Un grupo de personas frente a un camión

Descripción generada automáticamente con confianza baja

ggggggggggggggggggggggggggggggggggggggggggg

# Prospecto

# Florida Ice and Farm Company, S.A,

## Emisiones inscritas y autorizadas por la Superintendencia General de Valores

ACCIONES COMUNES, MONTO POR ¢89,449,402,500.00

Debidamente autorizada en Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria de accionistas celebrada el 14 de marzo del 2022. Mediante la resolución SGV-R-3770 del 11 de agosto del 2022, 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 | ₡50.000.000.000,00 |
| Bonos estandarizados E-2013 | 13 de diciembre de 2013 | SGV-R-2873 | ₡50.000.000.000,00 |
| Bonos estandarizados F-2019 | 20 de febrero de 2019 | SGV-R-3411 | ₡50.000.000.000,00 |
| Bonos estandarizados G-2020 | 23 de octubre de 2020 | SGV-R-3587 | ₡75.000.000.000,00 |

PUESTOS DE BOLSA REPRESENTANTES

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
| Inversiones SAMA S.A., Puesto de Bolsa S.A. | Mercado de Valores de Costa Rica, Puesto de Bolsa S.A. | Popular Valores, Puesto de Bolsa S.A. | BAC San José, 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: AGOSTO DE 2022

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 esta 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.

## Tabla de contenido

Contenido

[Prospecto 2](#_Toc108162999)

[Florida Ice and Farm Company, S.A, 2](#_Toc108163000)

[Emisiones inscritas y autorizadas por la Superintendencia General de Valores 2](#_Toc108163001)

[Notas importantes para el inversionista 3](#_Toc108163002)

[Tabla de contenido 4](#_Toc108163003)

[Índice de Cuadros 7](#_Toc108163004)

[Índice de ilustraciones 8](#_Toc108163005)

[Capítulo 1. 9](#_Toc108163006)

[Información sobre las emisiones, la oferta e identificación de los directores, gerentes y asesores involucrados con el proceso de oferta pública 9](#_Toc108163007)

[1. Información sobre las emisiones 10](#_Toc108163008)

[1.1. Emisiones de Deuda 10](#_Toc108163009)

[1.2. Emisión de Acciones 24](#_Toc108163010)

[2. Identificación de los directores, gerentes y asesores involucrados con el proceso de oferta pública 26](#_Toc108163011)

[Capítulo 2. 27](#_Toc108163012)

[Información esencial 27](#_Toc108163013)

[1. Factores de riesgo que afectan a la emisión y a la empresa 28](#_Toc108163014)

[1.1. Riesgos 28](#_Toc108163015)

[1.2. Políticas de reducción de riesgo 32](#_Toc108163016)

[2. Análisis de indicadores financieros 36](#_Toc108163017)

[2.1. Índices de liquidez 37](#_Toc108163018)

[2.2. Índices de rentabilidad 37](#_Toc108163019)

[2.3. Índices de actividad 39](#_Toc108163020)

[3. Endeudamiento y capitalización 43](#_Toc108163021)

[3.1. Endeudamiento 43](#_Toc108163022)

[3.2. Capitalización 44](#_Toc108163023)

[4. Contingencias (al 31 de diciembre de 2021) 45](#_Toc108163024)

[5. Compromisos (al 31 de diciembre de 2021) 47](#_Toc108163025)

[Capítulo 3. 48](#_Toc108163026)

[Información sobre la empresa emisora 48](#_Toc108163027)

[1. Historia y desarrollo de la empresa 49](#_Toc108163028)

[1.1. Constitución 49](#_Toc108163029)

[1.2. Breve reseña histórica 49](#_Toc108163030)

[1.3. Actividad 51](#_Toc108163031)

[1.4. Principales competidores 52](#_Toc108163032)

[2. Visión general del negocio 53](#_Toc108163033)

[2.1. Subsidiarias de FIFCO 53](#_Toc108163034)

[2.2. Estructura organizativa 54](#_Toc108163035)

[2.3. Propiedades, planta y equipo 55](#_Toc108163036)

[2.4. Empleo y riqueza para los países en los que opera 58](#_Toc108163037)

[Capítulo 4. 59](#_Toc108163038)

[Resultados de operación y financieros e información prospectiva 59](#_Toc108163039)

[1. Resultados de Operación - Dimensión Económica 60](#_Toc108163040)

[FIFCO en el contexto de pandemia 61](#_Toc108163041)

[1.1. Florida Bebidas y Alimentos 62](#_Toc108163042)

[1.2. FIFCO USA 64](#_Toc108163043)

[1.3. Alimentos 65](#_Toc108163044)

[1.4. Florida Retail 65](#_Toc108163045)

[1.5. Florida Hospitalidad 66](#_Toc108163046)

[1.6. Florida Capitales 67](#_Toc108163047)

[1.7. Otros resultados de operación 67](#_Toc108163048)

[2. Resultados de Operación - Dimensión Social Interna 69](#_Toc108163049)

[2.1. FIFCO Oportunidades 69](#_Toc108163050)

[2.2. Derechos Humanos. Diversidad e Inclusión 69](#_Toc108163051)

[2.3. Alineamiento Organizacional 70](#_Toc108163052)

[2.4. Gestión del Talento 70](#_Toc108163053)

[2.5. FIFCO Segura 70](#_Toc108163054)

[3. Resultados de Operación - Dimensión Social Externa 71](#_Toc108163055)

[3.1. Consumo Inteligente Integral 72](#_Toc108163056)

[3.2. Impacto Social por COVID-19 72](#_Toc108163057)

[3.3. Programa de Voluntariado Elegí Ayudar 73](#_Toc108163058)

[3.4. Nutrivida 73](#_Toc108163059)

[3.5. Agenda de Sostenibilidad estuvo basada en la gobernanza. 74](#_Toc108163060)

[3.6. Ética y Transparencia 74](#_Toc108163061)

[4. Resultados de Operación - Dimensión Ambiental 75](#_Toc108163062)

[4.1. Uso de materiales 75](#_Toc108163063)

[4.2. Agenda de envases: Océanos 76](#_Toc108163064)

[4.3. Agua y saneamiento 76](#_Toc108163065)

[4.4. Energía, emisiones y carbono positivo 77](#_Toc108163066)

[4.5. Certificaciones ambientales y otros reconocimientos 78](#_Toc108163067)

[4.6. Quejas. denuncias y sanciones 78](#_Toc108163068)

[Capítulo 5. 79](#_Toc108163069)

[Directores, personal gerencial y empleados 79](#_Toc108163070)

[1. Personal Gerencial 81](#_Toc108163071)

[1.1. Representación Judicial y Extrajudicial 84](#_Toc108163072)

[2. Políticas generales de compensación de los directores y personal gerencial 84](#_Toc108163073)

[3. Personal 85](#_Toc108163074)

[4. Participación social de directores. personal gerencial y empleados 86](#_Toc108163075)

[Capítulo 6. 87](#_Toc108163076)

[Participaciones significativas y transacciones con partes relacionadas 87](#_Toc108163077)

[1. Participaciones significativas 88](#_Toc108163078)

[2. Transacciones con partes relacionadas 88](#_Toc108163079)

[Capítulo 7. 90](#_Toc108163080)

[Información financiera 90](#_Toc108163081)

[1. Anexos al prospecto 91](#_Toc108163082)

[2. Periodicidad de la información a los inversionistas 91](#_Toc108163083)

## Índice de Cuadros

[Tabla 1 - Programa de emisiones de bonos estandarizados C-2011 en colones 10](#_Toc100159480)

[Tabla 2 - Emisión de Bonos Estandarizados (Programa C-2011) 11](#_Toc100159481)

[Tabla 3 - Programa de emisiones de Bonos Estandarizados E-2013 en colones 12](#_Toc100159482)

[Tabla 4 - Emisión de Bonos Estandarizados (Programa E-2013) 13](#_Toc100159483)

[Tabla 5 - Programa de Emisión de Bonos Estandarizados F-2019 14](#_Toc100159484)

[Tabla 6 - Emisión de Bonos Estandarizados (Programa F-2019) 15](#_Toc100159485)

