica con contar con dos reportes A+.

#### **4. DIMENSIÓN AMBIENTAL**

La estrategia ambiental de Florida Ice & Farm Co. se centra en tres áreas de acción (recurso hídrico, manejo de residuos, energía/emisiones) y se implementa mediante 4 proyectos estratégicos: Agua Neutral, Carbono Neutral, Cero Desechos y Reciclaje Post Consumo.

Todos ellos se desarrollan bajo un sistema de gestión ambiental certificable en la cadena directa de valor de la empresa y bajo un enfoque de proveedores responsables (Compras Sostenibles) en la cadena de suministros.

Además de la mejora y continuidad de la implementación en el negocio de bebidas y alimentos en Costa Rica y Guatemala, se tuvo en este período grandes avances en las otras unidades de negocio, específicamente en Reserva Conchal y la operación industrial del Grupo Musmanni, Premezclas Industriales para Panadería (Pinova).

#### *a. Recurso Hídrico*

Durante el período 2011-2012, Florida dio importantes pasos en el camino para convertirse en la primera empresa Agua Neutral del país y de la región latinoamericana. Ello implica la medición del 100% del consumo de agua de sus operaciones, la disminución de dicho consumo y la compensación externa de la huella de agua remanente.

Dicha huella (que incluye el uso de agua más el agua incluida en los productos) es de 23,4 millones de hectolitros de agua en el período reportado. Ello representa 5,47 hectolitros de agua por cada hectolitro de bebida y alimento producido.

A pesar de los proyectos de uso racional, reutilización, reciclaje de agua y sensibilización del personal implementados en las instalaciones productivas, el consumo aumentó en 1,4 millones de hectolitros de agua.

Esto se debió al aumento en la producción y a la entrada en operación de nuevas instalaciones de logística como el CEDI Este y las oficinas administrativas de Cadena de Abastecimiento.

En cuanto al tratamiento de aguas, se concluyeron las obras de ampliación y remodelación de la planta ubicada en Embotelladora Centroamericana (Pepsi), se construyó la planta del Depósito de Liberia y se iniciaron las obras de construcción de la nueva planta de tratamiento de aguas residuales de Industrias Alimenticias Kern's en Guatemala.

Por su parte, las aguas residuales del Hotel Westin Playa Conchal siguen siendo utilizadas para el riego del campo de golf, lo que reduce el consumo de agua fresca del proyecto en un 7,6%.

Por primera vez se contabilizó la huella de agua de la planta de Pinova, la cual representa 272.050 hl de agua (16,3 hl de agua por tonelada producida). De igual forma, se contabilizó por segundo año consecutivo la huella de agua de Reserva Conchal, la cual corresponde a 17,9 millones de hl de agua.

En cuanto a la compensación externa de su huella de agua, Florida continuó protegiendo cuencas hidrográficas mediante el Pago por Servicios Ambientales (PSA). En total, la empresa protege 448,2 hectáreas en la cuenca alta del río Barva, en Heredia, y 329,3 hectáreas en las cuencas de los ríos Matapalo y Lajas, en Guanacaste, para un total de 777,5 hectáreas.

Asimismo, la empresa invirtió \$80.000 dólares (más de 40 millones de colones) en una serie de mejoras importantes al acueducto de la comunidad de Brasilito, en Santa Cruz, Guanacaste.

Gracias a ello, más de 1.000 personas cuentan ahora con un mejor acceso a este recurso.

**Cuadro No. 18**  
**Consumo de Agua, 2012**

<b>Instalación</b>	<b>Consumo absoluto (hl agua)</b>	<b>Indicador (hl agua/ hl producido)</b>
Planta CCR	9.617.844	5,72
Planta Cristal	4.764.240	4,51
Planta Pepsi	1.539.070	2,35
Otros	1.590.025	0,47
SUBTOTAL Costa Rica	17.511.178	5,16
IAK	5.848.630	6,64
<b>TOTAL B&amp;A</b>	<b>23.359.808</b>	<b>5,47</b>

#### ***b. Desechos post-industriales***

Mediante la clasificación y separación en la fuente de residuos valorizables, Florida realiza en todas sus instalaciones un manejo adecuado de los residuos.

