



PROSPECTO 2019

PROSPECTO

FLORIDA ICE AND FARM COMPANY, SOCIEDAD ANÓNIMA

EMISIONES INSCRITAS Y AUTORIZADAS POR LA SUPERINTENDENCIA GENERAL DE VALORES

ACCIONES COMUNES, MONTO POR ¢92,016,674,100

Debidamente autorizada en asamblea general extraordinaria de accionistas celebrada el 13 de diciembre del 2018. Mediante la resolución SGV-R-3417 del 7 de marzo del 2019 se autoriza a FLORIDA ICE AND FARM COMPANY, S.A. a la modificación del capital social.

PROGRAMAS DE EMISIONES

Programas inscritos	Fecha de emisión	Acuerdo autorización	Monto del Programa
Bonos estandarizados C-2011	30 de septiembre de 2011	SGV-R-2531	¢50 000 000 000
Bonos estandarizados E-2013	13 de diciembre de 2013	SGV-R-2873	¢50 000 000 000
Bonos estandarizados F-2019	20 de febrero de 2019	SGV-R-3411	¢50 000 000 000

PUESTOS DE BOLSA REPRESENTANTES

Inversiones SAMA S.A., Puesto de Bolsa S.A.
Mercado de Valores de Costa Rica, Puesto de Valores S.A.
Popular Valores, Puesto de Bolsa 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: MARZO DE 2019

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 COMPANY, SOCIEDAD ANÓNIMA	2
EMISIONES INSCRITAS Y AUTORIZADAS POR LA SUPERINTENDENCIA GENERAL DE VALORES	2
NOTAS IMPORTANTES PARA EL INVERSIONISTA	3
CAPÍTULO PRIMERO	7
INFORMACIÓN SOBRE LAS EMISIONES E IDENTIFICACIÓN DE LOS DIRECTORES, GERENTES Y ASESORES INVOLUCRADOS CON EL PROCESO DE OFERTA PÚBLICA	7
A. INFORMACIÓN SOBRE LAS EMISIONES	8
1. EMISIONES DE DEUDA	8
2. EMISIÓN DE ACCIONES	15
B. IDENTIFICACIÓN DE LOS DIRECTORES, GERENTES Y ASESORES INVOLUCRADOS CON EL PROCESO DE OFERTA PÚBLICA	18
CAPITULO SEGUNDO	19
INFORMACIÓN ESENCIAL	19
A. FACTORES DE RIESGO QUE AFECTAN A LA EMISIÓN Y A LA EMPRESA	20
1. RIESGOS	20
2. POLÍTICAS DE REDUCCIÓN DEL RIESGO	23
B. ANÁLISIS DE INDICADORES FINANCIEROS	26
1. ÍNDICES DE LIQUIDEZ	27
2. ÍNDICES DE RENTABILIDAD	28
3. ÍNDICES DE ACTIVIDAD	29
C. ENDEUDAMIENTO Y CAPITALIZACIÓN	33
1. ENDEUDAMIENTO	33
2. CAPITALIZACIÓN	34

D.	CONTINGENCIAS	35
E.	COMPROMISOS	35
CAPITULO TERCERO.....		37
INFORMACIÓN SOBRE LA EMPRESA EMISORA.....		37
A.	HISTORIA Y DESARROLLO DE LA EMPRESA.....	38
1.	<i>CONSTITUCIÓN</i>	38
2.	<i>BREVE RESEÑA HISTÓRICA</i>	38
3.	<i>ACTIVIDAD</i>	41
4.	<i>PRINCIPALES COMPETIDORES</i>	41
5.	<i>VISIÓN GENERAL DEL NEGOCIO</i>	42
CAPITULO CUARTO.....		49
RESULTADOS DE OPERACIÓN Y FINANCIEROS E INFORMACIÓN PROSPECTIVA		49
A.	INFORME DE OPERACIONES 2017-2018	50
1.	<i>DIMENSIÓN ECONÓMICA</i>	50
2.	<i>DIMENSIÓN SOCIAL INTERNA</i>	57
3.	<i>DIMENSIÓN SOCIAL EXTERNA</i>	59
4.	<i>DIMENSIÓN AMBIENTAL</i>	61
CAPITULO QUINTO		66
DIRECTORES, PERSONAL GERENCIAL Y EMPLEADOS		66
A.	DIRECTORES	67
B.	PERSONAL GERENCIAL.....	68
1.	<i>REPRESENTACIÓN JUDICIAL Y EXTRAJUDICIAL</i>	70
C.	POLÍTICAS GENERALES DE COMPENSACIÓN DE LOS DIRECTORES Y PERSONAL GERENCIAL ..	70

D. PERSONAL	70
E. PARTICIPACIÓN SOCIAL	71
CAPITULO SEXTO	72
PARTICIPACIONES SIGNIFICATIVAS Y TRANSACCIONES CON PARTES RELACIONADAS	72
A. PARTICIPACIONES SIGNIFICATIVAS	73
B. TRANSACCIONES CON PARTES RELACIONADAS	73
CAPÍTULO SÉPTIMO	75
INFORMACIÓN FINANCIERA	75
A. PERIODICIDAD DE LA INFORMACIÓN A LOS INVERSIONISTAS	76

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO NO. 1	8
CUADRO NO. 2	17
CUADRO NO. 3	24
CUADRO NO. 4	26
CUADRO NO. 5	32
CUADRO NO. 6	34
CUADRO NO. 7	35
CUADRO NO. 8	43
CUADRO NO. 9	67
CUADRO NO. 10	69
CUADRO NO. 11	70



CAPÍTULO PRIMERO

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

A. INFORMACIÓN SOBRE LAS EMISIONES

Florida Ice and Farm Company, S.A. (FIFCO o la Compañía) se encuentra inscrita en la Bolsa Nacional de Valores desde el año 1979 y cuenta con autorización para transar dos tipos de títulos: acciones y papel de deuda o bonos.

1. EMISIONES DE DEUDA

A la fecha, FIFCO tiene aprobadas 6 emisiones de bonos estandarizados en colones, cuyas principales características se presentan a continuación:

Cuadro No. 1
Emisión de Bonos Estandarizados¹

Emisión de Bonos Estandarizados (1)						
Clase de Instrumento	Bonos estandarizados					
Programa	C-2011			E-2013		F-2019
Nombre de la emisión	Serie C-2	Serie C-3	Serie C-4	Serie E-1	Serie E-2	Serie F-1
Plazo	7 años	10 años	10 años	5 años	5 años	6 años
Monto de la emisión	¢10 000 000 000	¢12 150 000 000	¢22 850 000 000	¢5 250 000 000	¢23 000 000 000	¢25 000 000 000
Moneda	Colones	Colones	Colones	Colones	Colones	Colones
Código ISIN	CRFIFCOB0980	CRFIFCOB0998	CRFIFCOB1004	CRFIFCOB1012	CRFIFCOB1020	CRFIFCOB1038
Nemotécnico	bfc2c	bfc3c	bfc4c	bfe1c	bfe2c	bff1c
Fecha de emisión	27 de mayo 2013	03 de julio 2013	26 de noviembre 2013	04 de noviembre 2014	24 de setiembre 2018	8 de marzo 2019
Fecha de vencimiento	27 de mayo 2020	03 de julio 2023	26 de noviembre 2023	04 de noviembre 2019	19 de julio 2023	8 de febrero 2025
Denominación o valor facial	¢1.000.000 (Un millón)	¢1.000.000 (Un millón)	¢1.000.000 (Un millón)	¢1.000.000 (Un millón)	¢1.000.000 (Un millón)	¢1.000.000 (Un millón)
Forma de colocación	Suscripción en firme			Suscripción en firme		Suscripción en firme
Tasa de interés bruta (2)	9,51%	9,62%	Tasa Básica Pasiva (TBP)+2%	10,60%	10,50%	Tasa Básica Pasiva (TBP)+2,75%
Tasa de interés neta (3)	Tasa Bruta menos impuesto sobre la renta.					
Factor de cálculo	30/360					
Periodicidad (4)	Cupón trimestral al vencimiento					
Forma de representación	Anotación en cuenta					
Ley de Circulación	A la orden					
Calificadora de Riesgo	Sociedad Calificadora de Riesgo Centroamericana, S.A.					
Calificación de Riesgo	Scr AAA (CR)					

(1) El plazo de la emisión, el código ISIN, el nemotécnico, la fecha de emisión, fecha de vencimiento, la tasa de interés y la forma de colocación de las series que componen los Programas de Emisiones de Bonos Estandarizados en colones serán informados mediante un Comunicado de Hecho Relevante.

(2) **Tasa Básica Pasiva:** será la publicada por el Banco Central de Costa Rica dos días hábiles antes del inicio de cada período de pago de intereses más un premio establecido en puntos porcentuales. La entidad encargada del cálculo y publicación de la tasa es el Banco Central de Costa Rica (BCCR), dicho indicador se publica los miércoles de cada semana y rige a partir del jueves siguiente. La metodología para su cálculo puede ser consultada en el sitio web <https://gee.bccr.fi.cr/indicadoreseconomicos/Documentos/DocumentosMetodologiasNotasTecnicas/Definici%C3%B3n%20TBP%20y%20TED%20espa%C3%B1ol.pdf>

Las tasas de referencias establecidas forman parte de las características de la emisión y van a permanecer durante todo el periodo de la emisión hasta su vencimiento. Esta condición aplica aun cuando se presenten cambios en la metodología de cálculo de las tasas de referencia. En el caso de cese del cálculo de cualquiera de las tasas por parte de las entidades responsables del cálculo, prevalecerá la última tasa publicada, y la misma se mantendrá hasta el vencimiento de la emisión ligada a dicho indicador.

(3) Tasa bruta menos el impuesto aplicable, actualmente según el artículo 23 de la Ley del impuesto sobre la renta.

(4) El último pago de la serie E-2 y F-1 será un cupón corto que se ajustará a la fecha de vencimiento.

Se realizó la inscripción del Programa de Emisión de Bonos Estandarizados F-2019, bajo el acuerdo de autorización de la SUGEVAL SGV-R-3411 del 20 de febrero de 2019, con las siguientes características:

Programa de Emisión de Bonos Estandarizados F-2019	
Clase de Instrumento	Bonos
Monto total del programa y moneda	¢50.000.000.000.00 (Colones)
Nombre del Programa	Programa de Emisión de Bonos Estandarizados F-2019 en Colones
Nombre de la serie	(*)
Monto de cada emisión	(*)
Fecha de emisión	(*)
Fecha de vencimiento	(*)
Denominación o valor facial	(*)
Plazo	(*)
Tasa de interés bruta ¹⁾	(*)
Tasa de interés neta	Tasa Bruta menos el impuesto sobre la renta
Código ISIN	(*)
Nemotécnico	(*)
Factor de cálculo	30/360
Periodicidad	(*)
Amortización del Principal	Al vencimiento
Redención anticipada	(*)
Forma de representación	Anotación en cuenta
Ley de Circulación	A la orden
Forma de colocación	(*) Colocación directa, subasta y contratos de suscripción.
Destino de los recursos	El objetivo de las emisiones correspondientes al programa de colocación es la captación de recursos para capital de trabajo, la inversión de activos productivos de mediano y largo plazo, y/o la sustitución de pasivos financieros. La sustitución de pasivos financieros se hará de conformidad con criterios de oportunidad y conveniencia estratégica en el momento que se reciban los recursos.
Calificación de riesgos	Scr AAA

Notas:

1) Para las series con tasa de interés ajustable en colones, se utilizará algunas de las tasas de referencia siguientes, misma que se indicará en el Hecho Relevante de convocatoria respectivo:

2. Tasa Básica Pasiva.
3. Tasa de Referencia Interbancaria (TRI).
4. Curva de Rendimiento Soberana del BCCR.

Características:

1. **En el caso de la Tasa Básica Pasiva:** será la publicada por el Banco Central de Costa Rica dos días hábiles antes del inicio de cada período de pago de intereses más un premio establecido en puntos porcentuales. La entidad encargada del cálculo y publicación de la tasa es el Banco Central de Costa Rica (BCCR), dicho indicador se publica los miércoles de cada semana y rige a partir del jueves siguiente. La metodología para su cálculo puede ser consultada en el sitio web <https://gee.bccr.fi.cr/indicadoreseconomicos/Documentos/DocumentosMetodologiasNotasTecnicas/Definici%C3%B3n%20TBP%20y%20TED%20espa%C3%B1ol.pdf>
2. **La Tasa de Referencia Interbancaria (Tasa TRI):** corresponderá a la que sea homóloga a periodicidad de la serie (1, 3, 6, 9, 12 meses), utilizando para este caso, las tasas de los nodos de 1, 3, 6, 9 o 12 meses. La entidad encargada del cálculo de la Tasa TRI corresponde a la empresa Proveedor Integral de Precios de Centroamérica S.A. (PIPCA) y publicada por la Cámara de Bancos e Instituciones Financieras de Costa Rica, los miércoles de cada semana en el sitio web de la cámara de bancos <http://camaradebancos.fi.cr/boletin-semanal/>. La metodología de cálculo de la tasa TRI puede ser consultada en el sitio web <http://camaradebancos.fi.cr/generalidades-y-metodologia-de-calculo/>. De acuerdo con dicha metodología, cuando no se dan captaciones para un plazo específico, es decir, cuando no se cuente con información para ese nodo, se repite el dato de la semana anterior. Asimismo, cuando se reporta una sola captación para un determinado nodo, el cálculo estaría sesgado por la entidad que

reportó la información. Se mantendrá como sitio alterno para la consulta de la Tasa de Referencia Interbancaria (Tasa TRI), la plataforma de Bloomberg Professional, a través de la función ALLX CRR para obtener la información de dichas tasas. El momento para la fijación de la Tasa de Referencia Interbancaria, será la publicada por la Cámara al menos dos días hábiles antes del inicio de cada período de pago de intereses, más un premio establecido en puntos porcentuales. La tasa que se establezca regirá para el siguiente período de devengo de intereses.

3. **La curva de rendimiento soberana:** corresponderá a la calculada y publicada por el Banco Central de Costa Rica (BCCR). Las curvas de rendimiento se encuentran disponibles con periodicidad semanal. El cálculo y publicación se realiza los miércoles de cada semana. Los datos publicados reflejan los niveles de tasas de interés vigentes durante la semana inmediatamente anterior a la fecha de publicación (definida de miércoles a martes), y constituyen una referencia adicional para los distintos agentes económicos. Los rendimientos publicados en la curva de rendimiento soberana son netos de impuestos. Cuando se presente una variación en la Tasa de Política Monetaria (TPM), se reestimaré la curva soberana por parte del Banco Central de Costa Rica (BCCR) y estará en vigencia desde el mismo día de variación de la Tasa de Política Monetaria y hasta el miércoles siguiente, fecha en que se volverá a actualizar el cálculo. La metodología de cálculo puede ser consultada en el sitio web: <https://gee.bccr.fi.cr/indicadoreseconomicos/Documentos/DocumentosMetodologiasNotasTecnicas/Nota%20Metodo%20C3%B3gica%20Curva%20de%20Rendimiento%20Soberana%20de%20Costa%20Rica.pdf>. La tasa a utilizar corresponderá a la tasa de interés neta sobre la Curva de Rendimiento Soberana en colones calculada por el Banco Central de Costa Rica, asociada a los días al vencimiento calculados entre la fecha de inicio del cupón a la fecha de vencimiento del título, vigente dos días hábiles antes del inicio de cada período de pago de intereses, más la tasa del impuesto sobre la renta aplicable, más un premio establecido en puntos porcentuales.