[Tabla 7 - Programa de Emisión de Bonos Estandarizados G-2020 16](#_Toc100159486)

[Tabla 8 - Valor de Mercado de las acciones al 30 de setiembre del año respectivo (1) 24](#_Toc100159487)

[Tabla 9 - Mecanismos de Recompra de Acciones 26](#_Toc100159488)

[Tabla 10 - Funcionarios involucrados en el proceso de oferta pública 26](#_Toc100159489)

[Tabla 11 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – Costa Rica 33](#_Toc100159490)

[Tabla 12 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – Guatemala 34](#_Toc100159491)

[Tabla 13 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – El Salvador 34](#_Toc100159492)

[Tabla 14 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – Estados Unidos 35](#_Toc100159493)

[Tabla 15 - Razones financieras, en millones de colones 36](#_Toc100159494)

[Tabla 16 - Liquidez Corriente 37](#_Toc100159495)

[Tabla 17 - Razón Ácida 37](#_Toc100159496)

[Tabla 18 - Utilidad Neta a Activo Total 38](#_Toc100159497)

[Tabla 19 - Utilidad Neta a Ventas 38](#_Toc100159498)

[Tabla 20 - Utilidad Neta a Patrimonio Neto 38](#_Toc100159499)

[Tabla 21 - Utilidad por Acción 39](#_Toc100159500)

[Tabla 22 - Periodo medio de cobro de cuentas por cobrar comerciales 39](#_Toc100159501)

[Tabla 23 - Periodo medio de pago 40](#_Toc100159502)

[Tabla 24 - Días de Inventario 40](#_Toc100159503)

[Tabla 25 - Rotación de Inventario 40](#_Toc100159504)

[Tabla 26 - Rotación de Activo Fijo 41](#_Toc100159505)

[Tabla 27 - Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros 41](#_Toc100159506)

[Tabla 28 - Cuentas Incobrables a Ventas Netas 42](#_Toc100159507)

[Tabla 29 - Antigüedad de Documentos y Cuentas por Cobrar, Períodos 2019-2020-2021 42](#_Toc100159508)

[Tabla 30 - Activos y Pasivos en Moneda Extranjera 43](#_Toc100159509)

[Tabla 31 - Pasivo Total a Patrimonio Neto (Excluyendo las Utilidades Disponibles) 43](#_Toc100159510)

[Tabla 32 - Captación Efectiva a Pasivo Total 44](#_Toc100159511)

[Tabla 33 - Distribución de utilidades de los últimos 10 años (en millones de colones) 44](#_Toc100159512)

[Tabla 34 - Historia del Capital Social por los últimos 3 años 45](#_Toc100159513)

[Tabla 35 - Ventas por zona geográfica 52](#_Toc100159514)

[Tabla 36 - Balance por segmentos de negocio (en millones de colones) 53](#_Toc100159515)

[Tabla 37 - Detalle de Subsidiarias 54](#_Toc100159516)

[Tabla 38 - Capacidad instalada de Planta de Producción #1 55](#_Toc100159517)

[Tabla 39 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #2 55](#_Toc100159518)

[Tabla 40 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #3 56](#_Toc100159519)

[Tabla 41 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #4 56](#_Toc100159520)

[Tabla 42 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #5. 57](#_Toc100159521)

[Tabla 43 - Principales hitos de categoría cerveza y BAS 62](#_Toc100159522)

[Tabla 44 - Principales hitos de categoría refrescos 64](#_Toc100159523)

[Tabla 45 - Principales hitos de la categoría de alimentos 65](#_Toc100159524)

[Tabla 46 - Principales hitos de Florida Retail 66](#_Toc100159525)

[Tabla 47 - Principales hitos de Florida Hospitalidad 66](#_Toc100159526)

[Tabla 48 - Principales hitos de Florida Capitales 67](#_Toc100159527)

[Tabla 49 - Iniciativas de Sostenibilidad a lo largo de la cadena de valor 68](#_Toc100159528)

[Tabla 50 - Acciones realizadas en las distintas geografías durante el 2021 70](#_Toc100159529)

[Tabla 52 - Agendas de Consumo Inteligente Integral 72](#_Toc100159530)

[Tabla 53 - Junta Directiva vigente hasta el 31 de diciembre 2021 80](#_Toc100159531)

[Tabla 54 - Paquete compensación ejecutiva 84](#_Toc100159532)

[Tabla 55 - Acciones adjudicadas y traspasadas 85](#_Toc100159533)

[Tabla 56 - Distribución del personal por país 85](#_Toc100159534)

[Tabla 57 - Porcentaje de colaboradores afiliados a Asociaciones Solidaristas 85](#_Toc100159535)

[Tabla 58 - Saldos con partes relacionadas 88](#_Toc100159536)

[Tabla 59 - Transacciones con partes relacionadas 89](#_Toc100159537)

## Índice de ilustraciones

[Ilustración 1 - Gobernanza de la emergencia 71](#_Toc100159538)

[Ilustración 2 - Junta Directiva vigente 80](#_Toc100159539)

Imagen que contiene tabla, alimentos, comida, hombre

Descripción generada automáticamente

# Capítulo 1.

# Información sobre las emisiones, la oferta e identificación de los directores, gerentes y asesores involucrados con el proceso de oferta pública

## 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.

### Emisiones de Deuda

A la fecha, FIFCO tiene aprobadas 5 emisiones de bonos estandarizados en colones (aprobados bajo 3 Programas de bonos diferentes), cuyas principales características se presentan a continuación:

1. Programa de emisiones de bonos estandarizados C-2011 en colones, bajo los acuerdos de autorización de la SUGEVAL SGV-R-2531 del 30 de setiembre de 2011 y SGV-R-2740 del 14 de noviembre del 2012, con las siguientes características:

Tabla 1 - Programa de emisiones de bonos estandarizados C-2011 en colones

|  |  |
| --- | --- |
| **Monto global del programa y moneda:** | ¢50.000.000.000,00 (Colones) |
| **Clase de Instrumento:** | Bonos estandarizados |
| **Moneda de la emisión:** | (\*) |
| **Monto emisión:** | (\*) |
| **Valor facial:** | (\*) |
| **Fecha de emisión:** | (\*) |
| **Fecha de vencimiento:** | (\*) |
| **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 |
| **Forma de representación:** | Anotación en cuenta |
| **Ley de Circulación:** | A la orden |
| **Mecanismo de colocación:** | (\*) Colocación Directa, subasta por bolsa y suscripción en firme o en garantía |
| **Calificación de riesgo:** | Scr AAA |
| **Destino de los recursos:** | Capital de trabajo, la inversión en activos productivos medianos y largo plazo y/o la sustitución de pasivos financieros. Dichos pasivos financieros se refieren a deuda bancaria y la sustitución de éstos se hará de conformidad con criterios de oportunidad y conveniencia estratégica para el Emisor, en el momento en que se reciban los recursos. |

Notas:

(\*) Estas características serán informadas mediante Comunicado de Hecho Relevante al menos 2 días hábiles antes de la fecha de colocación del primer tracto de cada serie.

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

Las características propias de cada serie de bonos vigente, emitidas bajo el Programa C-2011, se detallan en el siguiente cuadro:

Tabla 2 - Emisión de Bonos Estandarizados (Programa C-2011)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Clase de Instrumento:** | Bonos estandarizados | |
| **Programa:** | C-2011 | |
| **Nombre de la emisión:** | **Serie C-3** | **Serie C-4** |
| **Plazo:** | 10 años | 10 años |
| **Monto de la emisión:** | ₡12.150.000.000 | ₡22.850.000.000 |
| **Código ISIN:** | CRFIFCOB0998 | CRFIFCOB1004 |
| **Nemotécnico:** | bfc3c | bfc4c |
| **Fecha de emisión:** | 03 de julio 2013 | 26 de noviembre 2013 |
| **Fecha de vencimiento:** | 03 de julio 2023 | 26 de noviembre 2023 |
| **Forma de representación:** | Anotación en cuenta | |
| **Tasa de interés bruta (1):** | 9,62% | Tasa Básica Pasiva (TBP)+2% |
| **Tasa de interés neta (2):** | Tasa Bruta menos impuesto sobre la renta | |
| **Moneda:** | Colones | |
| **Denominación o valor facial:** | ¢1.000.000 (Un millón) | |
| **Forma de colocación:** | Suscripción en firme | |
| **Factor de cálculo:** | 30/360 | |
| **Periodicidad:** | Cupón trimestral al vencimiento | |
| **Ley de Circulación:** | A la orden | |
| **Calificadora de Riesgo:** | Sociedad Calificadora de Riesgo Centroamericana, S.A. | |
| **Calificación de Riesgo:** | Scr AAA (CR) | |

(1) De conformidad con el apartado de tasas de interés del presente prospecto

(2) De conformidad con el apartado de tratamiento tributario para las emisiones del presente prospecto.