De la totalidad de los desechos generados por las operaciones de Florida Bebidas en Costa Rica, el 99,0% se recicla, se reutiliza, se emplea para generar energía o como alimentación animal. Solamente el 1,0% (288.054 kg) se envía a un relleno sanitario o un vertedero autorizado.

Entre las principales acciones que se desarrollaron durante el período para alcanzar este logro se encuentran:

- ◆ Disminución del material de empaque en los insumos y materias primas
- ◆ Mayor cantidad de estaciones de reciclaje en las instalaciones
- ◆ Instalación de centros de transferencia de residuos en las plantas de Cerveza, CEDI y Pepsi

En el caso de Kern's, en Guatemala, se logró medir por primera vez la cantidad de desechos sólidos enviados al sitio de disposición final autorizado, la cual fue de 740 gramos por hectolitro producido.

Por su parte, en Pinova se inició la medición de los desechos postindustriales, al ser ésta la principal huella ambiental de esta unidad de negocio. Gracias a la implementación del programa de manejo de desechos, este indicador logró una mejora de 36,4% con respecto al período anterior.

En cuanto a la huella de desechos de las operaciones de Reserva Conchal, es de 32.065 kg anuales (sin incluir los generados por los condominios ni los correspondientes al hotel).

Para compensar de forma parcial la huella de los residuos que no pueden ser reciclados, ni reutilizados, ni coprocesados, se realizaron 21 jornadas de limpieza en comunidades y playas, con la participación de voluntarios de Florida.

En total, se recuperaron 9.251 kg de residuos valorizables (que se reciclan y co-procesan) y 2.098,5 kg desechos ordinarios, a los que se les dio una disposición adecuada en un relleno sanitario.

### *c. Reciclaje de envases post-consumo*

Con el fin de mitigar el impacto ambiental de sus operaciones en Costa Rica, Florida desarrolla desde hace más de 15 años un exitoso programa de reciclaje de envases post-consumo, es decir, aquellos que son desechados por los consumidores luego de consumir el producto.

En el período reportado, se superaron todas las metas de recolección planteadas para cada uno de los tipos de empaques gestionados a través del Programa (botellas plásticas de PET y HDPE, latas de aluminio y empaques polilaminados de Tetra Pak).

Ello le permitió a la empresa recolectar el 51,9% de los empaques que se colocaron en el mercado (42% en el período anterior). Ello equivale a 3,6 millones de kilogramos de empaques que se evitó llegar a un relleno o quedaran en el ambiente.

En el 2011-2012, también se inició la recolección de los envases de hojalata comercializados por la compañía en sus diferentes presentaciones de jugos y néctares Kern's y alimentos Ducal; en total, se lograron recuperar 11.304 kg de hojalata del mercado

**Cuadro No. 19**  
**Reciclaje 2011 – 2012**

Tipo de empaque	Kilogramos recuperados	Porcentaje de recolección
 Envases plásticos de PET	1.618.013	40,0%
 Envases plásticos de polietileno de alta densidad (HDPE)	695.027	185,9%
 Envases de aluminio (AL)	1.126.426	49,6%
 Envases polilaminados de Tetra Pak	182.715	61,2%
<b>TOTAL</b>	<b>3.622.181</b>	<b>51,9%</b>

### *d. Compras sostenibles*

Luego de dos años de implementación, todos los proveedores de Florida participan en el programa Compras Sostenibles. De éstos, 79 proveedores (20 más con respecto al período anterior) trabajan activamente en la identificación de huellas y planes de mejora.

Mediante este programa, se busca que aquellos proveedores con una mayor incidencia en la huella indirecta de Florida adopten buenas prácticas ambientales y sociales en sus negocios.