Las tasas de referencias establecidas forman parte de las características de la emisión y van a permanecer durante todo el periodo de la emisión hasta su vencimiento. Esta condición aplica aun cuando se presenten cambios en la metodología de cálculo de las tasas de referencia. En el caso de cese del cálculo de cualquiera de las tasas por parte de las entidades responsables del cálculo, prevalecerá la última tasa publicada, y la misma se mantendrá hasta el vencimiento de la emisión ligada a dicho indicador.

Las series podrán tener un "piso" y "techo", esto queda a criterio de FIFCO. La característica de "piso" y "techo", en caso de que se decida incluir dicha característica, será definida mediante Comunicado de Hecho Relevante al menos dos días hábiles antes de la primera colocación de cada serie.

(*) Estas características serán informadas mediante un Comunicado de Hecho Relevante al menos dos días hábiles antes de la fecha de colocación del primer tracto de cada serie.

a. FORMA DE COLOCACIÓN

Los programas de emisiones de bonos estandarizados en colones y dólares se podrán colocar mediante: subasta, colocación directa y contratos de suscripción.

La convocatoria dentro o fuera de Bolsa y sus condiciones serán informadas por FIFCO, mediante un Comunicado de Hecho Relevante, al menos dos (2) días hábiles antes de la primera colocación y dos (2) días hábiles antes de las colocaciones posteriores.

En caso de utilizarse un contrato de colocación, FIFCO informará mediante comunicado de Hecho Relevante a más tardar un (1) día hábil después de la firma del contrato: 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.

i. COLOCACIÓN FUERA DE BOLSA

Para las colocaciones fuera de bolsa, excepto en el caso de la suscripción en firme por la totalidad de la emisión, se brindará un trato igualitario a los inversionistas en el acceso y difusión de la información sobre la emisión, el mecanismo de colocación y las condiciones de esta.

FIFCO definirá el mecanismo a utilizar y las reglas que aplicará al mecanismo seleccionado.

ii. COLOCACIÓN POR BOLSA

Las colocaciones por Bolsa estarán sujetas a los mecanismos y disposiciones que la Bolsa de Valores disponga vía reglamentaria, en concordancia con el principio de trato igualitario.

b. AGENTE COLOCADOR

Para el caso de una colocación directa, el emisor cumple la función de agente colocador. Por ello, coloca directamente a sus inversionistas y las ofertas de estos, únicamente a la cantidad que se desea comprar al rendimiento o precio previamente establecido. Cuando se utilice el mecanismo de colocación directa para colocaciones posteriores de una emisión, el agente colocador debe revelar a los inversionistas que deseen comprar lo siguiente: el precio y la fecha de la última negociación que se celebró en el mercado secundario en una bolsa de valores, el precio y la fecha de la última oferta de venta en las ruedas de negociación de una bolsa de valores, y la advertencia de que si el inversionista desea realizar su compra a través del mercado secundario, debe considerar que el precio final de una eventual transacción se verá afectado por: las comisiones, los costos de transacción, el mercado donde se realice la operación, así como por los factores que intervienen en la oferta y demanda de los valores en un determinado día. Los documentos o medios que respalden la revelación al inversionista deben estar disponibles para efectos de supervisión.

Para garantizar el trato igualitario a inversionistas que presenten condiciones similares en aspectos tales como: su naturaleza jurídica, monto de las ofertas, etc., el agente colocador debe mantener el rendimiento o precio sin modificaciones durante el horario de recepción de ofertas de un mismo día.

Una colocación por subasta es aquella en la que el agente colocador ofrece una cantidad o monto a subastar y las ofertas de los inversionistas se refieren tanto a la cantidad o al monto como al rendimiento o precio al que se desea comprar. El agente colocador deberá establecer en forma clara la regla que utilizará para la asignación, así como los casos en que se considerará desierta una subasta. Cuando se organicen subastas y el emisor opte

por asignar una cantidad mayor al monto convocado, se deberá realizar la totalidad de las asignaciones a precio único de corte o un único rendimiento de corte para el papel comercial. La posibilidad de asignar una cantidad mayor al monto convocado únicamente podrá utilizarse cuando exista saldo disponible de la emisión. Tanto la posibilidad de declarar desierta una subasta como la de asignar un monto mayor al convocado, deberán indicarse en la convocatoria de la subasta.

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:

- 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.
- Trato igualitario a los inversionistas en las condiciones de la colocación.
- Difusión del mecanismo de colocación establecido, así como todas las condiciones y reglas aplicables a éste. El Superintendente debe establecer mediante acuerdo de alcance general las disposiciones aplicables para la revelación del mecanismo de colocación seleccionado, las condiciones y las reglas aplicables a este, así como las características de la emisión que pueden ser reveladas por medio de un Comunicado de Hecho Relevante posterior al registro de la emisión, pero de previo a la colocación. Las reglas de asignación no pueden contener ningún elemento a definir durante o después de la colocación. En el caso de las emisiones inscritas anticipadamente y de los programas de emisiones, estas condiciones y las características están definidas en el artículo 17 y el agente colocador debe 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.

Asimismo, en los mecanismos de colocación directa o subasta, la asignación final podrá quedar condicionada a que se logre colocar la totalidad de la emisión, lo cual debe estar previamente revelado en la convocatoria respectiva.

c. GARANTÍAS

Las series de los programas de emisiones de bonos estandarizados en colones y dólares no cuentan con alguna garantía específica.

d. CALIFICACIÓN DE RIESGO

En sesión Ordinaria N°1042019 del 30 de enero de 2019, la empresa Sociedad Calificadora de Riesgo Centroamericana, S.A., basado en información financiera auditada al 30 de septiembre de 2018, acordó otorgar la calificación scrAAA(CR) para las emisiones C-2, C-3, C-4, E-1 y E-2 de Florida Ice and Farm Company, S.A.

En sesión Extraordinaria N°1032019 del 30 de enero de 2019, la empresa Sociedad Calificadora de Riesgo Centroamericana, S.A., basado en información financiera auditada al 30 de septiembre de 2018, acordó otorgar la calificación scrAAA(CR) para el Programa de Emisión de Bonos Estandarizados F-2019 de Florida Ice and Farm Company, S.A.

La calificación de riesgo scrAAA(CR) 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 misma se actualiza cada seis meses y se encuentra disponible en la página web de FIFCO, en la Superintendencia General de Valores y en la página web de la Sociedad Calificadora de Riesgos Centroamericana (www.scriesgo.com).

e. REDENCIÓN ANTICIPADA

Las emisiones pertenecientes al Programa de Emisión de Bonos Estandarizados F-2019 podrán o no tener una opción de redención anticipada. Las opciones de redención anticipada son discrecionales de FIFCO. Dicha redención se realizará en efectivo, al precio que se haya establecido para dicha redención. La fecha a partir de la cual se puede comenzar a redimir la emisión será definida mediante Comunicado de Hecho Relevante, al menos dos (2) días hábiles antes de la primera colocación de la primera serie y dos (2) días hábiles antes de la fecha de cada una de las posteriores colocaciones. El emisor comunicará con al menos dos (2) meses de anticipación, la fecha y el monto a redimir.

Cuando se realice una redención anticipada, el emisor comunicará a más tardar el día hábil siguiente de la fecha de ejecución de la redención, el nombre de la emisión, la fecha de ejecución de la redención, el monto redimido y el saldo en circulación después de ejecutada la redención, de conformidad con lo establecido por SUGEVAL.

Características generales aplicables a las opciones de redención anticipada

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 informará a los tenedores mediante Hecho Relevante su decisión de redención anticipada, con al menos dos (2) 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 de FIFCO, 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 a cien millones de colones, o su equivalente en dólares al tipo de cambio del Banco Central de Costa Rica, 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, se redondeará al entero superior, caso contrario se redondeará al entero inferior. La cancelación de la redención parcial o total, según corresponda, se hará por medio de Sistema de Anotación en Cuenta (Interclear Central de Valores, S.A.) y acreditados los montos correspondientes a los inversionistas por medio de las entidades de custodia.

Para efectos de la redención parcial, la fecha para identificar a los inversionistas que se tomarán en consideración, serán aquellos que aparezcan registrados en Sistema de Anotación en Cuenta (Interclear Central de Valores, S.A.) el día de la fecha de redención.

f. DESTINO DE LOS RECURSOS

El objetivo de las emisiones de Bonos Estandarizados C-2, C-3 y C-4 en colones es la captación de recursos para capital de trabajo e inversiones.

En el caso de la emisión de Bonos Estandarizados E-1 y E-2 en colones, los recursos se captan para capital de trabajo, la inversión en activos productivos de mediano y largo plazo y/o la sustitución de pasivos financieros.

El objetivo de las emisiones correspondientes al Programa de Emisión de Bonos Estandarizados F-2019 es la captación de recursos para capital de trabajo, la inversión de activos productivos de mediano y largo plazo, y/o la sustitución de pasivos financieros. La sustitución de pasivos financieros se hará de conformidad con criterios de oportunidad y conveniencia estratégica en el momento que se reciban los recursos.

g. COSTO DE LA EMISIÓN Y COLOCACIÓN

Los costos para la autorización y colocación de las emisiones son asumidos por la Compañía y representan, aproximadamente, un 0.5% del total de la emisión.

h. PRELACIÓN DE PAGOS

FIFCO 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:

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

i. AGENTE DE PAGO

De conformidad con los procedimientos vigentes, los pagos se realizan por medio de Interclear Central de Valores, S.A.

j. REPRESENTACIÓN POR ANOTACIÓN EN CUENTA

Cada una de las emisiones de los Programa de Bonos Estandarizados estará representada por medio de anotaciones en cuenta a través de Interclear Central de Valores, S.A.

k. TRATAMIENTO TRIBUTARIO

El tratamiento tributario se encuentra sujeto al ordenamiento jurídico costarricense, de conformidad con lo dispuesto en la ley No. 7092, Ley del Impuesto sobre la Renta para todas aquellas emisiones que se coloquen antes del 1 de julio de 2019. Para emisiones posteriores a esa fecha aplica lo dispuesto en la Ley 9635, titulada Ley de Fortalecimiento de Las Finanzas Públicas, publicada en Gaceta Oficial No. 202 del martes 4 de diciembre del 2018.

FIFCO es responsable de proceder de conformidad con ese ámbito normativo. Es responsabilidad del adquirente de los valores verificar el tratamiento tributario aplicable a su caso particular de conformidad. Si la emisión es colocada fuera del territorio costarricense, el inversionista es responsable de verificar el tratamiento tributario aplicable en la jurisdicción donde lo adquiriera. Las modificaciones futuras en la tasa impositiva aplicable a los intereses serán asumidas directamente por los inversionistas, todo de conformidad con el marco legal vigente.

l. EMISIONES INSCRITAS EN OTROS MERCADOS

FIFCO no tiene emisiones inscritas en otros mercados.

4. EMISIÓN DE ACCIONES

Al 30 de setiembre de 2018, el Capital Social Autorizado de la Compañía era de ϕ 93,081,221,000.00 (noventa y tres mil ochenta y un millones doscientos veintiún mil

colones), representado por 930,812,210 (novecientos treinta millones ochocientos doce mil doscientos diez) acciones comunes con un valor nominal de ¢100.00 (cien colones) cada una.

La Asamblea General Extraordinaria de Accionistas realizada el 13 de diciembre del 2018, aprobó por unanimidad, la reducción del Capital Social de Florida Ice and Farm Company, S.A., de ¢93,081,221,000 a ¢92,016,674,100. Lo anterior corresponde a 10,645,469 acciones comunes y nominativas de ¢100.00 cada una.

La emisión de acciones está inscrita ante Interclear Central de Valores, S.A. mediante el código ISIN CRFIFCOA0015. Actualmente se negocian en la Bolsa Nacional de Valores con el nemotécnico “FIFCO” y el instrumento “acom”.

En Asamblea General Extraordinaria de Accionistas, celebrada el 05 de julio del 2018, se tomaron los siguientes acuerdos:

1. Aprobación de un nuevo programa formal de recompra de acciones de la Compañía a través de la Bolsa Nacional de Valores, por un monto máximo de US\$10.000.000. El plazo máximo del Programa será de 36 meses a partir de la fecha de cierre del programa aprobado en octubre 2017. El Programa de Recompra, deberá ser ejecutado a través de un puesto de bolsa autorizado, a ser nombrado por la Administración, y las acciones adquiridas no deberán ser puestas a la venta posteriormente.
2. Aprobación de un mecanismo de recompra de acciones de la Compañía mediante uno o más eventos de Subasta Inversa a través de la Bolsa Nacional de Valores, por un monto máximo agregado de US\$20.000.000. El plazo máximo de ejecución de los eventos de Subasta Inversa será de 36 meses a partir de la fecha de aprobación por parte de la Asamblea. Cada Evento de Subasta Inversa deberá ser ejecutado a través de un puesto de bolsa autorizado, a ser nombrado por la Administración, y las acciones adquiridas no deberán ser puestas a la venta posteriormente.

En Asamblea General Extraordinaria de Accionistas, celebrada el 13 de diciembre de 2018, se aprobó por un nuevo programa formal de recompra de acciones de la Compañía a través de la Bolsa Nacional de Valores, por un monto máximo de US\$20.000.000. El plazo máximo del Programa será de 36 meses a partir de la fecha de aprobación. El Programa de Recompra deberá ser ejecutado a través de un puesto de bolsa autorizado, a ser nombrado por la Administración, y las acciones adquiridas no se pondrán a la venta posteriormente.

A continuación, se muestra el valor de mercado de las acciones al 30 de setiembre de cada uno de los años comprendidos entre 2013 y 2018, ambos años inclusive, su relación con la utilidad por acción y su valor en libros.

Cuadro No. 2
Valor de Mercado de las acciones al 30 de setiembre del año respectivo (1)

Año	Valor de Mercado	Utilidad por Acción	Valor en Libros
2013	1501	88,4	719,3
2014*	716	38,5	310,2
2015	675	48,5	327,7
2016	976	59,4	363,3
2017	971	58,4	391,7
2018	848	49,9	404,4

* Capitalización de utilidades retenidas incrementando el capital social en 2.5 veces por acción

(1) El valor en libros se calcula como el patrimonio atribuible a los accionistas dividido entre el valor nominal de las acciones en circulación.

Actualmente, FIFCO no emite acciones para colocar en el mercado accionario. A la fecha, ningún accionista por sí solo o por interpósita persona, tiene más del 10% de las acciones en circulación.