1. Programa de Emisión de Bonos Estandarizados E-2013 en colones, bajo el acuerdo de autorización de la SUGEVAL SGV-R-2873 del 13 de diciembre del 2013, con las siguientes características:

Tabla 3 - Programa de emisiones de Bonos Estandarizados E-2013 en colones

|  |  |
| --- | --- |
| **Monto global del programa y moneda:** | ¢50.000.000.000 (Colones) |
| **Clase de instrumento:** | Bonos Estandarizados |
| **Moneda de la emisión:** | (\*) |
| **Monto de emisión:** | (\*) |
| **Valor facial:** | (\*) |
| **Fecha de emisión:** | (\*) |
| **Fecha de vencimiento:** | (\*) |
| **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 |
| **Forma de representación:** | Anotación en cuenta |
| **Ley de Circulación:** | A la orden |
| **Mecanismo de colocación:** | (\*) Colocación Directa, subasta y suscripción (en garantía o en firme) |
| **Calificación de riesgos:** | Scr AAA |
| **Destino de los recursos:** | Captación de recursos para capital de trabajo, la inversión de activos productivos de mediano y largo plazo, y/o la sustitución de pasivos financieros. (Deuda bancaria) |

Notas:

(\*) Estas características serán informadas mediante Comunicado de Hecho Relevante al menos 2 días hábiles antes de la fecha de colocación del primer tracto de cada serie.

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

Las características propias de cada serie de bonos vigente, emitidas bajo el Programa E-2013, se detallan en el siguiente cuadro:

Tabla 4 - Emisión de Bonos Estandarizados (Programa E-2013)

|  |  |
| --- | --- |
| **Clase de Instrumento:** | Bonos estandarizados |
| **Programa:** | E-2013 |
| **Nombre de la emisión:** | **Serie E-2** |
| **Plazo:** | 5 años |
| **Monto de la emisión:** | ₡23.000.000.000 |
| **Código ISIN:** | CRFIFCOB1020 |
| **Nemotécnico:** | bfe2c |
| **Fecha de emisión:** | 24 de setiembre 2018 |
| **Fecha de vencimiento:** | 19 de julio 2023 |
| **Forma de representación:** | Anotación en cuenta |
| **Tasa de interés bruta:** | 10,50% |
| **Tasa de interés neta (1):** | Tasa Bruta menos impuesto sobre la renta |
| **Moneda:** | Colones |
| **Denominación o valor facial:** | ¢1.000.000 (Un millón) |
| **Forma de colocación:** | Suscripción en firme |
| **Factor de cálculo:** | 30/360 |
| **Periodicidad (2):** | Cupón trimestral al vencimiento |
| **Ley de Circulación:** | A la orden |
| **Calificadora de Riesgo:** | Sociedad Calificadora de Riesgo Centroamericana, S.A. |
| **Calificación de Riesgo:** | Scr AAA (CR) |

Notas:

(1) De conformidad con el apartado de tratamiento tributario para las emisiones del presente prospecto.

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

1. Programa de Emisión de Bonos Estandarizados F-2019 en colones, bajo el acuerdo de autorización de la SUGEVAL SGV-R-3411 del 20 de febrero de 2019, con las siguientes características:

Tabla 5 - Programa de Emisión de Bonos Estandarizados F-2019

|  |  |
| --- | --- |
| **Monto total del programa y moneda:** | ¢50.000.000.000 (Colones) |
| **Clase de Instrumento:** | Bonos estandarizados |
| **Moneda de la emisión:** | (\*) |
| **Monto de emisión:** | (\*) |
| **Valor facial:** | (\*) |
| **Fecha de emisión:** | (\*) |
| **Fecha de vencimiento:** | (\*) |
| **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 |
| **Forma de representación:** | Anotación en cuenta |
| **Ley de Circulación:** | A la orden |
| **Mecanismo de colocación:** | (\*) Colocación directa, subasta y contratos de suscripción. |
| **Calificación de riesgos:** | Scr AAA |
| **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. |

Notas:

(\*) Estas características serán informadas mediante Comunicado de Hecho Relevante al menos 2 días hábiles antes de la fecha de colocación del primer tracto de cada serie.

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

Las características propias de cada serie de bonos vigente, emitidas bajo el Programa F-2019, se detallan en el siguiente cuadro:

Tabla 6 - Emisión de Bonos Estandarizados (Programa F-2019)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Clase de Instrumento:** | Bonos estandarizados | |
| **Programa:** | F-2019 | |
| **Nombre de la emisión:** | **Serie F-1** | **Serie F-2** |
| **Plazo:** | 2130 días | 2130 días |
| **Monto de la emisión:** | ₡25.000.000.000 | ₡25.000.000.000 |
| **Código ISIN:** | CRFIFCOB1038 | CRFIFCOB1046 |
| **Nemotécnico:** | bff1c | bff2c |
| **Fecha de emisión:** | 8 de marzo 2019 | 21 de junio del 2019 |
| **Fecha de vencimiento:** | 8 de febrero 2025 | 21 de mayo del 2025 |
| **Forma de representación:** | Anotación en cuenta | |
| **Tasa de interés bruta (1):** | Tasa Básica Pasiva (TBP)+2,75% | |
| **Tasa de interés neta (2):** | Tasa Bruta menos impuesto sobre la renta | |
| **Moneda:** | Colones | |
| **Denominación o valor facial:** | ¢1.000.000 (Un millón) | |
| **Forma de colocación:** | Suscripción en firme | |
| **Factor de cálculo:** | 30/360 | |
| **Periodicidad:** | Trimestral | |
| **Ley de Circulación:** | A la orden | |
| **Calificadora de Riesgo:** | Sociedad Calificadora de Riesgo Centroamericana, S.A. | |
| **Calificación de Riesgo:** | Scr AAA (CR) | |
| **Otras características:** | El último cupón se ajustará a la fecha de vencimiento | |

Notas:

(1) De conformidad con el apartado de tasas de interés del presente prospecto.

(2) De conformidad con el apartado de tratamiento tributario para las emisiones del presente prospecto.

1. Programa de Emisión de Bonos Estandarizados G-2020 en colones, bajo el acuerdo de autorización de la SUGEVAL SGV-R-3587 del 23 de octubre de 2020, con las siguientes características:

Tabla 7 - Programa de Emisión de Bonos Estandarizados G-2020

|  |  |
| --- | --- |
| **Monto total del programa y moneda:** | ¢75.000.000.000 (Colones) |
| **Clase de Instrumento:** | Bonos estandarizados |
| **Moneda de la emisión:** | Colones costarricenses o dólares estadounidenses (\*) |
| **Monto de emisión:** | (\*) |
| **Valor facial:** | (\*) |
| **Fecha de emisión:** | (\*) |
| **Fecha de vencimiento:** | (\*) |
| **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 o al momento en que se redima, en caso de emisiones con esta característica. |
| **Forma de representación:** | Anotación en cuenta |
| **Ley de Circulación:** | A la orden |
| **Mecanismo de colocación:** | (\*) Colocación directa, subasta y contratos de suscripción. |
| **Calificación de riesgos:** | Scr AAA (CR) |
| **Características especiales:** | Redención anticipada (\*) |
| **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 en 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. |

Notas:

(\*) Estas características serán informadas mediante Comunicado de Hecho Relevante al menos 2 días hábiles antes de la fecha de colocación del primer tracto de cada serie.