De los 79 proveedores, 72 se encuentran trabajando en la segunda fase del proyecto, la cual consiste en la elaboración y ejecución de su plan de trabajo para mejorar diversos aspectos ambientales y sociales.

#### *e. Sistema de gestión ambiental*

Durante el período 2011-2012, tanto Planta Cerveza como Planta Cristal mantuvieron su certificación del Sistema de Gestión Ambiental bajo la norma ISO 14001:2004. Por su parte, Planta Pepsi concluyó su proceso de implementación y se espera certificar esta instalación a finales del 2013.

La operación de almacenamiento y distribución de producto terminado (Distribuidora La Florida S.A.) incrementó la implementación de un 50% a un 75%, y la planta de Industrias Alimenticias Kern's, en Guatemala, también incrementó el porcentaje de cumplimiento de requisitos a un 20%.

Asimismo, Florida se convirtió en una de las primeras empresas en Costa Rica en certificar externamente su huella de carbono mediante la norma ISO 14064-1. En cuanto a Florida Inmobiliaria, se mantuvo la certificación ISO 14001:2004 del hotel operado por la cadena Westin, y se inició el proceso de implementación de requisitos para las operaciones de Reserva Conchal, alcanzando un 15%.

#### *f. Energía y emisiones*

Como parte de la meta de alcanzar la Carbono Neutralidad en el año 2017, Florida continúa realizando esfuerzos para disminuir el consumo de energía y así lograr un impacto en las emisiones de dióxido de carbono a la atmósfera.

A pesar de que en el período reportado se logró mantener el indicador de energía eléctrica por unidad producida en 10,88 para toda la operación de bebidas y alimentos, el consumo de energía eléctrica subió con respecto al 2011 en 4.755.955 kWh.

Esta situación se debió a la entrada en operación de nueva infraestructura de la Cadena de Abastecimiento y nuevos procesos en las plantas Pepsi y Kern's. Estos aumentos son, en parte, compensados con ahorros energéticos en las plantas Cristal y Cerveza, gracias a varios proyectos de automatización.

Por otra parte, el consumo de energía térmica disminuyó en 4.334.057 MJ con respecto al año anterior. Ello se debió sobre todo a un menor consumo por parte de la flota vehicular de Cadena de Abastecimiento y también en Planta Cristal

El consumo de energía térmica de Florida Inmobiliaria en su operación hotelera e inmobiliaria cerró en 36.113.584 MJ al año, mientras que el consumo térmico de Pinova es el de menor magnitud entre las operaciones de Florida con 2.740.624 MJ.

Como parte del compromiso por alcanzar la Carbono Neutralidad, se llevaron a cabo proyectos de utilización de biodiesel y gas LP en la flota vehicular de la compañía y de aprovechamiento de la energía solar para el calentamiento de agua para calderas y generación eléctrica.

Una vez realizado todo el esfuerzo interno para reducir emisiones, dará inicio la compensación a partir del año 2015, mediante proyectos de reforestación que funcionen como sumideros de carbono, proyectos de energía limpia que reduzcan emisiones con respecto a la utilización de combustibles fósiles, y mediante la adquisición de bonos de carbono.

#### 1) Huella de carbono

La huella de carbono de Florida Bebidas proviene del uso de combustibles fósiles, del consumo de refrigerantes y de energía eléctrica, así como de los viajes aéreos de su personal. En total, la huella del período fue de 52.835 toneladas de CO<sub>2</sub>, solo 77,7 toneladas más que el período anterior.

#### *g. Biodiversidad*

Desde el 2009, Reserva Conchal oficializó la creación del Refugio Nacional de Vida Silvestre Mixto Conchal, con un área de 39,75 hectáreas (28,29 propiedad del desarrollo inmobiliario y 11,46 patrimonio natural del Estado).

El refugio protege un bosque seco transición a húmedo, un manglar, un estero y una laguna del mismo manglar. Durante el período reportado, además de recibir a grupos de estudiantes de la zona y huéspedes del hotel y condominios, se mejoraron las instalaciones lo que permitirá su apertura al público en el 2013.