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

Por disposiciones legales, la Compañía debe aplicar una retención para las acciones a título personal. De acuerdo con el Código de Comercio, la misma es del 5% si fueron transadas por Bolsa y 15% si no utilizaron este mecanismo.

a. INMOVILIZACIÓN O DESMATERIALIZACIÓN DE ACCIONES

En noviembre de 2000, la Bolsa Nacional de Valores S.A. creó el sistema de inmovilización y negociación electrónica de acciones. El mismo permite la negociación de acciones por medio de traspasos electrónicos de una cuenta a otra mediante la representación de la emisión accionaria por medio de anotación electrónica en cuenta, y es administrado por Interclear Central de Valores, S. A.

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, con la finalidad de:

- Eliminar logística de traspaso de títulos
- Eliminar problemas de seguridad (extravío, "gemeleo")

- Permitir el manejo electrónico del Libro de Accionistas

FIFCO, 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 15 de diciembre de 2001, se aprobó la modificación a las cláusulas relacionadas con el capital social y afines, en línea con la desmaterialización de las acciones.

Por ello, las acciones desmaterializadas son depositadas en cuentas individualizadas en InterClear Central de Valores, S.A. Estas cuentas son abiertas por los puestos de bolsa depositarios a nombre de cada titular.

Los accionistas cuentan con la opción de mantener sus acciones en formato físico; sin embargo, debe aclararse que el título físico mantiene su valor, pero pierde bursatilidad, dado que, para efectuar transacciones en Bolsa, las acciones físicas deben presentarse ante el emisor para ser desmaterializadas.

Todos los movimientos que afecten a los valores deberán inscribirse en el registro de InterClear Central de Valores, S.A. 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 FIFCO, para efectos de la actualización del registro de socios.

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 FIFCO:

Nombre	Puesto	Participación	Fax	Teléfono	Correo Electrónico
Ramón de Mendiola Sánchez	Director General	Representante Legal	2437-7011	2437-6700	ramon.mendiola@fifco.com
Carlos Manuel Rojas Koberg	Director de Finanzas y Servicios Corporativos	Responsable	2437-7011	2437-6700	carlos.rojas@fifco.com
Maureen Phillips Murillo	Gerente Corporativo de Tesorería y Riesgo	Responsable	2437-7011	2437-6700	maureen.phillips@fifco.com
Gary Quesada Sotomayor	Gerente de Tesorería	Responsable	2437-7011	2437-6700	gary.quesada@fifco.com
Deloitte & Touche, S.A.	Auditora Externa de la Entidad	Firma Auditoría Externa	2246-5100	2246-5000	informacion@deloitte.com



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 Compañía 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. RIESGOS ASOCIADOS A LA EMPRESA EMISORA

i. RIESGO DEL NEGOCIO

Consiste en que, por razones económicas o naturales, los productos que elabora y comercializa la Compañía, así como los servicios que provee, no se vendan conforme a las proyecciones, causando un impacto en los ingresos esperados. Dicho riesgo depende de la posición competitiva que mantenga la Compañía en cada uno de los sectores en que participa (bebidas, alimentos e inmobiliario) y el poder de compra de los consumidores.

ii. RIESGO POR MODIFICACIONES EN LA REGULACIÓN APLICABLE A LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

FIFCO se desarrolla en los campos industrial, comercial e inmobiliario. Lo anterior, implica que está sujeta a distintas regulaciones emitidas en Costa Rica, Estados Unidos, Guatemala, El Salvador, Nicaragua y Panamá. En el eventual caso de modificaciones en estas regulaciones, alguna de las actividades de la Compañía podría verse afectada, incidiendo en los resultados de la empresa y en los intereses de los accionistas.

iii. RIESGO DE COMPETENCIA

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

iv. RIESGO DE CONTINUIDAD DE OPERACIÓN

La operación normal de la empresa se puede ver afectada por muchos factores tales como: 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, entre otros.

v. RIESGO DE VARIACIONES EN LOS PRECIOS DE LAS MATERIAS PRIMAS

Por razones económicas o naturales, las materias primas que adquiere la Compañía podrían presentar incrementos en los precios, causando un impacto negativo en los ingresos esperados.

vi. RIESGO DE VARIACIONES DE TIPO DE CAMBIO

Las subsidiarias de FIFCO en los diferentes países adquieren una parte 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 las monedas locales.

Adicionalmente, la Compañía mantiene deudas en dólares las cuales pueden verse afectadas por un incremento en el tipo de cambio.

vii. RIESGO DE VARIACIONES EN LA TASA DE INTERÉS

FIFCO financia algunas de sus inversiones con 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.

viii. RIESGO POR OCURRENCIA DE SINIESTROS

En el eventual caso de que se diera la ocurrencia de un siniestro, podría presentarse un impacto negativo en los ingresos corrientes y en las utilidades de la Compañía, por el lapso de tiempo que se requiera para activar nuevamente las operaciones.

ix. COSTOS DE OPERACIÓN Y CONSTRUCCIÓN

Los márgenes de operación y los resultados económicos del sector inmobiliario podrían verse afectados por incrementos en los costos relativos de la operación hotelera y la construcción de producto inmobiliario a nivel nacional. Lo anterior se puede generar por variaciones relativas del tipo de cambio del dólar, la inflación y tasas de interés, o por aumentos de precios de materias primas, insumos e incrementos en los costos de mano de obra especializada para la industria hotelera o para la construcción.

x. CONTRACCIÓN DEL SECTOR TURISMO

Tanto la actividad hotelera como de venta de producto inmobiliario, sustentan su crecimiento en la movilización de turistas a la zona de Guanacaste, Costa Rica. Por ello, si se presentara una disminución en el flujo de turistas, se pueden afectar de forma adversa ambas actividades y, por ende, sus resultados económicos.

b. RIESGOS ASOCIADOS A LA EMISIÓN DE ACCIONES

i. RIESGO DE VOLATILIDAD EN EL PRECIO

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. Lo anterior, se puede generar por las variaciones en las expectativas del mercado, emisiones adicionales de acciones, “split” de acciones y distribución de dividendos.

ii. RIESGO DE DILUCIÓN

El accionista puede verse afectado en su porcentaje de participación por motivo de una nueva emisión de acciones comunes por parte de FIFCO, en la que, por alguna razón el accionista decidiera no participar, lo que implicaría una dilución de su participación en el capital común de la empresa.

iii. RIESGO DE VARIACIÓN EN EL TRATAMIENTO FISCAL DE LOS DIVIDENDOS

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

iv. RIESGOS POR LA DISCRECIONALIDAD DE LA ASAMBLEA DE ACCIONISTAS PARA DECRETAR DIVIDENDOS

La Asamblea General Ordinaria de Accionistas tiene la discrecionalidad de decretar los dividendos que se pagarán en el período. Normalmente, la ejecución de este pago se ha delegado en la Junta Directiva, la cual, acorde al flujo de efectivo, procede de forma trimestral.

c. RIESGOS ASOCIADOS A LAS EMISIONES DE DEUDA

i. RIESGO DE LIQUIDEZ

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

ii. RIESGO DE DESINSCRIPCIÓN

Este riesgo se refiere a la posibilidad de que FIFCO tomara la decisión de desinscribirse como emisor de oferta pública de valores. En este caso, los inversionistas no podrían negociar los títulos de la Compañía por medio de la Bolsa Nacional de Valores y no contarían con información financiera periódica regulada.

Para que la empresa se pueda desinscribir, es 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.

iii. RIESGO DE CESACIÓN DE PAGOS DE PARTE DEL EMISOR

Este riesgo se refiere a la posibilidad de que la Compañía no cuente con los recursos financieros necesarios para cumplir con sus obligaciones (incluido pago del principal e intereses sobre los valores emitidos). Lo anterior podrá ocasionar una disminución en el valor de mercado de los títulos y dificultades para venderlo en el mercado secundario.

iv. 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 costarricense, motivo por el cual se podrían ver afectados los ingresos netos del inversionista.

2. POLÍTICAS DE REDUCCIÓN DEL RIESGO

A pesar de la introducción en Costa Rica de marcas de cerveza provenientes de U.S.A., México, Suramérica y Europa, la constante inversión publicitaria hace que el reconocimiento y fidelidad hacia las marcas de FIFCO se convierta en una gran barrera de entrada para cualquier competidor, teniendo una preferencia de más del 94.9% en el mercado cervecero de Costa Rica. Además, la alta calidad de los productos de FIFCO, la búsqueda constante de la eficiencia y reducción de costos en todos los procesos productivos y de comercialización, permite mantener una posición competitiva.

Pese a que la principal materia prima de la Compañía, la malta, proviene del exterior, los precios de esta 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.

Para proteger la continuidad de la operación, la Compañía cuenta con sistemas alternativos para dar soporte a la operación, como son plantas eléctricas con capacidad para producción de energía por varios días, talleres de servicio y personal capacitado las 24 horas para dar mantenimiento preventivo y correctivo a maquinaria, sistemas eléctricos, sistemas informáticos y vehículos. Se cuenta también con servidores informáticos de respaldo, sistemas manuales de cálculo para carga y descarga de camiones, entre otros.

Por otro lado, la compañía cuenta con un Manual de Riesgo Operativo, el cual establece los pasos y las pautas necesarias para la identificación, análisis, evaluación y tratamiento de los riesgos, acorde a lo establecido en el Estándar INTE/ISO 31000:2001 y el cual es de acatamiento obligatorio de toda La Compañía.

La Compañía, convencida de la importancia de administrar el riesgo, se encuentra protegida con pólizas de seguro las cuales se describen a continuación:

Cuadro No. 3

Detalle de las pólizas de seguros así como los montos asegurados en cada una, al 30 de Setiembre 2018

Costa Rica, Guatemala y El Salvador		
Tipo de póliza	Bienes asegurados	Cobertura 2018 (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	442 516,54
Carga, Importación y Exportación	Materias primas, material de empaque, repuestos, productos importados y de exportación	58 451,86
Riesgos del Trabajo	Funcionarios de la compañía	45 748,75
Transporte Interno	Materias primas, material de empaque, repuestos, productos importados	36 508,67
Responsabilidad Civil Umbrella	Producción, distribución y venta de los productos de la compañía en territorio nacional y en el extranjero	33 677,18
Responsabilidad Civil General	Producción, distribución y venta de los productos de la compañía en territorio nacional y en el extranjero	10 829,41
Calderas	Calderas de la Compañía	4 519,83
Flotilla de Vehículos	Vehículos propiedad de la compañía	1 493,81
Equipo Contratista	Equipo Contratista	1 113,70

Costa Rica, Guatemala y El Salvador		
Tipo de póliza	Bienes asegurados	Cobertura 2018 (En millones de colones)
Riesgo Nombrado	Máquinas de Reciclaje, Rótulo HA&COM, Plantas Eléctricas Móviles, Bus Maxxx Energy y Tarima Hidráulica	524,97
Equipo Electrónico	Pantallas LED, equipos electrónicos móviles de Eventos Especiales	490,09
Fidelidad	Fianza de Fidelidad	310,32
Valores en Tránsito	Valores en tránsito, robo y asalto	25,01
Básica de Accidentes	Privados de libertad Programa de Reciclaje	10,00
Total general		636 343,12
Estados Unidos		
Tipo de Póliza		Cobertura 2018 (En millones de dólares)
Cobertura de todo riesgo a la propiedad		400
Calderas y Maquinaria		400
Responsabilidad Civil Umbrella		25
Compensación para trabajadores		1
Responsabilidad Civil General		1
Responsabilidad Comercial Internacional General		1
Flotilla de Vehículos		1
Responsabilidad del Licor		1
Total general		830

Adicionalmente, para el período 2018 en Costa Rica, se maneja una póliza médica por un monto máximo asegurable por empleado de ₡1.170 MM y una póliza colectiva de vida por un monto máximo asegurable por empleado de ₡292,5 MM, aplicables a los niveles gerenciales.

B. ANÁLISIS DE INDICADORES FINANCIEROS

La situación financiera de la Compañía en los últimos tres años queda transcrita en el siguiente cuadro resumen, donde se muestran los datos de liquidez, endeudamiento, rentabilidad y la actividad de FIFCO¹:

Cuadro No. 4
Razones financieras al 30 de Setiembre del año respectivo, en millones de colones

Razones financieras	2016	2017	2018
Índices de Liquidez			
Liquidez corriente	1,3	1,3	1,3
Razón Ácida	0,9	0,9	0,9
Índices de Rentabilidad			
Utilidad neta a Activo Total	6,4%	7,6%	6,4%
Utilidad Neta a Ventas	8,4%	10,3%	8,5%
Utilidad Neta a Patrimonio Neto	17,2%	17,3%	14,1%
Utilidad por acción (en colones)	₡59,4	₡58,4	₡49,9
Índices de Actividad			
Período medio de cuentas por cobrar (días)	32,5	37,3	36,1
Período medio de pago (días)	60,8	59,1	54,5
Días de Inventario	69,3	71,5	66,0
Rotación de Inventarios	5,3	5,1	5,5
Rotación activo fijo	2,7	2,3	2,0
Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros	3,9	3,8	3,3
Cuentas Incobrables a Ventas	0,1%	0,1%	0,1%
Niveles de Capitalización y Endeudamiento			
Pasivo Total a Patrimonio Neto	3,4	2,5	2,5
Captación a Pasivo Total	11,0%	10,8%	14,3%

Fuente: Estados Financieros Auditados de Florida Ice and Farm Company, S. A. al 30 de setiembre de 2016, 2017 y 2018.

¹ Las variaciones que se muestran en esta sección corresponden al comparativo 2018 vs. 2017

1. ÍNDICES DE LIQUIDEZ

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 ambas variables tienen un período de vencimiento similar, este es un buen indicador para medir la liquidez de una empresa en un momento determinado.

Liquidez Corriente	En millones de colones			Variación Absoluta	%
	2016	2017	2018		
Activo Circulante	213 274	209 994	189 082	- 20 912	-10,0%
Pasivo Circulante	166 659	162 517	143 938	- 18 579	-11,4%
Liquidez Corriente	1,3	1,3	1,3	0,0	0,0%

Para el cierre del período 2018, esta razón se mantiene constante y no presenta una variación importante con respecto al periodo anterior.

b. RAZÓN ÁCIDA

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

Razón Ácida	En millones de colones			Variación Absoluta	%
	2016	2017	2018		
Activo Circulante	213 274	209 994	189 082	- 20 912	-10,0%
Inventario	63 565	65 293	64 551	- 742	-1,1%
Pasivo Circulante	166 659	162 517	143 938	- 18 579	-11,4%
Razón Ácida	0,9	0,9	0,9	0,0	0,0%

El resultado de 0.9 veces indica que la Compañía mantiene la capacidad para solventar las obligaciones a corto plazo. Este indicador no presenta una variación significativa con respecto al año anterior. Importante mencionar que por las características del inventario que mantiene la Compañía, este es sumamente líquido.

2. ÍNDICES DE RENTABILIDAD

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 (promedio de los activos totales del año 2017 y 2016). El resultado nos indica el monto de las ganancias que la empresa puede generar por cada colón invertido.