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

1. **Tasa de interés**

Para las series con tasa de interés ajustable en colones, se utilizará alguna de las siguientes tasas de referencia, la cual se indicará en el Hecho Relevante de convocatoria respectivo:

* Tasa Básica Pasiva.
* Tasa de Referencia Interbancaria (TRI).
* Curva de Rendimiento Soberana del BCCR.

Para las series con tasa de interés ajustable en dólares, se utilizará la Prime Rate como tasa de referencia, lo cual se indicará en el Hecho Relevante de convocatoria respectivo:

**Características:**

1. **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. **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. **Curva de rendimiento soberana del BCCR:** 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 reestimará 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%20Metodol%C3%B3gica%20Curva%20de%20Rendimiento%20Soberana%20de%20Costa%20Rica.pdf. La tasa por 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.
4. **Prime Rate:** corresponderá a la reportada por el sistema Bloomberg dos días hábiles antes de la fecha de inicio de cada período de pago de intereses más un premio establecido en puntos porcentuales. La Tasa Prime es la tasa base de los préstamos corporativos publicados por al menos el 70% de los 10 bancos más grandes de EE. UU. de acuerdo con el cálculo de Wall Street Journal. Su cálculo se realiza diariamente y puede ser consultada en la siguiente dirección del Banco Central de Costa Rica https://gee.bccr.fi.cr/indicadoreseconomicos/Cuadros/frmVerCatCuadro.aspx?idioma=1&CodCuadro=%2060. La metodología del cálculo de la Prime puede ser consultada en el siguiente sitio web http://www.wsj.com/mdc/public/page/2\_3020-moneyrate.html?mod=2\_0031. Se mantendrá como sitio alterno aparte del BCCR para obtener la información de las tasas, el sitio web https://www.federalreserve.gov/releases/h15/.

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.

De no ser posible acceder a la información de la tasa de referencia en el lugar de publicación oficial, se tomará la última referencia disponible para realizar el siguiente pago.

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 mantendrán hasta el vencimiento de la emisión ligada a dicho indicador.

Las series podrán tener un piso y techo, esto queda a criterio de FIFCO. En caso de que se decida incluir esta característica, el anuncio se realizará mediante Comunicado de Hecho Relevante al menos dos días hábiles antes de la primera colocación de cada serie.

1. **Forma de colocación**

Los programas de emisiones de bonos estandarizados en colones 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.

1. *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.

1. *Colocación por bolsa*

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

1. **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, entre otros; 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 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.

1. **Garantías**

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

1. **Calificación de riesgo**

En sesión ordinaria N° 1152022 del 28 de abril de 2022, la empresa Sociedad Calificadora de Riesgo Centroamericana, S.A., basada en información financiera no auditada a setiembre de 2021 y auditada a diciembre de 2021, acordó otorgar la calificación scrAAA(CR) para las emisiones C-3, C-4, E-2, F-1 y F-2 y el Programa de Emisión de Bonos Estandarizados G-2020 de Florida Ice and Farm Company, S.A, con una perspectiva estable.

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”. “Perspectiva observación: Se percibe que la probabilidad de cambio en el mediano plazo depende de la ocurrencia de un evento en particular.”

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](http://www.scriesgo.com)).

1. **Redención anticipada**

A la fecha de este Prospecto no hay ningún Programa de Emisión con saldo pendiente de colocación y ninguna de las emisiones en circulación tiene la una opción de redención anticipada.

No obstante, las emisiones del Programa de Emisión de Bonos Estandarizados G-2020 podrán tener la opción de redención anticipada, lo cual se comunicará mediante Hecho Relevante dos días hábiles antes de la colocación del primer tracto de cada serie.

Las opciones de redención anticipada son discrecionales del emisor. Dicha redención se realizará en efectivo, al precio que se haya establecido para dicha redención. El precio de redención y la fecha a partir de la cual rige la redención serán definidos al menos (2) días antes de la fecha de colocación de las emisiones, a través de un comunicado de Hecho Relevante. El emisor comunicará con al menos diez (10) días hábiles 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 diez (10) días hábiles de anticipación a dicha fecha. Los tenedores de las series estandarizadas a redimir no podrán negarse a venderlas.

En caso de que la redención sea parcial, ésta se podrá realizar una o más veces a discreción del emisor, no existiendo límites mínimos o máximos sobre el monto a redimir, con la única excepción de que en ningún caso podrá quedar como remanente un saldo de la serie en circulación menor 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 por 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 la 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 la Interclear Central de Valores S.A. el día de la fecha de redención.

1. **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.

El objetivo de las emisiones E-2, F-1 y F-2 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.

El objetivo de las emisiones correspondientes al Programa de Emisión de Bonos Estandarizados G-2020 es la captación de recursos para capital de trabajo, la inversión en 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.

1. **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.

1. **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.

1. **Agente de pago**

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

1. **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.

1. **Tratamiento tributario para las emisiones**

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 adquiera. 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.

1. **Emisiones inscritas en otros mercados**

FIFCO no tiene emisiones inscritas en otros mercados.

### Emisión de Acciones

La Asamblea General Extraordinaria de Accionistas realizada el 14 de marzo del 2022, se aprobó, la reducción del Capital Social de Florida Ice and Farm Company, S.A., de ¢89,804,664,800 a ¢89,449,402,500. La reducción corresponde a 3,552,623 acciones comunes y nominativas de ¢100,00 cada una, que actualmente son mantenidas en Tesorería.

Al 31 de diciembre de 2021, el Capital Social Autorizado de la Compañía era de ¢89,804,664,800 (ochenta y nueve mil ochocientos cuatro millones seiscientos sesenta y cuatro mil ochocientos colones), representado por 898,046,648 (ochocientos noventa y ocho millones cuarenta y seis mil seiscientos cuarenta y ocho) acciones comunes con un valor nominal de ¢100,00 (cien colones) 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 de Costa Rica con el nemotécnico “FIFCO” y el instrumento “acom”.

A continuación, se muestra el valor de mercado de las acciones al 30 de setiembre (30 de diciembre a partir de 2019) de cada uno de los años comprendidos entre 2015 y 2021, ambos años inclusive, su relación con la utilidad por acción y su valor en libros.

Tabla 8 - Valor de Mercado de las acciones al 30 de setiembre del año respectivo (1)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Año** | **Valor de Mercado** | **Valor en Libros** |
| 2017 | 971 | 391,7 |
| 2018 | 848 | 404,4 |
| 2019 (2) | 674 | 342,1 |
| 2020 (2) | 537 | 350.4 |
| 2021 (2) | 735 | 396.7 |

Notas:

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

(2) Al 31 de diciembre del año correspondiente.

Actualmente, FIFCO no emite acciones para colocar en el mercado accionario. Con la información con que cuenta el Emisor a la fecha, ningún accionista por sí o por interpósita persona tiene más del 10% de las acciones en circulación. Se aclara que el Emisor tiene limitaciones prácticas para conocer las participaciones de los accionistas de forma indirecta, por lo que estos porcentajes pueden variar.

El plazo de inscripción en el Libro de Accionistas es de 1 día hábil, una vez reportados los cambios por parte del sistema de negociación.

1. **Tratamiento tributario para dividendos**

Por disposiciones legales establecidas en la Ley 9635, titulada Ley de Fortalecimiento de las Finanzas Públicas, publicada en La Gaceta No. 202 del martes 4 de diciembre del 2018, la Compañía debe aplicar una retención del quince por ciento en el pago o acreditación de los dividendos, excepto cuando se distribuyan dividendos en acciones nominativas de la misma Compañía emisora. Dicha retención constituye un impuesto único y definitivo a cargo del accionista. No corresponderá retener el impuesto del quince por ciento, cuando el accionista demuestre que es una sociedad de capital domiciliada en Costa Rica, desarrolle una actividad lucrativa y esté sujeta al Impuesto sobre las Utilidades.

1. **Asamblea de accionistas**

La persona titular de acciones tendrá derecho a voto en la Asamblea de Accionistas, para lo cual, la convocatoria se hará mediante publicación de un aviso en uno de los periódicos de mayor circulación del país, por lo menos nueve días antes de realizarse la Asamblea, sin considerar el día de la publicación de la convocatoria ni el día de la celebración de la Asamblea de Accionistas.

1. **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 emisores 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 las entidades de custodia 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.