Este Refugio cuenta con la mayor puntuación posible (nivel 5) por parte del Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC), gracias al buen manejo y gestión de la biodiversidad en dicha área protegida

## CAPITULO QUINTO

### DIRECTORES, PERSONAL GERENCIAL Y EMPLEADOS





## A. DIRECTORES

Electos en Asamblea General Ordinaria de Accionistas celebrada el 13 de diciembre del 2010, por el periodo del 1° de enero del 2011 al 31 de diciembre de 2012.

**Ilustración 1**  
Junta Directiva vigente hasta el 31 de Diciembre 2012



**Cuadro No. 20**  
Junta Directiva vigente hasta el 31 de Diciembre 2012

CARGO	PERSONA	DETALLES
Presidente	Rodolfo Jiménez Borbón	Fecha de nacimiento: 14/05/1938
		Ingresó a la Junta Directiva en 1966
		Presidente de la Junta Directiva desde 1990
Vicepresidente	Wilhelm Steinvorth Herrera	Fecha de nacimiento: 28/09/1953
		Ingresó a la Junta Directiva en 1993
		Vicepresidente de la Junta Directiva desde 1997
Secretario	Arturo Alexis Loría Agüero	Fecha de nacimiento: 28/10/1953
		Ingresó a la Junta Directiva en 1988
		Secretario de la Junta Directiva desde 2007
Vocales	José Rossi Umaña	Fecha de nacimiento: 22/03/1961 Ingresó a la Junta Directiva en 2006
	Edna Camacho Mejía	Fecha de nacimiento: 8-4-1964 Ingresó a la Junta Directiva en 2007
	Guillermo Alonso Guzmán	Fecha de nacimiento: 29-04-1953 Ingresó a la Junta Directiva en 2007
		José Truque Harrington
Fiscal		
COMITÉ DE AUDITORIA		
	Sergio Egloff Gerli	Presidente
	Arturo Alexis Loría Agüero	Secretario
	José Rossi Umaña	Miembro

*Nota: Los Directores son de nacionalidad costarricense y no existen relaciones de parentesco entre los miembros de la Junta Directiva y los miembros de la Administración.*

En Asamblea General Ordinaria de Accionistas celebrada el 13 de diciembre del 2012, y para el periodo del 1° de enero del 2013 al 31 de diciembre de 2014, fueron reelectos

todos los miembros de la Junta Directiva en pleno y fue ratificando el nombramiento de Roberto Truque Harrington, como fiscal para el mismo período.

En cumplimiento con las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, en sesión de Junta Directiva de Florida Ice and Farm Company, S.A. del 17 de diciembre del 2012, se nombraron los puestos de la Junta Directiva quedando integrada de la siguiente forma:

**Cuadro No. 21**  
**Junta Directiva vigente hasta el 31 de Diciembre 2014**

CARGO	PERSONA
Presidente	Wilhelm Steinvorth Herrera
Vicepresidente	Rodolfo Jiménez Borbón
Secretario	Arturo Alexis Loria Agüero
Tesorero	Guillermo Alonso Guzmán
Vocales	José Rossi Umaña
	Edna Camacho Mejía
	Sergio Egloff Gerli
Fiscal	Roberto Truque Harrington

## B. PERSONAL GERENCIAL

El personal Directivo y Gerencial de Florida Ice & Farm Co., S. A. tiene amplia experiencia en la Empresa, así como en compañías nacionales y transnacionales de los campos de tecnología, consumo masivo, industria y bebidas, entre otros. Esto les ha permitido acumular una interesante experiencia que les faculta y respalda para ejercer una labor profesional con habilidades y destrezas importantes que se reflejan en los continuos resultados en el desarrollo de la Empresa.