Utilidad neta a Activo Total	En millones de colones			Variación Absoluta	%
	2016	2017	2018		
Utilidad Neta	71 649	69 219	59 067	- 10 152	-14,7%
Activo Total	870 186	906 397	929 101	22 704	2,5%
Utilidad neta a Activo total	8,2%	7,6%	6,4%	-1,3%	-16,8%

En el 2018, esta razón presentó una disminución del 1,3% con respecto al año anterior, producto de la disminución en la utilidad neta del año por el efecto del gasto no recurrente asociado al registro del deterioro de crédito mercantil en Estados Unidos, menores ganancias en Cervecería Panamá y utilidad de operación ligeramente por debajo del 2017.

b. UTILIDAD NETA A VENTAS

El cálculo de esta razón corresponde a tomar la utilidad neta y dividirla entre las ventas netas totales. Se define como la capacidad que tiene la Compañía de traducir como ganancia una porción de cada colón vendido.

Utilidad Neta a Ventas	En millones de colones			Variación Absoluta	%
	2016	2017	2018		
Utilidad Neta	71 649	69 219	59 067	- 10 152	-14,7%
Ventas	664 181	673 790	697 944	24 154	3,6%
Utilidad Neta a Ventas	10,8%	10,3%	8,5%	-1,8%	-17,6%

El resultado de este indicador en el año 2018 tuvo una disminución de 1,8 puntos base, esto debido a la disminución en la utilidad neta.

c. UTILIDAD NETA A PATRIMONIO NETO

El cálculo de esta razón corresponde a tomar la utilidad neta y dividirla entre el patrimonio promedio de los últimos 2 años. Se interpreta como el índice de retorno sobre el patrimonio de los accionistas.

Utilidad Neta a Patrimonio Neto	En millones de colones			Variación Absoluta	%
	2016	2017	2018		
Utilidad Neta	71 649	69 219	59 067	- 10 152	-14,7%
Patrimonio Neto	368 762	400 156	417 728	17 572	4,4%
Utilidad Neta a Patrimonio Neto	19,4%	17,3%	14,1%	-3,2%	-18,3%

En el presente año, esta razón tuvo una disminución del 3,2%, producto principalmente de la disminución en la utilidad neta y un incremento del patrimonio neto correspondiente a la acumulación de utilidades.

d. UTILIDAD POR ACCIÓN

El cálculo de este indicador corresponde a dividir la utilidad neta de la controladora entre el promedio ponderado de acciones comunes al inicio y al final del año. El resultado muestra la utilidad en colones por acción común nominativa.

Utilidad por acción	En millones de colones			Variación Absoluta	%
	2016	2017	2018		
Utilidad Neta de la controladora	55 932	54 784	46 170	- 8 614	-15,7%
Total promedio ponderado de acciones comunes al inicio y al final del año (en millones de acciones)	942	938	926	- 12	-1,3%
Utilidad por acción (en colones)	59,4	58,4	49,9	-8,5	-14,6%

Para el período 2018, se da una disminución de 8,5 colones en relación con el año anterior producto de la disminución en la utilidad neta de la Compañía.

3. ÍNDICES DE ACTIVIDAD

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 multiplicado por 365 días y dividirlo entre las ventas a crédito (para el año 2018 las ventas a crédito representan el 98% de las ventas totales). Se interpreta como plazo promedio de recuperación de las cuentas por cobrar expresado en días.

Período medio de cuentas por cobrar	En millones de colones			Variación Absoluta	%
	2016	2017	2018		
Cuentas por cobrar por 365 días	20 058 575	23 376 790	24 696 630	1 319 840	5,6%
Ventas a crédito	617 688	626 625	683 985	57 360	9,2%
Período medio de cuentas por cobrar (Días)	32,5	37,3	36,1	-1,2	-3,2%

FIFCO tiene una política de crédito que le permite mantener niveles de recuperación favorables. En el año 2018, este indicador disminuye con relación al 2017 debido a que el incremento del porcentaje de ventas a crédito fue mayor al crecimiento relativo de las cuentas por cobrar. Este indicador se encuentra en 36,1 días de recuperación.

b. PERÍODO MEDIO DE PAGO

El cálculo de esta razón corresponde a tomar el saldo de las cuentas por pagar, multiplicarlo por los 365 días y dividirlo entre el costo de ventas. Se interpreta como la cantidad de días promedio que tarda la Compañía en realizarles los pagos a sus proveedores.

Período medio de pago	En millones de colones			Variación Absoluta	%
	2016	2017	2018		
Cuentas por pagar por 365 días	20 380 505	19 714 380	19 463 990	- 250 390	-1,3%
Costo de las Ventas	334 984	333 359	357 105	23 746	7,1%
Período medio de pago (días)	60,8	59,1	54,5	-4,6	-7,8%

Para el período 2018, este indicador disminuyó 4.6 días, alcanzando los 54,5 días promedio para hacer efectivo el pago a los proveedores, tanto nacionales como del exterior. La Compañía se mantiene constante en la gestión de pagos a proveedores.

c. DÍAS INVENTARIO

El cálculo de esta razón corresponde a tomar el 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.

Días de Inventario	En millones de colones			Variación Absoluta	%
	2016	2017	2018		
Inventario	63 565	65 293	64 551	- 742	-1,1%
Costo de ventas entre 365 días	918	913	978	65	7,1%
Días de Inventario	69,3	71,5	66,0	-5,5	-7,7%

En FIFCO se busca el manejo óptimo de los inventarios; por lo que, en el 2018 este indicador se disminuyó en 5,5 días.

d. 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 las veces que rota el inventario en un año.

Rotación de Inventarios	En millones de colones			Variación Absoluta	%
	2016	2017	2018		
Costo de ventas	334 984	333 359	357 105	23 746	7,1%
Inventario	63 565	65 293	64 551	- 742	-1,1%
Rotación de Inventarios	5,3	5,1	5,5	0,4	8,4%

Para el 2018, el inventario rotó 5.5 veces en el año. Este año resultado, es un aumento de 0.4 con respecto al periodo anterior.

e. ROTACIÓN DEL ACTIVO FIJO

El cálculo de esta razón corresponde a tomar las ventas netas y dividir las entre el activo fijo total. 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.

Rotación activo fijo	En millones de colones			Variación Absoluta	%
	2016	2017	2018		
Ventas Netas	664 181	673 790	697 944	24 154	3,6%
Activo Fijo	245 353	294 681	342 795	48 114	16,3%
Rotación activo fijo	2,7	2,3	2,0	-0,3	-11,0%

Este indicador muestra una disminución de 0.3 con relación al año anterior, lo cual se debe al incremento de un 16.3% en los activos fijos de la Compañía como resultado de las inversiones en inmuebles, planta y equipo asociadas al Plan Maestro de Manufactura en Costa Rica y a la modernización de la planta de Rochester, así como la construcción del Hotel W en Reserva Conchal.

f. UTILIDAD NETA MÁS GASTOS FINANCIEROS A GASTOS FINANCIEROS

El cálculo de esta razón corresponde a tomar la utilidad neta y sumarle los gastos financieros. El resultado anterior se divide entre los gastos financieros. Este indicador muestra el número de veces que las ganancias netas antes de intereses cubren la carga financiera.

Utilidad Neta mas Gastos Financieros a Gastos Financieros	En millones de colones			Variación Absoluta	%
	2016	2017	2018		
Utilidad Neta	71 649	69 219	59 067	- 10 152	-14,7%
Gasto Financiero	25 022	24 623	26 062	1 439	5,8%
Utilidad Neta mas Gastos Financieros a Gastos Financieros	3,9	3,8	3,3	-0,5	-14,3%

Para el año 2018, el índice disminuyó 0.5 con relación al 2017. La utilidad neta de la Compañía cubre 3.3 veces su gasto financiero.

g. CUENTAS INCOBRABLES A VENTAS NETAS

El cálculo de esta razón corresponde a tomar el monto del gasto de cuentas incobrables del período y dividirlo entre las ventas netas. El mismo indica el porcentaje de las ventas que la Compañía no logra recuperar.

Cuentas Incobrables a Ventas	En millones de colones			Variación Absoluta	%
	2016	2017	2018		
Estimación por incobrable	541	513	587	74	14,4%
Ventas	664 181	673 790	697 944	24 154	3,6%
Cuentas Incobrables a Ventas	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	10,5%

Para el periodo 2018, este indicador no presenta una variación significativa con respecto al año anterior. En los últimos tres años las cuentas incobrables han representado menos del 0.1% de las ventas de la Compañía, lo cual es reflejo de una cartera sana.

Cuadro No. 5
Antigüedad de Documentos y Cuentas por Cobrar, Períodos 2016-2017-2018

Plazo	AI 30/09/2015	AI 30/09/2016	AI 30/09/2017	AI 30/09/2018
Al Día	56 062	60 007	67 306	75 241
De 01 a 30 Días	1 671	1 510	3 545	6 717
De 31 a 60 Días	59	78	150	1 031
De 61 a 90 Días	58	43	15	570
De 91 a 120 Días	434	3	31	47
Más de 120 Días	1 277	130	231	408
En Cobro Judicial	1 510	1 357	1 336	978
Estimación	(2 026)	(1 520)	(1 740)	(2 028)
Total	59 045	61 608	70 874	82 964

Fuente: Estados Financieros Auditados de Florida Ice and Farm Company, S. A. 2018.

C. ENDEUDAMIENTO Y CAPITALIZACIÓN

El Artículo 116 de la Ley Orgánica del Banco Central de Costa Rica, establece que: *No se considera intermediación financiera la captación de recursos para capital de trabajo o para el financiamiento de proyectos de inversión de carácter no financiero de la propia empresa emisora o sus subsidiarias, siempre que las emisiones se encuentren registradas ante la Superintendencia General de Valores. En estos casos, los pasivos totales de las empresas emisoras no pueden exceder de cuatro veces su capital y reservas, conforme a las reglas que emita la Superintendencia General de Valores.* Para normar este tema se emitió el acuerdo del Superintendente SGV-A-73.

1. ENDEUDAMIENTO

a. 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 no distribuidas disponibles). El resultado se interpreta como la exposición de los acreedores en el caso de una posible insolvencia de la Compañía, una vez excluidas las utilidades disponibles. Este cálculo no incluye el interés minoritario.

Pasivo Total a Patrimonio Neto	En millones de colones			Variación Absoluta	%
	2016	2017	2018		
Pasivo Total	500 234	512 249	510 497	- 1 752	-0,3%
Patrimonio	386 274	414 037	421 418	7 381	1,8%
Utilidades No Distribuidas	193 860	212 562	221 066	8 504	4,0%
Pasivo Total a Patrimonio Neto	2,6	2,5	2,5	0,0	0,2%

Durante este periodo, el nivel de endeudamiento no presenta una variación significativa con respecto al año anterior. El nivel de endeudamiento (definido como el pasivo total) cumple con las disposiciones de la Superintendencia General de Valores.

b. CAPTACIÓN EFECTIVA A PASIVO TOTAL

El cálculo de esta razón corresponde al saldo de deuda colocado entre el pasivo total.

Captación a Pasivo Total	En millones de colones			Variación Absoluta	%
	2016	2017	2018		
Captación	55 250	55 250	73 250	18 000	32,6%
Pasivo Total	500 234	512 249	510 497	- 1 752	-0,3%
Captación a Pasivo Total	11,0%	10,8%	14,3%	3,6%	33,0%

Esta razón representa las captaciones de la empresa respecto del pasivo total. Para el 2018, este indicador incrementa en 3,6% con respecto al año anterior, como resultado del

refinanciamiento de pasivos, así como al incremento en la deuda asociada al financiamiento para la construcción del Hotel W en Reserva Conchal.

2. CAPITALIZACIÓN

a. DIVIDENDOS

Actualmente, la Compañía no tiene una política de dividendos, pero ha mantenido activa la distribución de utilidades durante los últimos 10 años, tal como se muestra en el siguiente detalle:

Cuadro No. 6
Distribución de utilidades de los últimos 10 años
(en millones de colones)

Período	Utilidad Neta *	Dividendos	% de la Utilidad Neta
2008	¢ 24 127	¢ 13 514	56,0%
2009	¢ 36 153	¢ 9 503	26,3%
2010	¢ 27 834	¢ 12 385	44,5%
2011	¢ 29 178	¢ 13 609	46,6%
2012	¢ 45 280	¢ 19 039	42,0%
2013	¢ 33 594	¢ 19 391	57,7%
2014	¢ 36 507	¢ 19 887	54,5%
2015	¢ 45 856	¢ 21 531	47,0%
2016	¢ 55 932	¢ 23 907	42,7%
2017	¢ 54 784	¢ 26 889	49,1%
2018	¢ 46 170	¢ 29 164	63,2%

*Utilidad atribuible a la controladora.

La Asamblea General de Accionistas de FIFCO tiene la posibilidad de decretar los dividendos que se pagarán en el período. Asimismo, delega la decisión a discreción de la Junta Directiva para que, de acuerdo con el flujo de efectivo de la Compañía, proceda al pago correspondiente de forma trimestral, 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. COMPOSICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL

El capital social de FIFCO, se compone de la siguiente manera:

- Al 30 de setiembre de 2018, el Capital Social Autorizado de la Compañía era de ¢93,081,221,000.00 (noventa y tres mil ochenta y un millones doscientos veintiún mil colones), representado por 930,812,210 (novecientos treinta millones ochocientos doce mil doscientos diez) acciones comunes con un valor nominal de ¢100.00 (cien colones) cada una.
- En Asamblea General Extraordinaria de Accionistas realizada el 13 de diciembre del 2018, se aprobó por unanimidad, la reducción del Capital Social de Florida Ice and Farm Company, S.A., de ¢93,081,221,000 a ¢92,016,674,100. Lo anterior corresponde a 10,645,469 acciones comunes y nominativas de ¢100.00 cada una que se mantenían en Tesorería al 30 de setiembre de 2018. El cambio se autorizó mediante resolución SGV-R-3417 del 7 de marzo de 2019 de la Superintendencia General de Valores.

Cuadro No. 7
Historia del Capital Social por los últimos 3 años
En miles de colones

Fecha	Aumentos	Disminución	Nuevo Capital	Acciones En Tesorería
15-dic-16	-	233 154,30	93 734 043,40	(2 331 543)
14-dic-17	-	652 822,40	93 081 221,00	(6 528 224)
13-dic-18	-	1 064 546,90	92 016 674,10	(10 645 469)

c. PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE CAPITAL EXTRANJERO

Al 30 de septiembre de 2018, el porcentaje de participación de capital extranjero era de 11.71%.

D. CONTINGENCIAS

Florida Ice & Farm Company, S.A. y sus subsidiarias mantenían varios casos abiertos por contingencias tributarias en Costa Rica, además de otros procesos derivados del curso ordinario del negocio que aún están vigentes, que se revelan en los Estados Financieros Auditados del 2018. No obstante lo anterior, a la fecha de la presente publicación, las contingencias tributarias reveladas en la nota 28 de los Estados Financieros Auditados que no estaban prescritas fueron canceladas.

E. COMPROMISOS

Al 30 de setiembre 2018, Florida Ice and Farm Company, S.A. es codeudor y/o garante solidario de operaciones concedidas a subsidiarias por la suma de US\$75.000 en miles por operaciones de crédito que mantiene con bancos comerciales.