1. **Programa de Recompra de Acciones**

Actualmente FIFCO realiza recompra de acciones mediante dos mecanismos: Programa de Recompras y Subasta Inversa, por medio de los cuales la Compañía compra acciones que circulan en el mercado y las conserva en Tesorería, esto con el objetivo de brindar liquidez al accionista. Las recompras cumplen con la normativa que dicta SUGEVAL y se comunica mediante Hecho Relevante según corresponda.

Tabla 9 - Mecanismos de Recompra de Acciones

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Mecanismo de recompra:** | **Subasta Inversa** | **Programa de Recompra** |
| **Fecha de aprobación:** | 2 de noviembre del 2021 | 2 de noviembre del 2021 |
| **Monto aprobado:** | US$20.000.000,00 | US$20.000.000,00 |
| **Plazo:** | 36 meses a partir de la aprobación | 36 meses a partir de la aprobación |
| **Monto disponible (1):** | US$20.000.000,00 | US$19,948,016.77 |
| **Estatus:** | Activo | Activo |

(1) Al 31 de diciembre de 2021

## Identificación de los directores, gerentes y asesores involucrados con el proceso de oferta pública

Tabla 10 - Funcionarios involucrados en el proceso de oferta pública

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nombre** | **Puesto** | **Participación** | **Fax** | **Teléfono** | **Correo Electrónico** |
| Ramón de Mendiola Sánchez | Director General | Representante Legal | 2437-7011 | 2437-6700 | [ramon.mendiola@fifco.com](mailto:ramon.mendiola@fifco.com) |
| Carlos Manuel Rojas Koberg | Director de Finanzas y Servicios Corporativos | Responsable | 2437-7011 | 2437-6700 | [carlos.rojas@fifco.com](mailto:carlos.rojas@fifco.com) |
| Maureen Phillips Murillo | Gerente Corporativo de Tesorería e Impuestos | Responsable | 2437-7011 | 2437-6700 | [maureen.phillips@fifco.com](mailto:maureen.phillips@fifco.com) |
| Deloitte & Touche, S.A. | Auditora Externa de la Entidad | Firma Auditoría Externa | 2246-5100 | 2246-5000 | [informacion@deloitte.com](mailto:informacion@deloitte.com) |

Imagen que contiene persona, hombre, interior, sostener

Descripción generada automáticamente

# Capítulo 2.

# Información esencial

## 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.

### Riesgos

1. **Riesgos asociados a la empresa emisora.**
2. **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), regulaciones, restricciones impuestas por las autoridades, impacto logístico a la producción, distribución y venta de los productos, así como al poder de compra de los consumidores.

1. **Riesgos asociados a cambios en los patrones de consumo**

Existe la posibilidad de que los productos de la Compañía pierdan relevancia en el mercado nacional e internacional derivado de los cambios constantes en los hábitos de consumo. Esta situación puede obligar a la compañía a realizar ajustes en sus operaciones y provocar una disminución en el volumen de ventas. Los cambios en los patrones de consumo de los productos que comercializa la empresa pueden tener un impacto negativo en los ingresos esperados y, por tanto, en las ganancias de los inversionistas.

1. **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, México, Guatemala, El Salvador, Honduras, 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.

1. **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 y estadounidense hacen que la Compañía sea susceptible a amenazas de esta naturaleza y que se materialicen en una pérdida de su participación en el mercado.

1. **Riesgo de continuidad del Negocio**

Las operaciones de la Compañía pueden verse suspendidas parcial o totalmente por eventos internos 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, falta de personal crítico, entre otros. También se pueden ver afectadas por eventos externos de alto impacto, tales como: desastres naturales, emergencias de salud, manifestaciones sociales, inhabilitación de las instalaciones, suspensión de servicios de tecnologías de información, o cualquier otro factor que afecten tanto a la Compañía como a los mercados que atiende, así como a sus principales clientes, tanto a nivel local como internacional. En caso de prolongarse la respuesta ante un escenario que afecte la continuidad normal de las operaciones, podría comprometerse la oportunidad en la atención de las obligaciones con los inversionistas.

1. **Riesgo operativo**

La Compañía puede sufrir pérdidas de carácter financiero por situaciones derivadas de: errores humanos, definición o ejecución inadecuada de los procesos internos, errores en los sistemas de información y eventos externos.

1. **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.

1. **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.

En Costa Rica y Guatemala, la mayor parte de las compras de materias primas y material de empaque se efectúan en dólares estadounidenses, sea porque son importadas (ejemplos: malta, concentrados, frijoles, tomate, trigo, aluminio, entre otros) o bien, porque las compras a proveedores locales se negociaron en dicha moneda (ejemplos: vidrio, PET, corrugado, entre otros). En Estados Unidos, las compras de materias primas y material de empaque son efectuadas en dólares estadounidenses, moneda de curso legal en dicho país, con la única excepción de las importaciones de cerveza Labatt, las cuales se efectúan en dólares canadienses.

Tanto las compras efectuadas en dólares en Costa Rica y Guatemala, así como las compras efectuadas en dólares canadienses en los Estados Unidos se ven afectados por la devaluación y/o revaluación de dichas monedas.

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

1. **Riesgo de variaciones en las tasas 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.

1. **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 que se requiera para activar nuevamente las operaciones.

1. **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 en: el tipo de cambio, la inflación y tasas de interés. Adicionalmente, se puede generar por aumentos en los precios de las materias primas, insumos y costos de la mano de obra especializada para la industria hotelera ó para la construcción.

1. **Contracción del sector turismo**

Tanto la actividad hotelera como la venta de productos inmobiliarios 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.

1. **Riesgo Reputacional o de imagen**

Este riesgo se refiere al impacto en la imagen o reputación de la Compañía derivado de: rumores, comunicaciones masivas negativas, manejo administrativo deficiente, conductas contrarias a la ética, opiniones negativas de clientes o situaciones legales que afecten la imagen de la entidad. Lo anterior, puede llevar a una disminución en el valor de la acción y en los ingresos, como respuesta a la disminución del reconocimiento que se tenía de la compañía.

1. **Riesgos asociados a la emisión de acciones**
2. **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.

1. **Riesgo de dilución**

La emisión de nuevas acciones comunes por parte de FIFCO, podrían afectar el porcentaje de participación de los accionistas si éste decidiera no participar, ya que, implicaría una dilución de su participación en el capital común de la empresa.

1. **Riesgo de liquidez**

Este riesgo se asocia a la posible dificultad del inversionista para liquidar sus acciones en un plazo determinado por falta de compradores o bajo volumen transado. Tal situación, puede conllevar a ajustes en el precio que podrían ocasionar que el inversionista reciba un monto menor al invertido o que no pueda liquidar su posición.

1. **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.

1. **Riesgos por la discrecionalidad 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.

1. **Riesgos asociados a las emisiones de deuda**
2. **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 generar 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 ó que no pueda liquidar su inversión.

1. **Riesgo de volatilidad en el precio**

La falta de profundidad del mercado nacional puede ocasionar variaciones significativas en el precio de los bonos: Por ello, un inversionista podría recibir un monto inferior al que invirtió inicialmente en los instrumentos de deuda de la Compañía.

1. **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.

1. **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, podría ocasionar una disminución en el valor de mercado de los títulos y dificultades para venderlos en el mercado secundario.

1. **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.

1. **Riesgo por cambios en la metodología de cálculo de las tasas de interés de referencia**

Este riesgo afecta a las emisiones con tasa variable. Surge ante inconvenientes que pueda tener el emisor para calcular la tasa en los términos pactados por no tener acceso a la información de la tasa de referencia en el lugar de publicación oficial el cese de su cálculo por parte de la entidad responsable ó la eventualidad de que no existan datos para calcular la tasa en un plazo específico. En caso de materializarse este riesgo, el cálculo del rendimiento a recibir por parte del inversionista para ese y futuros períodos, podría diferir respecto a la metodología y condiciones vigentes al momento de realizar la inversión.

### Políticas de reducción de riesgo

A pesar de la introducción en Costa Rica de marcas de cerveza provenientes de U.S.A., México, Suramérica y Europa, la solidez y arraigo de las marcas, así como la amplitud y atractividad del portafolio hace que el reconocimiento y fidelidad de los consumidores se convierta en una gran barrera de entrada para cualquier competidor, teniendo una participación del 87%[[1]](#footnote-2) 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.

