



FIFCO logró resultados positivos en 2022 gracias a la diversificación y transformación del negocio

- El crecimiento sostenido se da en lo económico, social y en las metas ambientales, alcanzando un crecimiento de utilidad de operación del 8% por encima del año anterior, así como evolucionando hacia elementos de la estrategia ESG- FIFCO Trasciende, lanzada en julio 2022.
- FIFCO se acerca a reportar un millón de horas de voluntariado y logró recuperar 119% del plástico puesto en el mercado en Costa Rica.

San José, 16 de marzo de 2023. Florida Ice Farm and Company, S.A. (FIFCO) presentó la rendición de cuentas de los resultados del período fiscal 2022 a sus accionistas, la cual dejó, a pesar de lo retador del entorno económico y geopolítico, un balance positivo gracias a la estrategia de diversificación y transformación del negocio mantenida en el 2022.

FIFCO reportó en el 2022, ventas netas de 847 mil millones de colones, lo que representa un crecimiento de 13% por encima del año anterior, y una utilidad operativa antes de otros gastos que creció un 8%, alcanzando 124 mil millones de colones respecto al 2021. A su vez, la utilidad neta atribuible a los accionistas creció un 33% para alcanzar los 76 mil millones de colones.

FIFCO ha logrado sobrellevar con éxito este año retador, enfocándose en tres prioridades estratégicas: 1. Fortalecer el negocio en Costa Rica; 2. Potenciar la expansión internacional; y 3. Evolucionar la cultura ganadora y modelo de Triple Utilidad. De acuerdo con el director general de FIFCO, Ramón Mendiola, los resultados económicos positivos se explican por varias razones, entre ellas, las innovaciones en las propuestas de valor, mejoras tecnológicas y la cultura de resiliencia empresarial que ha permitido adaptarse a los cambios para sostener la rentabilidad. Mendiola destacó que el negocio de hospitalidad tuvo el mayor crecimiento en los resultados consolidados de la compañía en el 2022, ya que, entre otras cosas, se benefició de una recuperación del turismo por la reducción de las restricciones globales sanitarias, lo que les permitió sobreponerse a la volatilidad de los mercados, reportando mayor ocupación en los hoteles, así como ventas inmobiliarias.

Por otra parte, en la industria de bebidas se implementaron mezclas de estrategias comerciales que ayudaron a compensar los aumentos en costos, misma que fue bien recibida por los consumidores frente al aumento inflacionario. Y la operación de Retail, impactada por el costo en materias primas, logró compensar la situación gracias a una nueva propuesta de valor.

“La compañía continúa atravesando de forma exitosa los efectos y recuperación post pandemia, una situación geopolítica agravada por la guerra en Ucrania, el aumento en materias primas, los desafíos en las cadenas de suministro globales, así como atender las



exigencias de consumidores cada vez más conscientes. ¿Cómo logramos la travesía? Gracias a la transformación y la diversificación, e impulsados por un grupo comprometido de colaboradores, quienes, con su compromiso diario e identificación a los valores de la compañía, así como un grupo de líderes y estrategias claras, tradujeron su pasión y empeño en buenos resultados para el negocio”, enfatizó Mendiola.

Los resultados corresponden al periodo fiscal comprendido entre el 1 de enero del 2022 al 31 de diciembre del 2022 en las geografías donde opera FIFCO: Costa Rica, Guatemala, Honduras, El Salvador, México y Estados Unidos.

Recuperamos el 100% del plástico que producimos y un 19% adicional originado por otras empresas.

Esta entrega de resultados marcó el hito de presentar la estrategia para evolucionar el modelo de Triple Utilidad hacia un nuevo estándar de excelencia en factores de Ambiente, Social y Gobernanza (ESG por sus siglas en inglés), incorporando así, entre otras cosas, las bases para la medición de avances en las nueve metas planteadas conforme a la estrategia de sostenibilidad ESG FIFCO Trasciende, que fue presentada en julio de 2022.

No es casualidad que en la reciente publicación del ranking de empresas más responsables, según el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCOR), FIFCO obtuviera el primer lugar nacional; esto es el resultado de acciones concretas y comprometidas, tales como más de 50.200 horas de voluntariado, un 119% en la recuperación de envases plásticos comercializados y una reducción de 10,61% del contenido de azúcar en su portafolio de productos, como muestra del compromiso de FIFCO con la sostenibilidad.

A lo largo del 2022, FIFCO mantuvo resultados de desempeño óptimos de Agua Positiva y Carbono Positivo, gracias a la conservación de zonas protectoras, a las políticas de reducción y mitigación y a las actividades de compensación por encima del consumo. A su vez, la empresa mantuvo su condición de producción de cero desechos sólidos en los negocios de bebidas y alimentos en Costa Rica. Por otro lado, Imperial lanzó su nueva imagen, la cual, al igual que la marca Cristal, incluye el etiquetado ambiental tipo III. Esto permite a FIFCO rendir cuentas con respecto a la disminución de emisiones de carbono y consumo de agua en el proceso de elaboración de ambos productos.

Durante el 2022, el programa de voluntariado corporativo Elegí Ayudar alcanzó las 50.207 horas de trabajo voluntariado para un acumulado de 996.040 horas, que acercan a FIFCO al hito de 1 millón de horas. Para más información visite www.fifco.com

Acerca de FIFCO

Es una empresa de bebidas y alimentos con 115 años de trayectoria, tiene operaciones en Costa Rica Guatemala, México, El Salvador y Estados Unidos, 7 plantas de producción y 15 centros de distribución. Posee 3 divisiones de negocio que incluyen alimentos y bebidas, hospitalidad y retail (ventas al detalle). Exporta a 18 países en todo el mundo y cuenta con un portafolio de más de 1.500 productos.

Información de prensa



Próxima Comunicación y Relaciones Públicas

Jéssica Montero, coordinadora de prensa, jessicamontero@proximacomunicacion.com

Carlos Morales, gerente de comunicación FIFCO: carlos.morales.vargas@fifco.com