La Compañía tiene fianzas mercantiles a favor de terceros por la suma de US\$60.232 en miles para garantizar el cumplimiento de obligaciones contractuales.

Cervecería Costa Rica, S.A. y subsidiarias son garantes solidarios de operaciones por la suma de US\$415.545 en miles por operaciones de crédito. Una subsidiaria mantiene depósitos a plazo por US\$3.209 en miles garantizando compromisos con una entidad financiera.

Productora La Florida, S.A. mantiene garantías reales por un monto total de US\$9.486 en miles por procesos legales y US\$281 en miles por garantías de proyectos.

Distribuidora La Florida, S.A. mantiene garantías reales por un monto total de US\$262 en miles por garantías de proyectos.



CAPITULO TERCERO

INFORMACIÓN SOBRE LA EMPRESA EMISORA

A. HISTORIA Y DESARROLLO DE LA EMPRESA

Razón Social	Florida Ice and Farm Company, Sociedad Anónima
Teléfono	(506) 2437-6700
Fax	(506) 2437-7000
Sitio Web	www.fifco.com
E-Mail	webmaster@fifco.com
Apartado Postal	2046-3000 Heredia
Dirección	Heredia, Llorente de Flores, 250 metros sur de la entrada noreste de la planta de Cervecería Costa Rica.

1. CONSTITUCIÓN

Florida Ice and Farm Company, Sociedad Anónima, se encuentra inscrita en Costa Rica desde el día 05 de agosto de 1908, en el tomo 618, folio 219 y asiento 303 de la Sección Mercantil del Registro Público. Su número de cédula 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 FIFCO tienen todos los derechos que les otorga el Código de Comercio de Costa Rica y sus reformas.

2. BREVE RESEÑA HISTÓRICA

En 1908, un grupo de empresarios decidió constituir una empresa con el nombre de Florida Ice and Farm Company, Sociedad Anónima. En 1912, dicha compañía incursionó en la actividad cervecera del país al adquirir la Cervecería Traube, que fue la pionera en el arte cervecero en Costa Rica.

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

En 1966, se inaugura la planta denominada “Cervecería Costa Rica”, la cual ha sido desde entonces la principal empresa de este tipo en Costa Rica.

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

El 09 de junio de 1998, en las Asambleas Extraordinarias de Accionistas de Cervecería Tropical S.A. y de FIFCO, se aprobó el proyecto de fusión de ambas empresas, prevaleciendo FIFCO.

El 1 de agosto de 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 de 2007, se 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 de 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, FIFCO ingresa en una nueva actividad de manera directa pasando de socio a propietario de un proyecto Turístico – Inmobiliario.

En el mes de octubre de 2008, la Compañía decidió fusionar su estrategia de negocios con la de responsabilidad social para convertirse en una de las primeras empresas a nivel mundial en medir su éxito en las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental. Ser una compañía de Triple Utilidad significa que el éxito se mide de forma integral, no solo a través de logros económicos, sino también mediante la creación de valor en los ámbitos social y ambiental.

El 1 de mayo de 2011, FIFCO firmó un contrato de operación para que el hotel “Westin Playa Conchal Resort and Spa”, que es de su propiedad, fuera operado por el grupo Westin Hotel Management, LP, empresa subsidiaria de Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc.

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

El 20 de diciembre de 2011, FIFCO adquirió Corporación Musmanni, una compañía 100% costarricense dedicada a la producción de productos de panadería y repostería.

Con esta transacción, la Compañía buscó diversificar su negocio e incursionar en una nueva categoría en su portafolio de alimentos. Asimismo, adquirió los derechos de propiedad intelectual e industrial sobre la marca MUSMANNI.

El 17 de marzo de 2012, la Compañía 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. Adicionalmente, se formalizó 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, mediante el cual se designó a Distribuidora La Florida S.A. como el distribuidor exclusivo en el país del portafolio de productos importados por DIAGEO.

El 26 de octubre de 2012, la Compañía 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). Al momento de la compra se contaba con una planta de producción en el Estado de Nueva York y otras tres cervecerías ubicadas en Oregon, California y Vermont.

En el 2014, se incursionó en el mercado de la cerveza artesanal con la creación de la empresa La Micro Brewing Company, a través de la marca Domingo 7, aprovechando todos los conocimientos adquiridos de la subsidiaria NAB.

En febrero de 2015, se da la venta de la participación de FIFCO en Envases del Istmo, S.A. (ENDELIS) y se define un contrato de suplencia a largo plazo.

En el mes de septiembre de 2015, se da el cierre de operación de la planta de producción y el restaurante Ale House de North American Breweries en Berkeley, California, como una manera de lograr una mayor eficiencia en la cadena de producción. Como parte de este proceso, se honran todos los compromisos adquiridos con los colaboradores, proveedores y autoridades de gobierno, informando oportunamente las implicaciones respectivas que conlleva el cierre. Adicionalmente, se da una reubicación de ciertos activos productivos en la planta de Portland, Oregon.

En julio de 2016, la corporación mexicana Grupo LALA y Coopeleche establecen una alianza estratégica tripartita. Grupo LALA adquiere la Planta de Lácteos de Florida Bebidas ubicada en San Ramón de Alajuela, planta en la que produce su propia línea de productos, además de la línea Mú!. Florida Bebidas mantiene la comercialización y distribución de productos marca Mú! en el territorio nacional y adicionalmente, distribuirá los productos lácteos de LALA en el canal tradicional.

Durante el 2017 se inicia con la construcción del primer Hotel W Costa Rica, el cual abre sus puertas a finales de noviembre de 2018, el cual constituye una propuesta vibrante y moderna que energiza la escena turística de la zona de Guanacaste.

3. ACTIVIDAD

La principal actividad de la Compañía es la elaboración y comercialización de bebidas a través de marcas propias, y en menor proporción, marcas bajo licencia. Produce y distribuye cerveza, bebidas alcohólicas saborizadas, bebidas carbonatadas, bebidas de frutas, bebidas energizantes y té. La Compañía también elabora y comercializa productos alimenticios bajo marcas propias y realiza venta de artículos de conveniencia. Además, distribuye bajo licencia marcas de vino y otras bebidas alcohólicas y opera tiendas y restaurantes propios.

Adicionalmente, la Compañía mantiene inversiones en el sector inmobiliario, primordialmente con actividades relacionadas al desarrollo del negocio hotelero mediante contratos de gestión con una empresa de reconocida experiencia en la industria hotelera a nivel internacional, y al desarrollo de producto residencial turístico.

En la actualidad, la Compañía cuenta con más de 1,500 productos. Su sede se encuentra en Costa Rica y cuenta con operaciones en Guatemala, El Salvador y Estados Unidos. Se cuenta con 9 plantas de producción y 15 centros de distribución. La cadena de valor está compuesta por 6,275 proveedores locales e internacionales. Se exportan los productos a 18 países alrededor del mundo.

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

4. PRINCIPALES COMPETIDORES

El mercado de bebidas en que opera FIFCO es muy competitivo. Actualmente, los competidores directos de los productos de FIFCO en Costa Rica son 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 y otras bebidas), Grupo Ajecen (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 segmento de cerveza, la principal

competencia se ve reflejada en los importadores de cerveza y el creciente mercado de las cervezas artesanales.

En el campo turístico e inmobiliario, la competencia es muy amplia, pero el sector en que se enfoca la Compañía es muy exclusivo. Es importante indicar que el segmento hotelero tiene su principal estacionalidad en el verano en Costa Rica y el verano en Estados Unidos.

5. VISION GENERAL DEL NEGOCIO

a. SUBSIDIARIAS DE FIFCO

A continuación, se detallan las subsidiarias que tiene FIFCO al 30 de setiembre de 2018:

- **CERVECERIA COSTA RICA, S. A.**

La participación de la Compañía en esta empresa es del 75%. Su actividad principal es producir y distribuir bebidas envasadas y alimentos en Costa Rica, Estados Unidos y Guatemala.

- **FLORIDA INMOBILIARIA, S. A.**

La participación en esta empresa es del 100% y se dedica a brindar servicios de hotelería y afines, así como el desarrollo turístico e inmobiliario.

- **FLORIDA CAPITALES, S. A.**

La participación en esta empresa es del 100% y se dedicada a la administración de inversiones en acciones de compañías asociadas.

FIFCO mide las operaciones de sus segmentos de negocio, de acuerdo con políticas corporativas y contables. Dicha información se muestra en el siguiente cuadro de segmentos (en millones de colones):

Balance por Segmentos	Bebidas	Alimentos	Inmobiliario	Otros	Total Consolidado
Ventas netas	572 349	77 142	44 992	3 461	697 944
Costo de ventas	280 952	48 511	25 442	2 200	357 105
Gasto por depreciación	21 113	2 255	1 756	-	25 124
Amortización de activos intangibles	5 619	-	-	-	5 619
Utilidad Operativa	114 425	3 329	2 863	(1 766)	118 851

b. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

La estructura organizativa de la Compañía queda reflejada en el organigrama que se presenta a continuación:

Cuadro No. 8
Detalle de Subsidiarias

Subsidiarias	País	Porcentaje de participación	
		2018	2017
Cervecería Costa Rica, S.A.:	Costa Rica	75%	75%
Florida Bebidas y Alimentos, S.A.	Costa Rica	100%	100%
Florida Bebidas, S.A.	Costa Rica	100%	100%
Productora La Florida, S.A.	Costa Rica	100%	100%
Servicios Técnicos Labco, Ltda.	Costa Rica	8%	8%
Distribuidora La Florida, S.A.	Costa Rica	100%	100%
Embotelladora Centroamericana, Ltda.	Costa Rica	-	100%
Vinum Aura, S.A.	Costa Rica	100%	100%
HI Cuveé, S.A.	Costa Rica	100%	100%
HA&COM Bebidas del Mundo, S.A.	Costa Rica	50%	50%
Holcom Industrial, S.A.	Costa Rica	-	50%
Florida YSB, SA	Costa Rica	95%	95%
Empresa Social Nutrivida, SA	Costa Rica	100%	100%
Industrias Alimenticias Kern's y Compañía., S.C.A.	Guatemala	100%	100%
Industrias Alimenticias Kern's El Salvador, S.A. de C.V.	El Salvador	100%	100%
Florida Foods & Beverages Corp.	Estados Unidos de América	100%	100%
Grupo Musi, S.A.	Costa Rica	100%	100%
Premezclas Industriales para Panadería, S.A.	Costa Rica	100%	100%
Comapan, S.A.	Costa Rica	100%	100%
CCR American Holding, Inc	Estados Unidos de América	100%	100%
CCR American Breweries Inc:	Estados Unidos de América	100%	100%
North American Breweries Holdings, LLC	Estados Unidos de América	100%	100%
North American Breweries, Inc.	Estados Unidos de América	100%	100%
Labatt USA Operating Co, LLC	Estados Unidos de América	100%	100%
High Falls Operating Co, LLC	Estados Unidos de América	100%	100%
Independent Brewers United Corporation	Estados Unidos de América	100%	100%
Florida Inmobiliaria, S.A.:	Costa Rica	100%	100%
Reserva Conchal, S.A.	Costa Rica	100%	100%
North Península Holding (NPH), S.A.	Costa Rica	-	100%
Desarrollos Hoteleros Guanacaste, S.A.	Costa Rica	100%	100%
Florida Capitales, S.A.:	Costa Rica	100%	100%
Florida Servicios Corporativos, S.A.	Costa Rica	100%	100%
London Overseas, Inc.	Gran Caimán	100%	100%
Aeroservicios La Florida ASFL, S.A.:	Costa Rica	100%	100%
Florida Falcon Holding, Inc.	Estados Unidos de América	100%	100%

Las compañías: Empresas Comegua, S.A.; NBH, S.A.; Cervecería Panamá, S.A.; Sociedad Agrícola Auristela, S.A.; Desarrollos Inmobiliarios Aromo RTL, S.A. y Desarrollos Roble Sabana RTL, S.A., son empresas “asociadas” de FIFCO. La participación accionaria es inferior al 50% en cada una de ellas, a excepción de NBH, S.A. donde se cuenta con una participación del 75%. Además, por la dimensión de la inversión y 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.

c. PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO

i. PLANTAS

FIFCO posee cinco plantas de producción en Centroamérica según la naturaleza del producto (cerveza, refrescos naturales y aguas, néctares, alimentos y refrescos gaseosos). Además, tiene tres plantas para FIFCO USA ubicadas en Estados Unidos de América.

- Planta de producción #1: Se encuentra ubicada en el cantón de Belén, en la provincia de Heredia, Costa Rica. Destinada a la elaboración de productos con contenido alcohólico, como cervezas y BAS. La capacidad instalada en cajas equivalentes se muestra a continuación:

Línea	Capacidad instalada Cajas Equivalentes / Hora	% de Utilización 2018
Línea 1 Vidrio	609,40	52%
Línea 2 Vidrio	729,54	41%
Línea 3 Vidrio	1 412,33	67%
Línea 4 Lata	1 280,75	55%
Línea 5 Lata	1 695,96	25%
Línea 6 Barriles	15,91	41%

- Planta de producción #2: En esta planta, que está ubicada en San Joaquín de Flores, en la provincia de Heredia, Costa Rica, se elaboran productos sin contenido alcohólico: Cristal, Tropical y Tampico. La capacidad instalada de dicha planta es la siguiente:

Línea	Capacidad instalada Cajas Equivalentes / Año	% de Utilización 2018
Tropical PET Familiar	5 178 571	84,2%
Tropical Vidrio	N/A	N/A
Agua Cristal Bidón	2 523 810	61,6%
Agua Cristal PET + Tampico PET	1 529 762	55,8%
Agua Cristal, Tropical Té y Tampico (5 y 6 litros)	625 000	25,7%
Tropical PET Personal	3 404 762	96,2%

- Planta de producción #3: Localizada cerca de la ciudad de Guatemala, tiene una dimensión de 50,000 m². y se encarga de la elaboración de: néctares, jugos, conservas y frijoles. La capacidad instalada y el porcentaje de utilización de dicha planta es:

Tipo de Producto	Línea	Capacidad instalada	% de Utilización 2018
Bebidas	Línea 21	8910 l/h	51%
	Línea 22	4239 l/h	37%
	Línea 23	8250 l/h	31%
	Línea 53	1875 l/h	27%
	Línea 55	7000 l/h	14%
	Línea 56	4800 l/h	53%
Alimentos	Línea 11	80 kg/h	53%
	Línea 35	78 kg/h	38%
	Línea 38	78 kg/h	38%
	Línea 31	476,33 kg/h	41%
	Línea 34	959,46 kg/h	31%
	Línea 36	3892,26 kg/h	57%
	Línea 37	2158,78 kg/h	56%
	Línea 42	7655,23 kg/h	71%
	Línea 43	12432,10 kg/h	75%
	Línea 44	4678,20 kg/h	69%
Línea 46	4354,98 kg/h	37%	

- Planta de producción #4: Corresponde a la planta Embotelladora Centroamericana, Ltda. (ECSRL) ubicada en Barreal de Heredia, Costa Rica y se encarga principalmente de la producción de bebidas carbonatadas. La capacidad instalada de dicha planta es:

Línea	Capacidad instalada Cajas Equivalentes / Año	% de Utilización 2018
Vidrio	1 690 143	11%
Pep Familiares	6 752 857	88%
Post Mix	1 276 810	19%
Pep Personales	3 500 000	76%

- Planta de producción #5: es la encargada de la elaboración de productos de panadería, ubicada en La Uruca, San José, Costa Rica. La capacidad instalada de dicha planta es:

Línea	Capacidad instalada kg/h	% de Utilización 2018
Línea 1 - Meca 1	662,11	111%
Línea 2 - Meca 2	603,94	122%
Línea 3 - Meca 3	1 353,38	108%
Línea 4 - Uline	400,00	102%
Línea 5 - Polyline	347,64	55%
Línea 6 - Agriflex	1 985,32	26%
Línea 7 - Cakeline	271,66	24%
Línea 8 - Batidos	334,64	21%
Línea 9 - Galletas	146,32	32%

- Plantas de producción #6, 7 y 8: North American Breweries Holding LLC y sus subsidiarias (FIFCO USA) tiene su sede en Rochester, Nueva York y cuenta con tres fábricas de cerveza ubicadas en los estados de Nueva York, Oregon y Vermont. La capacidad instalada de estas plantas es la siguiente:

Línea	Capacidad instalada- Barriles / Año	% de Utilización 2018
Planta Rochester- Nueva York		
Linea 1 Latas 24 oz	375 602	104%
Linea 2 Botellas	222 636	33%
Linea 3 Latas 16 oz	715 285	92%
Linea Vidrio	894 942	81%
Linea "Draft"	89 582	57%
Linea "Packs"	306 566	88%
Planta Burlington-Vermont	144 000	52%
Planta Portland- Oregon	125 000	48%

Para el resguardo de la calidad, en cada una de las plantas se cuenta 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 la producción y verifican la calidad de las materias primas antes de ser adquiridas.

ii. SUCURSALES

Como sucursales en Costa Rica, se mantienen 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 al este de la capital en Costa Rica.