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 estrategias definidas y 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 Lineamiento de Gestión de Riesgos, 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 31000:2018 y el cual es de acatamiento obligatorio para 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:

Tabla 11 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – Costa Rica

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tipo de Póliza** | **Bienes Asegurados** | **2019-2020** | **2020-2021** |
| **(En Millones de Colones)** | **(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 | 457.291,42 | 515.327,60 |
| Calderas | Calderas de la Compañía | 2.134,62 | 2.201,90 |
| Responsabilidad Civil General | Producción, distribución y venta de los productos de la compañía en territorio nacional y en el extranjero | 12.496,03 | 14.290,50 |
| Responsabilidad Civil Umbrella | Producción, distribución y venta de los productos de la compañía en territorio nacional y en el extranjero | 44.294,35 | 53.705,10 |
| Equipo Contratista | Equipo Contratista | 742,97 | 726,67 |
| Carga, Importación y Exportación | Materias primas, material de empaque, repuestos, productos importados y de exportación | 40.007,80 | 74.076,00 |
| Flotilla de Vehículos | Vehículos propiedad de la compañía | 3.227,10 | 2.467,59 |
| Riesgos del Trabajo | Funcionarios de la compañía | 43.694,13 | 45.544,78 |
| Riesgo Nombrado | Máquinas de Reciclaje, Rótulo HA&COM, Plantas Eléctricas Móviles, Bus Maxxx Energy y Tarima Hidráulica | 452,48 | 337,06 |
| Equipo Electrónico | Pantallas LED, equipos electrónicos móviles de Eventos Especiales | 965,23 | 1.042,51 |
| Fidelidad | Fianza de Fidelidad | 243,67 | 246,92 |
| Básica de Accidentes | Participación de terceros en voluntariados | 5,50 | 5,50 |
| Avión | Avión arrendado por la compañía | 88.909,54 | 96.028,03 |
| **Monto Total Asegurado en Colones** | | **694.464,84** | **806.000,16** |

Tabla 12 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – Guatemala

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tipo de Póliza** | **Bienes Asegurados** | **2019-2020** | **2020-2021** |
| **(En Millones de Colones)** | **(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 | 63.970,02 | 64.760,37 |
| Responsabilidad Civil General | Producción, distribución y venta de los productos de la compañía en territorio nacional y en el extranjero | 1.143,08 | 1.234,60 |
| Responsabilidad Civil Umbrella | Producción, distribución y venta de los productos de la compañía en territorio nacional y en el extranjero | 2.857,70 | 3.086,50 |
| Carga, Importación y Exportación | Materias primas, material de empaque, repuestos, productos importados y de exportación | 13.716,96 | 14.815,20 |
| Flotilla de Vehículos | Vehículos propiedad de la compañía | 565,23 | 598,44 |
| Riesgo Nombrado | Equipo Promocional | 85,87 | 43,85 |
| Fidelidad | Fianza de Fidelidad | 74,74 | 79,13 |
| Transporte Interno | Materias primas, material de empaque, repuestos, productos importados | 37.394,90 | 39.592,12 |
| **Monto Total Asegurado en Colones** | | **119.808,50** | **124.210,21** |

Tabla 13 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – El Salvador

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tipo de Póliza** | **Bienes Asegurados** | **2019-2020** | **2020-2021** |
| **(En Millones de Colones)** | **(En Millones de Colones)** |
| Carga, Importación y Exportación | Materias primas, material de empaque, repuestos, productos importados y de exportación | 4.458,01 | 4.814,94 |
| Flotilla de Vehículos | Vehículos propiedad de la compañía | 29,34 | 42,34 |
| Póliza Colectiva de Vida | Ejecutivos de la compañía | 120,02 | 129,63 |
| **Monto Total Asegurado en Colones** | | **4.607,37** | **4.986,91** |

Tabla 14 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – Estados Unidos

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| **Tipo de Póliza** | | | **Cobertura 2020**  **(En millones de dólares)** | **Cobertura 2021 (En millones de dólares)** |
| Cobertura de todo riesgo a la propiedad | | | 400 | 400 |
| Calderas y Maquinaria | | | 400 | 400 |
| Responsabilidad Civil Umbrella | | | 25 | 25 |
| Compensación para trabajadores | | | 1 | 1 |
| Responsabilidad Civil General | | | 1 | 2 |
| Responsabilidad Comercial Internacional General | | | 1 | 2 |
| Flotilla de Vehículos | | | 1 | 1 |
| Responsabilidad del Licor | | | 1 | 2 |
| **Total, general** | | | 830 | **833** |

Adicionalmente, para el período 2021 en Costa Rica, se maneja una póliza médica por un monto máximo asegurable por empleado de $2.000.000,00 y una póliza colectiva de vida por un monto máximo asegurable por empleado de 36 salarios, con un tope máximo de $500.000,00, aplicables a los niveles gerenciales. Además, se cuenta con otra cobertura de gastos médicos por $100.000,00 y vida de $30.000,00, la cual aplica para mandos medios profesionales.

## Análisis de indicadores financieros

La situación financiera de la Compañía en los últimos tres años se presenta en el siguiente cuadro resumen, donde se muestran los datos de liquidez, endeudamiento, rentabilidad y la actividad de FIFCO[[2]](#footnote-3):

Tabla 15 - Razones financieras, en millones de colones

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Razones financieras | 2019 | 2020 | 2021 |
| Índices de Liquidez | | | |
| Liquidez corriente | 1.1 | 1.4 | 1.4 |
| Razón Ácida | 0.8 | 0.9 | 0.9 |
| Índices de Rentabilidad | | | |
| Utilidad neta a Activo Total | -0.4% | 1.9% | 7.9% |
| Utilidad Neta a Ventas | -0.4% | 2.7% | 9.5% |
| Utilidad Neta a Patrimonio Neto | -0.9% | 5.0% | 18.9% |
| Utilidad por acción (en colones) | -₡1.4 | ₡11.8 | ₡63.5 |
| Índices de Actividad | | | |
| Período medio de cuentas por cobrar (días) | 37.1 | 39.6 | 44.9 |
| Período medio de pago (días) | 50.4 | 53.4 | 62.4 |
| Días de Inventario | 49.5 | 75.5 | 77.0 |
| Rotación de Inventarios | 7.4 | 4.8 | 4.7 |
| Rotación activo fijo | 2.4 | 1.8 | 2.2 |
| Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros | 0.9 | 1.6 | 3.6 |
| Cuentas Incobrables a Ventas | 0.1% | 0.2% | 0.0% |
| Niveles de Capitalización y Endeudamiento | | | |
| Pasivo Total a Patrimonio Neto | 3.2 | 2.9 | 2.5 |
| Captación a Pasivo Total | 19.7% | 19.9% | 20.7% |

Fuente: Estados Financieros Auditados al 31 de diciembre de 2019, 2020 y 2021.

Es importante aclarar que, según la Ley de Fortalecimiento de las Finanzas Públicas, los cierres fiscales se trasladaron del 30 de setiembre al 31 de diciembre de cada año, a partir del 2020, coincidiendo con el año calendario. Sin embargo, FIFCO proactivamente realizó el cambio de manera anticipada, lo cual fue avalado por el Ministerio de Hacienda y aprobado por la Asamblea General Extraordinaria de Accionistas del 12 de setiembre de 2019. Esto implica que los datos al cierre del 31 de diciembre de 2019 corresponden a 15 meses; mientras que al cierre del 31 de diciembre de 2020 y 2021, corresponden a 12 meses; lo cual debe ser considerado a la hora de realizar comparaciones entre los periodos.

### Índices de liquidez

1. **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.

Tabla 16 - Liquidez Corriente

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Liquidez Corriente** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2019** | **2020** | **2021** |
| Activo Circulante | 190.425 | 192.376 | 229.915 | 37.539 | 19,5% |
| Pasivo Circulante | 170.241 | 134.860 | 165.525 | 30.665 | 22,7% |
| **Liquidez Corriente** | **1,1** | **1,4** | **1,4** | **0** | **0%** |

Para el cierre del período 2021, esta razón mantiene su cobertura de 1,4 veces a sus acreedores de corto plazo.