**Ilustración 2**  
**Directores actuales de FIFCO, al 30 de setiembre 2012**



**Cuadro No. 22**  
**Directores Actuales de FIFCO, al 30 de setiembre 2012**

CARGO	PERSONA	DETALLES
Director General	Ramón de Mendiola Sánchez	Nacionalidad: Costarricense
		Fecha de nacimiento: 28-02-1964
		Ingreso 1º de Agosto del 2003
Director UEN Finanzas y Servicios Corporativos	Thomas F. Alvarado Acosta	Años de laborar para la Empresa: 9
		Nacionalidad: Costarricense
		Fecha de nacimiento: 28-09-1962
Director UEN Ventas y Distribución	Rolando Carvajal Bravo	Ingreso 1º de Noviembre de 1997
		Años de laborar para la Empresa: 15
		Nacionalidad: Costarricense
Directora de Recursos Humanos	Scarlett Pietri Verenzuela	Fecha de nacimiento: 23-04-1970
		Ingreso 16 de Diciembre del 2003
		Años de laborar para la Empresa:9
Directora de Relaciones Corporativas	Gisela Sánchez Maroto	Nacionalidad: Venezolana
		Fecha de nacimiento: 03-09-1970
		Ingreso 15 de marzo del 2007
Director Florida Inmobiliaria y Capitales	Helmuth Sauter Ortiz	Años de laborar para la Empresa: 6
		Nacionalidad: Costarricense
		Fecha de nacimiento: 03-02-74
Director Musmanni	Javier Sibaja Oviedo	Ingreso 1º de agosto de 2008
		Años de laborar para la Empresa: 4
		Nacionalidad: Costarricense
Auditor Corporativo	Fabrizio Papaiani Martinez	Fecha de nacimiento: 24-04-1966
		Ingreso 5 de Marzo del 2004
		Años de laborar para la Empresa: 7
Asesor Legal	Bufete Lara, López, Matamoros, Rodríguez y Tinoco	Nacionalidad: Costarricense
		Fecha de nacimiento: 01-03-1961
		Ingreso 23 de Enero del 2012
Asesor Legal	Bufete Lara, López, Matamoros, Rodríguez y Tinoco	Años de laborar para la Empresa: 1
		Nacionalidad: Colombiano
		Fecha de nacimiento: 13-09-1969
Asesor Legal	Bufete Lara, López, Matamoros, Rodríguez y Tinoco	Ingreso 10 de Enero del 2011
		Años de laborar para la Empresa: 2

### 1. REPRESENTACIÓN JUDICIAL Y EXTRAJUDICIAL

La representación judicial y extrajudicial de la Compañía, con facultades de Apoderado Generalísimo sin límite de suma, corresponde al Presidente y Vicepresidente. También la representación corresponde al Director General.

Adicionalmente tienen poder para comunicar Hechos Relevantes a la Superintendencia General de Valores el señor Thomas F. Alvarado Acosta, quien ocupa actualmente el cargo de “Director Corporativo de la Unidad Estratégica de Negocios Finanzas y Servicios Corporativos”.

## C. POLÍTICAS GENERALES DE COMPENSACIÓN DE LOS DIRECTORES Y PERSONAL GERENCIAL

Las políticas de compensación se han establecido conforme los diferentes niveles de la estructura organizacional. A nivel de Junta Directiva, se tiene establecido un sistema de dietas únicamente. En lo que corresponde al nivel Gerencial (Directores de unidades estratégicas de negocios) el plan general de remuneración establece un salario base, gratificación anual por el logro de objetivos en efectivo, en acciones, seguros, etc.

Finalmente, para los Gerentes que reportan a Directores de UEN, se mantiene una estructura similar a la anterior.

Las acciones que se utilizan en el plan de compensación por logros obtenidos se compran en el mercado secundario en el momento de la adjudicación, este esquema de adjudicación de acciones de la empresa a sus ejecutivos es en realidad un plan de retención, debido a que las acciones se asignan a los beneficiarios en un plazo de 5 años.

Desde 1998 y hasta el 2006 la empresa tuvo en práctica la de otorgar un beneficio patrimonial a través de acciones en Tesorería de la compañía a ciertos ejecutivos, este esquema se desestimó sustituyéndolo por la gratificación anual por logros que se describe al principio.