En el caso de Estados Unidos, se cuenta con cuatro locales minoristas de punto de venta directa al consumidor.

En Guatemala, tanto la planta de producción, como los centros de almacenaje y distribución se encuentran ubicados en Zona 18.

iii. DISTRIBUCIÓN

El Centro de Distribución del Área Metropolitana en Costa Rica, es un edificio con un área de bodega de 35,950 m² y 20,000 m² de alquiler con capacidad para almacenar y distribuir la totalidad de los productos de las fábricas de cerveza, bebidas no alcohólicas y alimentos.

Además, dicho centro se encuentra en un sitio de aproximadamente 14 hectáreas, de forma que se cuenta con suficiente espacio de parqueo y área de maniobras de los camiones. También se cuenta, en el Este del Gran Área Metropolitana de Costa Rica con un Centro de Distribución y almacenamiento de producto, con un área aproximada de 5,500 m².

La distribución en Estados Unidos se realiza por medio de una red de distribución con mayoristas claves.

Para el caso de Kern's se cuenta con dos centros de distribución con un área de 6,105 m² y 4,012 m² además de un espacio de alquiler de 4,584 m². Desde estos puntos, se realiza todo el almacenaje y distribución de jugos, néctares y alimentos tanto a clientes finales como a distribuidores tercerizados.

iv. INMOBILIARIA

Actualmente, Florida Inmobiliaria, S.A. es propietaria del 100% del proyecto turístico Reserva Conchal. Este se encuentra ubicado en la provincia de Guanacaste e incluye el Hotel Westin Playa Conchal Golf, Resort & Spa, el Hotel W Costa Rica 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 coadyuvan a proteger el patrimonio de los accionistas en caso de cualquier eventualidad.

d. EMPLEO Y RIQUEZA PARA LOS PAÍSES EN LOS QUE OPERA

En la actualidad, FIFCO se ha convertido en una compañía generadora de empleo directo e indirecto, al cierre fiscal de setiembre de 2018, la Compañía cuenta con 5824 empleados².

Además de pagar impuestos, dividendos y salarios, la Compañía invierte grandes sumas en las compras 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, principalmente en Costa Rica donde tiene su mayor operación. De esta forma, la Compañía contribuye de múltiples formas al bienestar de las geografías en donde se opera.

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 tengan facilidades recreativas que les sirvan a ellos y a sus familias. Los empleados de

² No incluye los empleados del Hotel Westin Playa Conchal Golf, Resort & Spa

FIFCO en Costa Rica, están organizados en asociaciones solidaristas, que cuentan con el apoyo total de la Compañía y que rinden grandes beneficios a los trabajadores.



CAPITULO CUARTO

RESULTADOS DE OPERACIÓN Y FINANCIEROS E INFORMACIÓN PROSPECTIVA

A. INFORME DE OPERACIONES 2017-2018

1. DIMENSIÓN ECONÓMICA

El 2018, trajo consigo un contexto económico y social complejo, en donde la empresa recurrió a la innovación y fortaleció sus capacidades comerciales, logrando un resultado económico positivo para el periodo reportado.

En esa dirección, la empresa se ha preparado y diversificado lo suficiente para lograr que los impactos no se magnifiquen en sus resultados de operación, esto pese a tener nuestra operación principal en una economía y región que ha mostrado condiciones adversas en este año. Al contrario, se ha fortalecido con procesos internos más eficientes, buscando una simplificación que le hace más ágil para adaptarse a los cambios de mercado.

Se han puesto como foco los esfuerzos que preparan a la empresa para enfrentar condiciones de mercado desfavorables, sean económicas o de la misma industria, como mayor competencia. Se trabajó en una reestructuración del apoyo del área financiera, para robustecer el esquema y acompañamiento que se realiza con las áreas de negocio y mejorar los procesos transaccionales.

Además, se iniciaron varios proyectos estratégicos en el área comercial, con un gran componente tecnológico, que buscan dar un giro a la forma en que canalizamos nuestros esfuerzos, para tener una mejor lectura de mercado y servir mejor a nuestros clientes y consumidores.

a. FLORIDA BEBIDAS Y ALIMENTOS

Durante el 2018, la compañía innovó en propuestas de valor creativas y diferentes, con lo cual logró mantener resultados estables en cuanto a rentabilidad. El consumidor cambió sus patrones de compra, dada la coyuntura económica y social retardadora que se presentó y esto se tradujo en una reducción del volumen de las principales categorías de consumo masivo. Adicionalmente, uno de los principales retos que se enfrentó, fue una falta de flexibilidad entre el aumento de los insumos, costos de producción y el precio de ventas final.

i. CERVEZA Y BEBIDAS ALCOHÓLICAS SABORIZADAS (BAS)

La Unidad de Cerveza y Bebidas Alcohólicas Saborizadas (BAS) reporta un comportamiento de ventas y rentabilidad estable versus el año anterior, con un modesto crecimiento en participación de mercado tanto en la categoría de cerveza como de BAS.

CERVEZA

Imperial alcanzó un hito más en su agenda de sostenibilidad, el lanzamiento de su plataforma de voluntariado “Águilas al Rescate” se suma a logros ambientales como ser la primera cerveza agua positiva del mundo y la incorporación de flotillas. Águilas al Rescate logró reunir más de 625 voluntarios para aportar a la restauración de la costa del Pacífico Central de Costa Rica. La marca concretó más de 6.200 horas de voluntariado, sembró más de 3.200 especies nativas, concretando un aporte importante en temas de conservación y fijación de carbono.

Pilsen lanzó por cuarto año consecutivo la campaña “Moviembre” la cual hace un llamado contra el cáncer de próstata, en cual se recaudaron y donaron 150.000 dólares. Durante este periodo relanza la campaña “República Parrillera” y la edición especial de “Latas Tatuadas” diseñadas por artistas costarricenses. Pilsen conecta su apoyo a la causa “Moviembre” con su programa de voluntariado dirigido a consumidores: Escuadrón Pilsen, vinculando a los consumidores con un propósito inspirador que lleva a la acción.

Bavaria refrescó su portafolio con la edición de temporada “Bavaria Summer Limited Edition”, tres extensiones inspiradas en el verano: Coconut Caribbean, Ginger Island y Mango Paradise. La marca se afianzó como la cerveza premium ideal para experimentar la gastronomía en Costa Rica. En mayo 2018, la marca lanzó la segunda edición del Bavaria Gastrofest, una experiencia gastronómica en la que una serie de reconocidos restaurantes presentaron su platillo insignia acompañado de una Bavaria.

Por su parte, Heineken refuerza su presencia en el mercado costarricense con el lanzamiento de Heineken Draft en más de un centenar de puntos de venta. Lo anterior, se suma a una agenda de presencia de marca mucho más contundente, como es el primer evento propio para la final del campeonato de fútbol europeo “Champions League”. La marca cierra el 2018 revitalizada y con un crecimiento de doble dígito.

La Micro Brewing Company cerró el periodo con un crecimiento de doble dígito contra año anterior, tanto en ventas como en participación de mercado. Durante el periodo reportado, destaca el gane de la Medalla de Oro en la Copa Cervecera de América con la cerveza Floripondia y el inicio de exportaciones de la marca Domingo 7 a Panamá.

BEBIDAS ALCOHÓLICAS SABORIZADAS

La categoría de Bebidas Alcohólicas Saborizadas tiene un crecimiento de doble dígito durante el 2018, generado por la regionalización de marcas claves en el mercado centroamericano.

Como en años anteriores, la innovación en la categoría es una constante. Los lanzamientos de Chilli Bamboo, Bamboo Naranja, Smirnoff Bluberry y su variación en sabor Mandarina se suman al portafolio, capturando la preferencia de los consumidores.

VINOS Y DESTILADOS

Florida Vinos y Destilados tuvo un muy positivo desempeño comercial, con un crecimiento en ventas y rentabilidad.

Entre los hitos del año, destaca una reestructuración del equipo, con una mayor especialización en canales y un rediseño de procesos, al mismo tiempo que se fomenta una cultura de trabajo centrada en la experiencia del consumidor, para promover la expansión de las diferentes categorías. Como hecho subsecuente, se da la segunda edición de la feria más grande de vino “El Camino del Vino”, esfuerzo clave para la promoción del vino como categoría y aumentar el conocimiento de diferentes cepas y países de origen.

VINUM STORE

Con locales en Escazú y Tibás, Vinum Store consolida su oferta de punto especializado para la compra de vinos y destilados. Este año, la tienda de Escazú fue remodelada con el fin de mejorar la experiencia de compra, ofreciendo además una experiencia distinta al estar contiguo al nuevo concepto “L’Artisan Café”.

i. FIFCO USA

El cambio de nombre es un paso importante con el que FIFCO USA refuerza su identidad y cultura. Transmite el pertenecer a “algo más grande” con impacto positivo en todos los públicos con los que nos relacionamos, logrando a su vez un mayor sentido de pertenencia y orgullo para los colaboradores.

El contexto en el que se desenvuelve FIFCO USA es muy competitivo y está en constante evolución. Los crecimientos de volumen en este mercado vienen a través de la innovación, tanto en extensiones de línea, empaques, así como en nuevas categorías. FIFCO USA se suma a esta innovación, muestra de ello el lanzamiento de Pura Still, agua con alcohol con un toque de sabor.

Durante este periodo, se registra un cambio significativo en los resultados comerciales de FIFCO USA especialmente a partir del mayo 2018, logrando un crecimiento contra el año anterior.

Este crecimiento moderado pero relevante se logra gracias a un modelo mucho más simple y ágil de ventas y relaciones comerciales, con un foco en canales sobre geografías, entre otros cambios.

ii. REFRESCOS Y LÁCTEOS

La unidad de Refrescos y Lácteos logró un crecimiento en ventas y en participación de mercado en Costa Rica, esto a pesar de un entorno comercial retador. Las principales marcas del portafolio consolidan su liderazgo y renuevan su oferta con productos balanceados, reafirmando el compromiso de la compañía con la agenda de reducción de azúcar establecida como parte del compromiso de liderazgo en materia de Consumo Inteligente Integral.

La categoría de isotónicas logra un crecimiento en participación de mercado, impulsado por una relevante estrategia en medios digitales y acercamiento con públicos clave.

Según se planteó en el acuerdo comercial entre Lala y FIFCO, la multinacional Lala inició exitosamente la operación de la planta de manufactura de lácteos.

iii. INDUSTRIAS ALIMENTICIAS KERN'S (IAK)

El negocio de alimentos crece en volumen y rentabilidad versus el año anterior en los mercados de Costa Rica y Estados Unidos.

Se reporta un aumento en participación de mercado en la categoría de frijoles, en la cual destacó el lanzamiento de los frijoles Ducal Picante Medio. Este nuevo producto robustece el portafolio con una presentación de frijoles rojos con salsa inglesa, condimentos y picante.

Durante el 2018, el negocio atraviesa una importante reestructuración comercial a nivel regional, impactando las áreas de mercadeo, trademarketing y ventas. La implementación de un nuevo modelo de ida al mercado en El Salvador se tradujo en resultados positivos en este importante mercado.

iv. FLORIDA RETAIL

La propuesta de valor de nuestra cadena Musi son precios competitivos, productos frescos y una variedad o surtido de productos de conveniencia, con horarios amplios y ubicación estratégica. La cercanía y rapidez, que forman parte del concepto de conveniencia, son parte de las principales ventajas.

La renovación de imagen de marca, apoyada por una fuerte campaña en medios, ha revitalizado la experiencia del consumidor e impulsado el acercamiento de nuevos clientes. Asimismo, el desarrollo de un food truck y un stand de la marca, han permitido la conexión con nuevos grupos generacionales a través de la participación en eventos masivos tales como Oktoberfest, TEDx y FIA. El modelo de negocio colaborativo de Musmanni se ha fortalecido mediante el ingreso de nuevos franquiciados y la participación en ferias de franquicias en Costa Rica y Panamá. Por último, los procesos de innovación en bebidas hechas en el momento, bajo la marca propia 'Vaso Lleno', y el desarrollo de nuevos productos en panadería y cafetería, han favorecido de igual forma a mantener vigente una marca con más de 100 años de trayectoria.

MUSI Y PANADERIAS MUSMANNI

La apertura de 29 puntos de venta, así como la suma de 20 franquiciados a la cadena Musmanni confirman la consolidación de la oferta en tiendas de conveniencia y panaderías de Florida Retail. La unidad continúa con un enfoque de venta de bebidas, logrando en el formato Musi un crecimiento de doble dígito en esta categoría. Se suma a estos resultados un crecimiento relevante en la categoría de pan.

En el 2018, se confirma el éxito de la nueva imagen de las Panaderías Musmanni que con un estilo "oasis" ofrecen un espacio más cálido y acogedor, pero a la vez moderno, donde incluso se le da la oportunidad al consumidor de sentarse y tomarse un café ahí mismo.