1. **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.

Tabla 17 - Razón Ácida

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Razón Ácida** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2019** | **2020** | **2021** |
| Activo Circulante | 190.425 | 192.376 | 229.915 | 37.539 | 19,5% |
| Inventario | 61.411 | 73.898 | 85.736 | 11.838 | 16,0% |
| Pasivo Circulante | 170.241 | 134.860 | 165.525 | 30.665 | 22,7% |
| **Razón Ácida** | **0,8** | **0,9** | **0,9** | **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 variación respecto al año anterior. Importante mencionar que por las características del inventario que mantiene la Compañía, este es sumamente líquido.

### Índices de rentabilidad

1. **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 al cierre del año y cierre del año pasado). El resultado nos indica el monto de las ganancias que la empresa puede generar por cada colón invertido.

Tabla 18 - Utilidad Neta a Activo Total

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad neta a Activo Total** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2019** | **2020** | **2021** |
| Utilidad Neta | -3.565 | 17.420 | 71.701 | 54.281 | 311,6% |
| Activo Total | 905.471 | 895.144 | 912.561 | 17.417 | 1,9% |
| **Utilidad neta a Activo total** | **-0,4%** | **1,9%** | **7,9%** | **5,9%** | **303,7%** |

En el 2021, esta razón presentó un aumento con respecto al año anterior, mostrando una mejora en la productividad de las inversiones y la capacidad de generar utilidades de los activos totales.

1. **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.

Tabla 19 - Utilidad Neta a Ventas

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad Neta a Ventas** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2019** | **2020** | **2021** |
| Utilidad Neta | - 3.565 | 17.420 | 71.701 | 54.281 | 311,6% |
| Ventas | 890.383 | 642.628 | 751.585 | 108.957 | 17,0% |
| **Utilidad Neta a Ventas** | **-0,4%** | **2,7%** | **9,5%** | **6,8%** | **251,9%** |

El resultado de este indicador en el año 2021 tuvo un aumento de 680 puntos base, originado por un crecimiento en la utilidad neta de 311% y en ventas del 17% respecto al año 2020.

1. **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.

Tabla 20 - Utilidad Neta a Patrimonio Neto

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad Neta a Patrimonio Neto** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2019** | **2020** | **2021** |
| Utilidad Neta | - 3.565 | 17.420 | 71.701 | 54.281 | 311,6% |
| Patrimonio Neto | 380.990 | 348.173 | 380.100 | 31.927 | 9,2% |
| **Utilidad Neta a Patrimonio Neto** | **-0,9%** | **5,0%** | **18,9%** | **13,9%** | **277,0%** |

En el periodo anterior, esta razón tuvo un aumento absoluto del 13,9%, producto principalmente de la mejora en la utilidad neta.

1. **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.

Tabla 21 - Utilidad por Acción

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad por acción** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2019** | **2020** | **2021** |
| Utilidad Neta de la controladora | -1.243 | 10.655 | 56.973 | 46.318 | 434,7% |
| Total, promedio ponderado de acciones comunes al inicio y al final del año (en millones de acciones) | 910 | 901 | 897 | -4 | -0,4% |
| Utilidad por acción (en colones) | -1,37 | 11,83 | 63,52 | 52 | 437,1% |

Para el período 2021, se da un aumento de 52 colones en relación con el año anterior producto de la mejora en la utilidad neta de la Compañía.

### Índices de actividad

1. **Periodo 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 2021 las ventas a crédito representan el 99% de las ventas totales). Se interpreta como plazo promedio de recuperación de las cuentas por cobrar expresado en días.

Tabla 22 - Periodo medio de cobro de cuentas por cobrar comerciales

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Período medio de cuentas por cobrar** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2019** | **2020** | **2021** |
| Cuentas por cobrar por 365 días | 32.384.260 | 25.242.305 | 33.383.265 | 8.061.390 | 31,8% |
| Ventas a crédito | 872.575 | 639.415 | 744.069 | 104.654 | 16,4% |
| **Período medio de cuentas por cobrar (Días)** | **37,1** | **39,5** | **44,9** | **5,4** | **13,3%** |

FIFCO posee una política de crédito que le permite mantener niveles de recuperación favorables. Sin embargo, este indicador ha experimentado un incremento de 5,4 días en el periodo de recuperación producto de los efectos de la pandemia y las medidas restrictivas impuestas por las autoridades durante el año 2021.

1. **Periodo 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.

Tabla 23 - Periodo medio de pago

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Período medio de pago** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2019** | **2020** | **2021** |
| Cuentas por pagar por 365 días | 22.825.275 | 19.053.000 | 25.376.260 | 6.323.260 | 33,2% |
| Costo de las Ventas | 452.578 | 357.119 | 406.346 | 49.227 | 13,8% |
| Período medio de pago (días) | 50,4 | 53,4 | 62,4 | 9 | 17,1% |

Para el período 2021, este indicador tuvo un aumento en 9 días, alcanzando 62,4 días promedio para hacer efectivo el pago a los proveedores, tanto nacionales como del exterior. La Compañía se mantiene en constante negociación para obtener plazos de crédito favorables manteniendo una cartera saludable y una gestión activa de pagos.

1. **Días de 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.

Tabla 24 - Días de Inventario

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Días de Inventario** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2019** | **2020** | **2021** |
| Inventario | 61.411 | 73.898 | 85.736 | 11.838 | 16,0% |
| Costo de ventas entre 365 días | 1.240 | 978 | 1.113 | 135 | 13,8% |
| Días de Inventario | 49,5 | 75,5 | 77,0 | 1 | 2,0% |

Para el 2021, este indicador se encuentra en 77,0, aumentando en 1 días con respecto al 2020.

1. **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.

Tabla 25 - Rotación de Inventario

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Rotación de Inventarios** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2019** | **2020** | **2021** |
| Costo de ventas | 452.578 | 357.119 | 406.346 | 49.227 | 13,8% |
| Inventario | 61.411 | 73.898 | 85.736 | 11.838 | 16,0% |
| Rotación de Inventarios | 7,4 | 4,8 | 4,7 | -0,1 | -1,9% |

Para el 2021, el inventario rotó 4,7 veces en el año, presentando una disminución de -0,1 con respecto al periodo anterior.

1. **Rotación de Activo Fijo**

El cálculo de esta razón corresponde a tomar las ventas netas y dividirlas 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.

Tabla 26 - Rotación de Activo Fijo

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Rotación activo fijo** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2019** | **2020** | **2021** |
| Ventas Netas | 890.383 | 642.628 | 751.585 | 108.957 | 17,0% |
| Activo Fijo | 366.971 | 354.427 | 338.673 | -15.754 | -4,4% |
| Rotación activo fijo | 2,4 | 1,8 | 2,2 | 0,4 | 22,4% |

Este indicador muestra un incremento de 0,4 con relación al año 2020, lo cual se debe al crecimiento de las ventas netas de la Compañía.

1. **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.

Tabla 27 - Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2019** | **2020** | **2021** |
| Utilidad Neta | -3.565 | 17.420 | 71.701 | 54.281 | 311,6% |
| Gasto Financiero | 39.834 | 29.638 | 27.315 | -2.323 | -7,8% |
| Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros | 0,9 | 1,6 | 3,6 | 2 | 128,3% |

Para el año 2021, el índice pasó de 1.6 a 3.6 veces de cobertura con relación al 2020. Originado por una disminución en los gastos financieros al fortalecer el balance general mediante una gestión activa de la cartera de endeudamiento.

1. **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.

Tabla 28 - Cuentas Incobrables a Ventas Netas

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Cuentas Incobrables a Ventas** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2019** | **2020** | **2021** |
| Estimación para cuentas de cobro dudoso (Gasto del año) | 1.056 | 1.373 | 0 | -1.373 | -100,0% |
| Ventas | 890.383 | 642.628 | 751.585 | 108.957 | 17,0% |
| Cuentas Incobrables a Ventas | 0,1% | 0,2% | 0,0% | -0,2 | -100,0% |

Para el periodo 2021, este indicador presentó una variación de -0,2 respecto al año anterior, producto de las estrategias plateadas por la compañía para la recuperación de cartera y el incremento en ventas.