## D. PERSONAL

Al 30 de setiembre del 2012, Florida Ice & Farm Co., S. A. emplea directamente a 5,075 personas, entre personal de planta, de distribución, de administración y de servicio. Miles de personas trabajan adicionalmente en empresas que directa o indirectamente se relacionan con la Empresa.

**Cuadro No. 23**  
**Distribución del personal de FIFCO, al 30 de setiembre 2012**

<b>Grupo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Total general</b>
Florida	Aero Servicios	6
Florida	Distribuidora La Florida	1.907
Florida	Embotelladora Centroamericana	100
Florida	Florida Bebidas	495
Florida	Florida Lácteos	140
Florida	Fundación Florida	2
Florida	Labco	2
Florida	Productora	443
Florida	Vinos y Destilados	109
Florida	Vinum Aura	16
Musmanni	Comapan	91
Musmanni	Pacma	74
Musmanni	Pinova	203
Reserva Conchal	Desarrollos Hoteleros G.	57
Reserva Conchal	Property Reserva	36
Reserva Conchal	Reserva Conchal	128
Westin	Hotel Westin Conchal	530
IAK El Salvador	IAK El Salvador	68
IAK Guatemala	IAK Guatemala	668
<b>Total Empleados</b>		<b>5.075</b>

Los empleados de Florida Ice & Farm Co., S. A. en Costa Rica están organizados en Asociaciones Solidaristas, que cuenta con el apoyo total de la Empresa, y que rinde grandes beneficios a los trabajadores. A estas pertenecen al 95% de los empleados de las Compañía.

## E. PARTICIPACIÓN SOCIAL

Al 30 de setiembre del 2012, los empleados de Florida Ice & Farm Co.; S. A. a través de la Asociación Solidarista de Empleados (Asofloridaice, S.A.) tienen una participación de 0.3733% del capital accionario total.

En lo que se refiere a los niveles de directores de unidades estratégicas de negocios su participación es de 0.1027% del capital accionario total.

Al día de hoy ninguno de los miembros de junta directiva de Florida Ice And Farm Co.; S. A. tiene derechos ni restricciones de suscripción preferentes.

Actualmente los estatutos de Florida Ice And Farm Co.; S. A. no incluyen ninguna clausula o política que permita a los directores votar en una propuesta en la que tengan interés o en una compensación para sí mismos o cualquier miembro de junta directiva.

Los estatutos no contemplan prácticas de selección de junta directiva, ni contratos que contemplen adquisición de beneficios en el evento de terminación del período.

## CAPITULO SEXTO

### PARTICIPACIONES SIGNIFICATIVAS Y TRANSACCIONES CON PARTES RELACIONADAS



## A. PARTICIPACIONES SIGNIFICATIVAS

A la fecha ningún accionista por sí o por interpósita persona, tiene más del 10% de las acciones en circulación.

## B. TRANSACCIONES CON PARTES RELACIONADAS

La Empresa mantiene transacciones comerciales con compañías asociadas, las cuales nos suplen algunos servicios y materiales para la operación. Estas compañías son las siguientes:

Compañía	Relación Comercial
Envases del Istmo, S. A.	Compras de lata de aluminio
INCECA, S. A.	Dividendos
Vidriera Centroamericana S.A.	Compra de envases de vidrio
Vidriera Guatemalteca S. A.	Compra de envases de vidrio
Cervecería Barú	Ingresos por Intereses

Los saldos y transacciones con partes relacionadas se detallan como sigue:

	Al 30 de setiembre 2012      2011 (En miles de colones)	
<b>Saldos:</b>		
<b>Por cobrar:</b>		
Envases del Istmo, S.A.	₡ 3	8
Heineken Internacional , BV	113	175
Inversiones Cerveceras Centroamericanas S.A.	3.357	-
Compañía Cervecera de Nicaragua S.A	113	172
	<b>₡ 3.586</b>	<b>355</b>
<b>Documentos por cobrar corto plazo:</b>		
Ecodesarrollo Papagayo, S.A.	-	5.172
Península de Papagayo Ventures,LLC	-	2.453
Marina Papagayo Holding Limited	-	83
	<b>₡ -</b>	<b>7.708</b>
<b>Documentos por cobrar a largo plazo:</b>		
Cervecerías Barú- Panamá, S.A.	₡ 5.033	5.199
<b>Por pagar:</b>		
Envases del Istmo, S.A.	162	139
Vidriera Centroamericana, S.A.	467	101
P.P. Holdings Limited	8	8
	<b>₡ 637</b>	<b>248</b>
<b>Transacciones:</b>		
Compras de latas y tapas de aluminio:		
Envases del Istmo, S.A.	₡ 3.204	4.768
Compras de envases de vidrio:		
Vidriera Centroamericana, S.A.	3.517	2.828
Vidriera Guatemalteca, S.A.	169	1.180
	<b>₡ 3.686</b>	<b>4.008</b>
<b>Ingreso por intereses:</b>		
Cervecerías Barú- Panamá, S.A.	₡ 276	-
<b>Ingresos por dividendos :</b>		
Inversiones Cerveceras Centroamericanas S.A.	6.455	2.414
Empresas Comegua, S.A.	436	362
	<b>₡ 6.891</b>	<b>2.776</b>
<b>Pagos de beneficios a personal clave</b>	<b>₡ 2.788</b>	<b>2.666</b>

Las cuentas por pagar a Envases del Istmo, S.A., Vidriera Guatemalteca, S.A. y a Vidriera Centroamericana, S.A. se originan por la compra de material de envasado.

Los términos de compra de productos con partes relacionadas, son establecidos considerando como referencia el valor del mercado de los bienes transados.

Las cuentas por cobrar a Inversiones cerveceras Centroamericanas S.A, incluyen un monto de ¢3,279 millones que corresponden a un dividendo declarado y no pagado por esta sociedad a favor de la compañía.

Los documentos por cobrar a Cervecerías Barú Panamá, S.A. (con vencimiento en enero de 2014) corresponden a ¢5,033 millones; están denominados en dólares y se encuentran garantizados con bonos de deuda del emisor y devengan un interés de Libor más 7%, solo si el EBIT del emisor es igual o superior al 12% de las ventas. Estos documentos se encuentran garantizados con hipoteca de primer grado y goce de la posesión sobre los terrenos y edificios de Cervecería Barú-Panamá, S.A., y garantía prendaria sobre equipo de cerveza y envasado, mantenido a nombre de Cervecería Barú-Panamá, S.A. Dicha emisión de bonos contiene limitaciones y restricción sobre desembolsos de capital, pago de dividendos y gravámenes sobre activos.

Las operaciones con Ecodesarrollo Papagayo, S.A., Península de Papagayo Ventures, LLC y Marina Papagayo Ltda fueron canceladas en su totalidad como parte de acuerdo de permuta (Ver Nota 9 Inversiones en asociadas y otras, pág. 35).



## CAPÍTULO SÉPTIMO

### INFORMACIÓN FINANCIERA



## A. PERIODICIDAD DE LA INFORMACIÓN A LOS INVERSIONISTAS

Señor Inversionista, la siguiente información sobre la empresa y su situación financiera estará a disposición en la empresa emisora y en la Superintendencia General de Valores para su consulta:

- ◆ Hechos relevantes en el momento en que la empresa tenga conocimiento del evento.
- ◆ Prospecto actualizado con la última información a disposición de la empresa. Estados financieros trimestrales.
- ◆ Estados financieros auditados anuales.
- ◆ Flujo de caja proyectado y flujos de caja reales trimestrales.
- ◆ Estados de captación con información sobre las captaciones mediante emisiones.
- ◆ Indicar otra información que deba suministrarse de acuerdo con las características de la emisión.



FLORIDA ICE & FARM Co. | T. 2437-6700 | [www.florida.co.cr](http://www.florida.co.cr)