L'ARTISAN CAFÉ

L' Artisan Café by Florida, es el nuevo formato que se une a Florida Retail. Es un café con inspiración europea, el cual ofrece diferentes opciones en bebidas y comida. Está ubicado en Escazú, San José, Costa Rica.

v. CADENA DE ABASTECIMIENTO

Este año se logró la integración del área de Cadena de Abastecimiento para todas las operaciones de FIFCO. Se definió una única estructura global de compras, una gerencia de compras con cuatro líderes especializados por categorías. Además, se logró integrar todas las plantas de manufactura, tres en Estados Unidos y cuatro en Centroamérica. Las áreas de SHE, TPM, Administración de Ingeniería y Administración de Proyectos, también fueron reestructuradas apuntando a una mayor eficiencia organizacional.

Sumado a estos importantes cambios a nivel de estructura, destaca la modernización de la planta de producción en Rochester, Estados Unidos, con una inversión cercana a los USD \$50.000.000.

Como parte de los nuevos proyectos, se creó un grupo enfocado en innovación, uno para Centroamérica y otro para Estados Unidos, que ayuda al desarrollo y lanzamiento de los nuevos productos.

b. FLORIDA HOSPITALIDAD

La unidad de Hospitalidad tiene como rol principal el desarrollar negocios sostenibles de Hospitalidad (bares, restaurantes y hoteles), que ofrezcan experiencias memorables de consumo para las bebidas de FIFCO, capaces de influenciar el mercado en general.

La apertura e inicio de operaciones de RePública Casa Cervecera constituye la innovación más importante de la unidad para el periodo 2018. Este formato se abre un espacio en el segmento del “On Premise”, con una oferta diferenciada apalancada en la producción de la cerveza de la casa en sitio al contar con una micro cervecería ubicada dentro del local.

i. HOTEL W

El 29 de noviembre de 2018, se realiza la apertura del primer Hotel W Costa Rica, el cual cuenta con 150 habitaciones (incluyendo suites), 5 bares y restaurantes, Spa y un Beach Club privado, entre otras facilidades, generando más de 200 empleos directos de mano de obra local, con una inversión superior a los 50 millones de dólares.

ii. RESERVA CONCHAL, PROYECTO INMOBILIARIO

En mayo 2018, FIFCO asume administración de la oficina de bienes inmuebles en Reserva Conchal y se logra un crecimiento relevante de la contribución de utilidades comparado con el año anterior.

iii. HOTEL WESTIN GOLF RESORT & SPA PLAYA CONCHAL

La operación logra exceder la utilidad operativa contra presupuesto y el año anterior. Adicionalmente, se obtiene un buen desempeño de la unidad de Golf, con un aumento en el número de rondas.

Durante el periodo reportado, la operación inmobiliaria logró importantes resultados en su agenda social y ambiental, destaca la participación de sus colaboradores en las jornadas de voluntariado, así como el inicio de operaciones del proyecto de paneles

solares. La inversión supera los US\$350K y cuenta con 1,382 paneles que proveerán cerca del 8% del consumo eléctrico del hotel, con una reducción de la huella de carbono de 40 toneladas de dióxido de carbono. Esta iniciativa representa el proyecto de generación distribuida para autoconsumo más grande del Pacífico Norte del país; así como el de mayor magnitud instalado por FIFCO hasta la fecha en sus operaciones.

iv. ON PREMISE

RePública Casa Cervecera

Identificada como la innovación más relevante de la Unidad de Hospitalidad, RePública Casa Cervecera inicia operaciones y se suma a la escena de bares y restaurantes de Costa Rica, bajo un esquema en el que FIFCO mantiene una participación mientras que la operación es asumida por un tercero. Seis meses luego de su apertura, se logra superar el punto de equilibrio, registrando a su vez, un aumento sostenido de la visitación.

Bar Imperial

En junio 2018, FIFCO inaugura el tercer Bar Imperial, ubicado en el Aeropuerto Internacional Daniel Oduber Quirós, Guanacaste, Costa Rica. El Bar Imperial tiene el objetivo ofrecer una experiencia auténtica costarricense a los locales y en especial a los extranjeros que visitan Costa Rica. Cabe destacar que este nuevo Bar Imperial es el primero de su tipo en iniciar operaciones bajo el modelo de franquicia, en esta oportunidad Morpho Travel Retail es el operador del local bajo esta marca.

c. FLORIDA CAPITALES

Florida Capitales es la subsidiaria de FIFCO a través de la cual se manejan las inversiones en las asociadas.

i. COMEGUA

COMEGUA logra un relevante crecimiento de doble dígito tanto en ventas como en rentabilidad. La innovación, entendida en esta oportunidad como la introducción de envases de menor peso, aporta a los resultados logrados.

En materia de sostenibilidad se logra un aumento en el reciclaje de un 15%, convirtiéndolo en el mayor reciclador de este tipo en Centroamérica y el Caribe.

ii. CERVECERÍA INCECA

Durante el periodo 2018, Nicaragua inicia una crisis política y económica. A pesar de la situación, la Cervecería mantuvo su fuerza laboral estable. En cuanto a resultados comerciales las ventas de la categoría de cerveza crecieron moderadamente con una leve afectación en la categoría de refrescos. INCECA consolida la cadena de tiendas de conveniencia más grande de Nicaragua con un total de 36 puntos de venta.

En materia de sostenibilidad el negocio da pasos en una agenda de reducción de azúcar en el portafolio y “Agua Positivo”.

iii. CERVECERÍA PANAMÁ

Cervecería Panamá reportó un decrecimiento en ventas y rentabilidad, así como pérdida de participación de mercado. Destaca una búsqueda de mayor eficiencias y productividades. El negocio retoma la distribución de forma directa, tanto almacenes como flotilla. En cuanto a portafolio sobresale el relanzamiento de la marca Panamá Light.

2. DIMENSIÓN SOCIAL INTERNA

FIFCO comparte con sus colaboradores un propósito que trasciende generaciones y que hace que todos se sientan parte del algo que le da sentido a su trabajo en la empresa. “Compartir con el mundo una mejor forma de vivir” es un punto de conexión que une aun en nuestras diferencias.

FIFCO se potencia desde la diversidad de los equipos, habilidades y experiencias para ser más rápida, ágil y disruptiva. Por ello, se ha enfocado en diseñar una organización menos jerárquica, habilitando con ello el trabajo en redes colaborativas empoderadas. Las cuales logran una mayor agilidad en la implementación de cambios e iniciativas en la organización.

Para acompañar el desarrollo del talento interno, en el 2018, se inaugura la UFIFCO, una plataforma virtual con más de 22.000 contenidos, entre cursos, tutoriales y videos. Un espacio de aprendizaje inclusivo en donde vamos un paso adelante impactando no solo a nuestros colaboradores sino también, a familiares, clientes y proveedores.

a. BIENESTAR INTEGRAL

La empresa está comprometida en garantizar un espacio de trabajo seguro, a la vez que promueve el bienestar integral de los colaboradores y la calidad de vida entendida en términos: físicos, emocionales, psicológicos y financieros.

i. PROGRAMA ESTAR BIEN

Desde el 2015, se mantiene el programa “Estar Bien”, el cual ofrece a los colaboradores una atención integral en temas de salud física y mental. Este se renueva de forma anual, con el fin de motivar la participación de los colaboradores. La agenda de este programa es liderada por el departamento de Seguridad, Salud y Ambiente.

Durante el 2018 se trabajó en el fortalecimiento de 4 pilares para promover el bienestar integral de los colaboradores:

- Estar Seguro
- Estar Saludable
- Estar en Forma
- Estar Feliz

b. FIFCO OPORTUNIDADES

Con su programa FIFCO Oportunidades la compañía logra que los beneficiarios de la primera generación del programa superaran su condición de pobreza extrema por ingreso, según la catalogación del Instituto Mixto de Ayuda Social de Costa Rica (IMAS). Este programa, el cual nace en mayo del 2014, busca erradicar la pobreza extrema dentro de la fuerza laboral de FIFCO, iniciando con los colaboradores de la unidad de Florida Bebidas y luego extendiendo el mismo a los negocios de Florida Retail y Reserva Conchal.

c. GESTIÓN DEL TALENTO

En cuanto a ambiente laboral destaca la aplicación del índice internacional *Great Place To Work*, la cual se realizó en el mes de octubre del 2017, bajo la modalidad de sondeo, en la cual se consultó aproximadamente a un 60% de los colaboradores de la empresa, en los diferentes negocios y geografías. El sondeo revela FIFCO continúa registrando puntuaciones positivas que mantienen a la compañía dentro del ranking de mejores empresas para trabajar en la región, con un puntaje de 81 en el índice de confianza y 79 en el índice de liderazgo.

d. DERECHOS HUMANOS

FIFCO apoya y promueve el respeto por los Derechos Humanos tanto en su operación directa como en su cadena de valor.

La Compañía toma como referencia la Carta Internacional de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, compuesta por tres instrumentos: Declaración Universal de los Derechos Humanos, Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, y el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Adicional a esto FIFCO toma en cuenta los principios establecidos dentro del Pacto Global de las Naciones Unidas.

El Código de Ética y Conducta Comercial de Negocios de FIFCO, plasma el compromiso corporativo con los Derechos Humanos.

3. DIMENSIÓN SOCIAL EXTERNA

La innovación social y ambiental es un pilar en nuestra estrategia de Triple Utilidad, el proyecto Océano el cual busca erradicar el plástico tal cual se conoce hoy, se consolidó como una iniciativa con metas claras y una importante ruta de acción que busca abordar un reto mundial.

Este año, el programa de voluntariado "Elegí Ayudar", sumó más de 145 mil horas de voluntariado, lo que nos lleva al 61% de cumplimiento del compromiso de lograr un millón de horas de voluntariado para el año 2020. Esta cifra además consolida a FIFCO como una de las empresas que más horas de voluntariado realiza en Centroamérica.

Un hito del 2018 es el involucramiento de los consumidores, las marcas se apropian de la herramienta del voluntariado como una forma de ir más allá, mitigar las huellas o impactos propios del producto, a la vez que conectan a través de un propósito con sus consumidores.

a. CONSUMO INTELIGENTE INTEGRAL

Durante el periodo 2018, se dan importantes avances en la agenda de Consumo Inteligente Integral, implementando iniciativas enfocadas en la educación y la promoción de la adopción de hábitos y patrones de consumo responsable para los segmentos de alimentos y bebidas, con y sin alcohol, así como promoviendo estilos de vida balanceados y activos entre las diferentes poblaciones que se impactan. Por otro lado, también se avanzó, en conjunto con las marcas, en los mapas de reducción de nutrientes huella de los productos.

b. INVERSIÓN SOCIAL ESTRATÉGICA

Como ciudadano corporativo, la empresa va más allá de contribuir filantrópicamente y de mitigar las huellas operativas, centrándose en inversión social en las comunidades en las que opera y contribuyendo a causas nacionales y globales de una forma estratégica.

i. NUTRIVIDA

Nutrivida cierra el año 2018 con un leve crecimiento contra el año anterior, fortalece el canal institucional y relanza la Red MANU.

Durante este año, las ventas institucionales representaron alrededor del 50% de la venta total, mientras que el 46% del producto facturado se colocó en las principales cadenas de supermercados.

ii. PROGRAMA DE EDUCACIÓN DUAL

Este 2018, el Programa de Formación Dual egresará su quinta generación de estudiantes, los cuales se desarrollaron en dos áreas de especialidad: saloner bartender profesional y gastronomía. Esta última con dos modalidades: cocinero de hotel y cocinero C.

Esta generación está compuesta por 31 nuevos cocineros y 24 nuevos saloner-bartenders, cifra que representa la más alta cantidad de egresados en estas disciplinas desde los inicios del programa en el 2014.

iii. PROGRAMA DE VOLUNTARIADO ELEGÍ AYUDAR

El Programa de voluntariado “Elegí Ayudar” de FIFCO se gestiona en los cuatro países donde se opera. Con 10 años de haber sido lanzado y siendo pionero en Costa Rica y Guatemala, FIFCO se propone que para el 2020 se hayan acumulado 1 millón de horas de voluntariado. El 2018 es un año histórico para Elegí Ayudar, logrando una cantidad récord en Costa Rica y la región en horas de voluntariado destinadas a causas sociales y ambientales: 145.741 horas.

El programa superó en un 24% la meta propuesta para el año, la cual era de 117.500 horas.

c. ÉTICA Y TRANSPARENCIA

La ética y transparencia son parte fundamental y transversal de la operación de FIFCO. En cada acción, proyecto y relación, permea la integridad y honestidad, que son el eje transversal del negocio.

El Código de Ética y Conducta Comercial de Negocios aborda el tema de forma contundente, al especificar cuáles son aquellos comportamientos esperados en los colaboradores, mecanismos de denuncia y reclamación existentes, así como el tratamiento dado a temas de corrupción.

Todos los miembros del órgano de gobierno, los empleados y los socios empresariales están en la obligación de leer y firmar el Código de Ética y una colilla de este se archiva en el expediente del funcionario de la Compañía. Dicho código aplica para todas las unidades de Costa Rica, El Salvador y Guatemala; NAB se rige bajo su propio código.

El total de funcionarios de nuevo ingreso fue de 1.765, de acuerdo con las políticas y procedimientos para luchar contra la corrupción se les han informado a 1.108 funcionarios de nuevo ingreso en Costa Rica y 166 en Guatemala, los cuales representan un 27% y 23% de los empleados activos al 30-09-2018, respectivamente. Un total de 816 proveedores inscritos en Costa Rica, 100 de Guatemala y 9 en El Salvador, firmaron el Código de proveedor responsable; un documento que incluye los principales apartados del Código de Ética.

4. DIMENSIÓN AMBIENTAL

Durante el 2018, FIFCO continua en la ruta de mejorar el desempeño ambiental de sus procesos, operaciones y productos para generar valor ambiental agregado al negocio, la sociedad y las diferentes partes interesadas, así como al ambiente. Tras los compromisos ambientales de FIFCO para el 2020 la estrategia ambiental incorpora elementos adicionales que vienen a reforzar el compromiso de la organización en materia ambiental. Estos retos planteados, llevan a FIFCO a un nuevo estándar de sostenibilidad, trascendiendo la compensación de las huellas, sino ir más allá con la generación de valor ambiental positivo a través de las marcas.

a. INDICADOR GLOBAL DE DESEMPEÑO AMBIENTAL: ECO-FIFCO

La medición de desempeño ambiental por negocio sigue siendo la forma más efectiva para gestionar la Dimensión Ambiental en FIFCO bajo un esquema de mejora continua, que nos permite identificar y prevenir riesgos ambientales, así como gestionar de forma adecuada y oportuna los aspectos e impactos ambientales de las operaciones.

El indicador global de desempeño ambiental ECO-FIFCO, el cual mide el desempeño ambiental en todas las unidades de negocio, cerró en un 113% de cumplimiento. Esto quiere decir que de forma global se excedieron las metas ambientales planteadas integradas para todo FIFCO.

b. PRINCIPALES RESULTADOS E HITOS DEL PERIODO

AGENDA AGUA POSITIVA

En consumo global de agua, FIFCO logra una reducción del 5% contra año anterior:

- Mayor eficiencia en consumo y uso de este recurso en la operación de FIFCO USA, específicamente en la operación ubicada en Rochester, Nueva York: se pasó de 6,1 hectolitros de agua por hectolitro producido (hlw/ hlpr) a un consumo de 5,4 hectolitros por hectolitro producido. Se registra una reducción del 11,5%.
- La operación de manufactura de bebidas carbonatadas logra estar por debajo del estándar de PEPSICO Internacional, con 1,92 hlw/hlpr.
- Florida Bebidas Costa Rica, así como la marca Cerveza Imperial, mantienen su condición de Agua Positivo, es decir llegan a una condición de neutralidad en consumo de agua y con una compensación adicional del 25%.

AGENDA EMISIONES | CARBONO POSITIVO

FIFCO logra una reducción del 11% contra el consumo del año 2017 en la emisión de Gases de Efecto Invernadero:

- Las operaciones de Florida Bebidas Costa Rica, Manufactura de Florida Retail y Florida Hospitalidad mantienen su condición Carbono Positivo, es decir, logran una condición de neutralidad y sobrepasan con compensación adicional para alcanzar a un balance positivo.
- El 2018 se convierte un año histórico para la Barra Imperial, al certificarse como un evento Carbono, Agua y Desechos Positivo.
- Otro hito es la instalación del primer sistema de refrigeración con gas natural en la planta de manufactura de Florida Retail.
- La operación de Florida Hospitalidad apuesta a las energías renovables con el proyecto de paneles solares de autoconsumo más grande del Pacífico Norte de Costa Rica.

AGENDA DESECHOS

FIFCO logra una reducción del 25% de los residuos post industriales contra año anterior.

- La operación de Florida Bebidas Costa Rica logra la reconocida certificación inglesa “Zero Waste to Landfill” de The Carbon Trust.
- Florida Retail logra un estado de cero absoluto de desechos post industriales.
- Avances relevantes en la clasificación, separación y valorización de residuos en las operaciones FIFCO USA y Florida Retail.

RECICLAJE POST CONSUMO

El programa de reciclaje post consumo de FIFCO ha tenido una gran trayectoria en el país desde sus inicios en el 2008. Como parte de 7 Compromisos Ambientales y Sociales anunciados en el año 2017, la empresa se propuso lograr el 100% de reciclaje de los envases que se colocan en el mercado para el 2020. Este año 2018 la empresa se acerca a esa meta con un 77% de recuperación de los envases colocados.

OCÉANOS: AGENDA DE ERRADICACIÓN DEL PLÁSTICO TAL COMO LO CONOCEMOS HOY

En el periodo 2017, se inició una importante agenda de erradicación del plástico tal cual se conoce hoy, que tiene el nombre de Océanos. Durante el 2018 se dieron avances importantes, pasando de una idea a una realidad. Siguiendo una metodología de innovación disruptiva, un equipo multidisciplinario de colaboradores de FIFCO lidera esta importante iniciativa.

Bajo este modelo colaborativo se investiga sobre materiales bio basados y compostables, concretando alianzas con distintos organismos académicos, involucrando a suplidores globales, centros de investigación y proveedores, así como cualquier otro ente que pueda colaborar en el objetivo.

FIFCO AIR BRANDS

Durante el 2018 destacan los siguientes avances en esta importante agenda, tanto en materia social como ambiental:

- Definición de mapas de reducción de azúcar y grasa para los productos más relevantes de los portafolios de bebidas y alimentos.
- Avance en procesos de definición de propósitos de marca.
- Definición del Sustainability Brand Index (SBI) para las marcas Ducal y Musmanni.

- Medición de huellas de agua y carbono de las marcas: Imperial, Tropical y Agua Cristal.
- Medición del patrón de consumo de Cerveza Imperial.
- Implementación de voluntariado con consumidores como mecanismos de reducción, compensación y generación de valor positivo de las diferentes huellas sociales y ambientales de las marcas: Tropical, Cristal, Pilsen e Imperial.

BIODIVERSIDAD

Ninguna de las instalaciones propias o arrendadas, para las operaciones de bebidas y alimentos son adyacentes, contienen o están ubicadas en áreas protegidas o áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad.

CERTIFICACIONES AMBIENTALES Y OTROS RECONOCIMIENTOS

Luego de los procesos de auditoría interna y externa de INTECO (Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica), las tres instalaciones de manufactura de Florida Bebidas mantienen su certificación del Sistema de Gestión Ambiental bajo la norma ISO 14001:2004. Además, dos instalaciones de dichas instalaciones fueron a su vez acreedoras del galardón de Bandera Azul Ecológica del Instituto de Acueductos y Alcantarillados de Costa Rica (AyA).

La operación de panificación industrial de Florida Retail mantuvo también su certificación ISO 14001, con la nueva versión 2015 de la norma, así como la verificación de la huella de Carbono mediante la norma ISO 14064-1.

En cuanto a Florida Hospitalidad, se mantuvo la certificación ISO 14001:2004 de The Westin Hotel, Spa and Golf Playa Conchal. Adicionalmente, el hotel obtuvo su Certificación de Sostenibilidad Turística, subiendo a la máxima categoría de 5 hojas otorgadas por parte del Instituto Costarricense de Turismo de Costa Rica (ICT). Por otro lado, se mantuvieron las certificaciones de Bandera Azul Ecológica (BAE) del Instituto de Acueductos y Alcantarillados de Costa Rica (AyA) para la Playa Conchal (dos estrellas) y para Reserva Conchal como comunidad costera (cuatro estrellas), así como la certificación ambiental de Audubon para la Cancha de Golf con la que cuenta el Proyecto.

QUEJAS, DENUNCIAS Y SANCIONES

Durante el periodo 2018 ninguna de las unidades de negocio de FIFCO ha sido sujeta a sanciones administrativas o judiciales relacionados con temas ambientales en los países donde operamos.



CAPITULO QUINTO

DIRECTORES, PERSONAL GERENCIAL Y EMPLEADOS

A. DIRECTORES

Los directores fueron electos en Asamblea General Ordinaria de Accionistas celebrada el 15 de diciembre de 2016, por el periodo del 1 de enero del 2017 al 31 de diciembre de 2018.

Ilustración 1
Junta Directiva vigente hasta el 31 de diciembre 2018



La Junta Directiva se encuentra integrada de la siguiente forma:

Cuadro No. 9
Junta Directiva vigente hasta el 31 de diciembre 2018

CARGO	PERSONA	DETALLES
Presidente	Wilhelm Steinworth Herrera	Año de nacimiento: 1953
		Ingresó a la Junta Directiva en 1993
Vicepresidente	Rodolfo Jiménez Borbón	Año de nacimiento: 1938
		Ingresó a la Junta Directiva en 1966
Secretario	Arturo Alexis Loría Agüero	Año de nacimiento: 1953
		Ingresó a la Junta Directiva en 1988
Tesorero	José Rossi Umaña	Año de nacimiento: 1961
		Ingresó a la Junta Directiva en 2006
Vocales	Sergio Egloff Gerli	Año de nacimiento: 1954 Ingresó a la Junta Directiva en 2011
	Shannon Music Gamboa	Año de nacimiento: 1979 Ingresó a la Junta Directiva en 2018
	Philippe Garnier Diez	Año de nacimiento: 1980 Ingresó a la Junta Directiva en 2018
Fiscal	Roberto Truque Harrington	Año de nacimiento: 1955
		Ingresó a la Junta Directiva en 2012

COMITÉ DE AUDITORIA	
Sergio Egloff Gerli	Presidente
Arturo Alexis Loría Agüero	Secretario
Roberto Truque Harrington	Miembro

Nota: No existen relaciones de parentesco entre los miembros de la Junta Directiva y los miembros de la Administración.

B. PERSONAL GERENCIAL

El personal Directivo y Gerencial de FIFCO tiene amplia experiencia en la Compañía, así como en empresas 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 Compañía.

Ilustración 2
Personal Gerencial



Cuadro No. 10
Directores de Florida Ice and Farm Company, S.A.

CARGO	PERSONA	DETALLES
Director General	Ramón de Mendiola Sánchez	Nacionalidad: Costarricense Año de nacimiento: 1964 Ingreso 1º de Agosto del 2003 Años de laborar para la Empresa: 15
Director de Finanzas y Servicios Corporativos	Carlos Manuel Rojas Koberg	Nacionalidad: Costarricense Año de nacimiento: 1967 Ingreso 1º de Noviembre de 2003 Años de laborar para la Empresa: 15
Director Corporativo de Cadena de Abastecimiento	Arnoldo Prada Carrillo	Nacionalidad: Costarricense Año de nacimiento: 1963 Ingreso 1º de Junio de 2004 Años de laborar para la Empresa: 14
Director de Bebidas y Alimentos	Rolando Carvajal Bravo	Nacionalidad: Costarricense Año de nacimiento: 1970 Ingreso 27 de Octubre de 2003 Años de laborar para la Empresa: 15
Director North American Breweries	Adrian Lachowski	Nacionalidad: Argentino Año de nacimiento: 1967 Ingreso 01 de abril de 2013 Años de laborar para la Empresa: 5
Directora de Recursos Humanos	Scarlett Pietri Verenzuela	Nacionalidad: Venezolana Año de nacimiento: 1970 Ingreso 15 de marzo del 2007 Anos de laborar para la Empresa: 11
Directora de Relaciones Corporativas	Gisela Sánchez Maroto	Nacionalidad: Costarricense Año de nacimiento: 1974 Ingreso 1º de agosto de 2008 Años de laborar para la Empresa: 10
Director Florida Hospitalidad	Helmuth Sauter Ortiz	Nacionalidad: Costarricense Año de nacimiento: 1966 Ingreso 5 de Marzo del 2004 Años de laborar para la Empresa: 14
Director Florida Retail	Javier Sibaja Oviedo	Nacionalidad: Costarricense Año de nacimiento: 1961 Ingreso 23 de Enero del 2012 Años de laborar para la Empresa: 6
Directora de Servicios Legales	Mariel Lucia Picado Quevedo	Nacionalidad: Costarricense Año de nacimiento: 1973 Ingreso 15 junio de 2005 Años de laborar para la Empresa: 13
Auditor Interno	Fabrizio Papianni Martinez	Nacionalidad: Colombiano Año de nacimiento: 1969 Ingreso 10 de Enero del 2011 Años de laborar para la Empresa: 7
Asesor Legal	Bufete LLM Abogados Bufete Fernández Sagot Vector Legal Abogados	

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, Vicepresidente, Director General y al Director de Finanzas y Servicios Corporativos.

Adicionalmente, tienen poder para comunicar Hechos Relevantes a la Superintendencia General de Valores el señor Carlos Manuel Rojas Koberg, quien ocupa actualmente el cargo de Director de Finanzas y Servicios Corporativos y la señora Maureen Phillips Murillo, Gerente Corporativo de Tesorería y Riesgo.

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

Las políticas de compensación se han establecido conforme a 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) y gerentes, el plan general de remuneración establece un esquema compuesto principalmente de salario base, seguro médico y de vida y gratificación anual por el logro de objetivos, en efectivo y en acciones.

Las acciones que se utilizan en el plan de compensación por logros obtenidos se compran en el mercado secundario. Este esquema funciona como un plan de retención, debido a que las acciones se asignan a los beneficiarios en un plazo de 4 años.

D. PERSONAL

Al 30 de setiembre de 2018, FIFCO emplea directamente a 5824³ personas, entre personal de planta, distribución, administración y servicio. Adicionalmente, miles de personas trabajan en empresas que directa o indirectamente se relacionan con la Compañía.

Cuadro No. 11

³ No incluye los empleados del Hotel Westin Playa Conchal Golf, Resort & Spa

Distribución del personal por país
(datos al 30 de setiembre 2018)

País	2018
Guatemala y El Salvador	723
Estados Unidos (NAB)	1 030
Costa Rica	4 071
Total Empleados	5 824

El 82% de los empleados de FIFCO en Costa Rica están organizados en Asociaciones Solidaristas, que cuenta con el apoyo total de la Compañía, y que rinde grandes beneficios a sus asociados.

E. PARTICIPACIÓN SOCIAL

Al 30 de setiembre de 2018, los empleados de FIFCO a través de la Asociación Solidarista de Empleados (Asoflorida, S.A.) tienen una participación de 0.38% del capital accionario total.

En lo que se refiere a los niveles de directores de unidades estratégicas de negocios su participación es de 0.16% del capital accionario total.

Actualmente, ninguno de los miembros de Junta Directiva de FIFCO tiene derechos ni restricciones de suscripción preferentes.

Actualmente, los estatutos de FIFCO no incluyen ninguna cláusula 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 Compañía mantiene transacciones comerciales con compañías asociadas, las cuales suplen algunos servicios y materiales para la operación. Estas compañías son las siguientes:

Compañía
Vidriera Centroamericana S.A.
Compañía Cervecera de Nicaragua, S.A.
Vidriera Guatemalteca S. A.
Cervecería Panamá, S. A.
Heineken Internacional, BV.
Inversiones Cerveceras Centroamericanas, S.A.

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

Saldos (En millones de colones)	Al 30 de septiembre	
	2018	2017
<i>Por cobrar:</i>		
Compañía Distribuidora Nicaragua, S.A.	640	371
Heineken Internacional , BV	220	215
Compañía Cervecera de Nicaragua S.A	46	21
	906	607
<i>Documentos por cobrar</i>		
Cervecería Panamá, S.A.	6308	6057
<i>Por pagar:</i>		
Vidriera Centroamericana, S.A.	904	514
Vidriera Guatemalteca, S.A.	0	48
Compañía Cervecera Nicaragua, S.A.	0	36
Heineken Brouwerijen, BV	165	0
	1069	598

Fuente: Estados Financieros Auditados Florida Ice and Farm Company, S.A. 2018

Las tasas de interés para créditos en colones oscilan entre 5,75% a 9,00% y dólares entre 3,00% a 5,56% en el 2018, (en colones oscilan entre 4,55% a 9,00% y dólares entre 3,00% a 5,56% en el 2017).

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

Transacciones (En millones de colones)	Al 30 de septiembre	
	2018	2017
Compras de envases de vidrio:		
Vidriera Centroamericana, S.A.	7586	4053
Compañía Cervecera Nicaragua, S.A.	253	264
Vidriera Guatemalteca, S.A.	80	87
	7919	4404
Ingreso por intereses:		
Cervecería Panamá, S.A.	283	211
Heineken Internacional , BV:		
Ingreso por venta de producto	1227	1566
Reintegro de gastos	194	157
	1421	1723
Dividendos recibidos:		
Inversiones Cerveceras Centroamericanas S.A.	7507	7054
Cervecería Panamá, S.A.		2029
Sociedad Agrícola Auristela, S.A.		95
	7507	9178
Gastos por servicios:		
Compañía Cervecera Nicaragua, S.A.	115	116

Fuente: Estados Financieros Auditados Florida Ice and Farm Company, S.A. 2018



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.
- Indicar otra información que deba suministrarse de acuerdo con las características de la emisión.



FIFCO 

Compartimos con el **Mundo**
una mejor forma de **Vivir**

FLORIDA ICE AND FARM COMPANY, S.A.
| T. 2437-6700 | www.fifco.com

Florida Ice and Farm Company, S.A., Prospecto 2019, Página 77 de 77