Tabla 29 - Antigüedad de Documentos y Cuentas por Cobrar, Períodos 2019-2020-2021

| **Plazo** | **Al 31/12/2019** | **Al 31/12/2020** | **Al 31/12/2021** |
| --- | --- | --- | --- |
| Al Día | 86.226 | 64.804 | 65.501 |
| De 01 a 30 Días | 12.677 | 8.711 | 9.081 |
| De 31 a 60 Días | 1.521 | 191 | 657 |
| De 61 a 90 Días | 943 | 703 | 258 |
| De 91 a 120 Días | 224 | 594 | 276 |
| Más de 120 Días | 157 | 274 | 18.750 |
| En Cobro Judicial | 2.294 | 2.146 | 2.442 |
| Estimación | (2.527) | (2.894) | (2.560) |
| **Total** | **101.515** | **74.529** | **94.404** |

1. **Activos y Pasivos en Moneda Extranjera**

A continuación, se presenta un detalle de los activos y pasivos monetarios con efecto en el Estado Consolidado de Pérdidas y Ganancias y Otros Resultados, denominados en US dólares que están sujetos a riesgo de tipo de cambio para los últimos dos años.

Tabla 30 - Activos y Pasivos en Moneda Extranjera

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Rubros** | **En miles de dolares[[3]](#footnote-4)** | |
| **2020** | **2021** |
| **Activos** | | |
| Efectivo y equivalentes de efectivo | 12.524 | 12.413 |
| Inversiones en instrumentos financieros | - | - |
| Documentos y cuentas por cobrar, neto | 21.114 | 19.616 |
| **Total de activos** | **33.638** | **32.029** |
| **Pasivos** | | |
| Préstamos bancarios | 136.842 | 108.000 |
| Pasivos bajo arrendamiento | 22.110 | 19.463 |
| Cuentas por pagar | 37.909 | 60562 |
| **Total de pasivos** | **196.861** | **188.025** |

## 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.”*

### Endeudamiento

1. **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 colocadas) 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.

Tabla 31 - Pasivo Total a Patrimonio Neto (Excluyendo las Utilidades Disponibles)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Pasivo Total a Patrimonio Neto** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2019** | **2020** | **2021** |
| Pasivo Total | 547.782 | 543.698 | 521.225 | -22.473 | -4,1% |
| Patrimonio | 340.561 | 355.784 | 404.415 | 48.631 | 13,7% |
| Utilidades No Distribuidas | 171.521 | 165.930 | 198.086 | 32.156 | 19,4% |
| Pasivo Total a Patrimonio Neto | 3,2 | 2,9 | 2,5 | -0,3 | -11,8% |

En el 2021, este indicador tuvo una disminución absoluta de 0,3 con respecto al 2020. El mismo se encuentra dentro de las disposiciones de la Superintendencia General de Valores.

1. **Captación Efectiva a Pasivo Total**

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

Tabla 32 - Captación Efectiva a Pasivo Total

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Captación a Pasivo Total** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2019** | **2020** | **2021** |
| Captación | 108.000 | 108.000 | 108.000 | - | 0,0% |
| Pasivo Total | 547.782 | 543.698 | 521.225 | - 22.473 | -4,1% |
| Captación a Pasivo Total | 19,7% | 19,9% | 20,7% | 0,9% | 4,3% |

Esta razón representa las captaciones de la empresa a largo plazo, respecto del pasivo total. Para el 2021, este indicador presenta un aumento muy leve, debido a la pequeña disminución del pasivo total y a que durante el periodo no se realizaron emisiones de bonos estandarizados.

### Capitalización

1. **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:

Tabla 33 - Distribución de utilidades de los últimos 10 años (en millones de colones)

| **Período**  **(al 30 de setiembre de cada año)** | **Utilidad Neta (1)** | **Dividendos** | **% de la Utilidad Neta** |
| --- | --- | --- | --- |
| 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% |
| 2019(2) | ¢ -1.243 | ¢ 37.298 | -3000,6% |
| 2020(2) | ¢ 10.655 | ¢ 13.962 | 131,0% |
| 2021(2) | ¢ 56.973 | ¢ 23.272 | 40,8% |

(1) Utilidad atribuible a la controladora.

(2) Al 31 de diciembre del año respectivo

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.

1. **Composición del Capital Social**

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

Al 31 de diciembre de 2021, el Capital Social Autorizado de la Compañía era de ¢ 89,804,664,800.00 (ochenta y nueve mil ochocientos cuatro millones seiscientos sesenta y cuatro mil ochocientos colones), representado por 898,046,648 (ochocientos noventa y ocho millones cuarenta y seis mil seiscientos cuarenta y ocho) acciones comunes con un valor nominal de ¢100,00 (cien colones) cada una[[4]](#footnote-5).

Tabla 34 - Historia del Capital Social por los últimos 3 años

(En miles de colones)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Fecha** | **Capital Anterior** | **Aumentos** | **Disminución (1)** | **Nuevo Capital** |
| 13-dic-18 | 93.081.221,00 | - | 1.064.546,90 | 92.016.674,10 |
| 18-mar-21 | 92.016.674,10 | - | 2.212.009.30 | 89.804.664,80 |
| 14-mar-22 | 89.804.664,80 | - | 355,262.30 | 89.449.402,50 |

(1) Corresponde a las acciones mantenidas en Tesorería.

1. **Porcentaje de participación de capital extranjero**

Al 31 de diciembre de 2021, el porcentaje de participación de capital extranjero[[5]](#footnote-6) era de 18,50%.

## Contingencias (al 31 de diciembre de 2021)

La Compañía, en algunas subsidiarias, mantiene varios casos abiertos por procesos derivados del curso ordinario. De conformidad con el criterio de los asesores legales, los ajustes y demás pretensiones son improcedentes y las sociedades actuaron conforme al marco jurídico y contable aplicable. En apego a la NIC 37, no se incluye en los estados financieros consolidados provisión alguna para cubrir cualquier pérdida que pudiera surgir en la resolución final de las contingencias indicadas en esta nota.

1. **Contingencias Tributarias en Costa Rica**

En junio del 2019, en Costa Rica se recibió una resolución administrativa por parte del Instituto de Fomento y Asesoría Municipal (IFAM) sobre impuestos asociados a bebidas alcohólicas saborizadas (BAS), para los períodos fiscales comprendidos entre 2013 y 2015. El monto de este ajuste asciende a ¢614 millones, monto sujeto a intereses. Este caso está siendo discutido en el Tribunal Contencioso Administrativo y las acciones de cobro se encuentran suspendidas por una medida cautelar interpuesta por la empresa.

En diciembre del 2020, en Costa Rica se recibió la resolución administrativa por parte de la Dirección General de Grandes Contribuyentes en contra de una de las compañías del grupo sobre ajustes en el impuesto sobre la renta para el período fiscal 2017. La Administración Tributaria determinó que el ajuste que debía ser pagado ascendía a ¢1.481 millones, monto sujeto a intereses y multas. Este ajuste fue recurrido ante el Tribunal Fiscal Administrativo y fue resuelto a favor de la Empresa en noviembre del 2021.

En diciembre del 2020, en Costa Rica se recibieron resoluciones administrativas por parte de la Dirección General de Grandes Contribuyentes en contra de una de las compañías del grupo sobre ajustes en el impuesto de renta, impuesto al valor agregado, retenciones sobre remesas y salarios, para los períodos fiscales 2016 y 2017, por un monto aproximado de ¢2.581 millones, monto sujeto a intereses y multas. Este ajuste fue recurrido ante el Tribunal Fiscal Administrativo y se encuentra pendiente de resolución.

1. **Otras contingencias**

En contra de la Compañía y sus subsidiarias existen juicios ordinarios laborales cuyas cuantías ascienden a la suma aproximada de ¢3.796 millones, y otros juicios cuya cuantía no se incluye en este monto ya que no fueron estimados en la demanda y que, por lo tanto, son de difícil determinación. Actualmente, todos estos procesos están tramitándose a nivel judicial, y en su mayoría se están impugnando las cuantías reclamadas. Adicionalmente, existe una demanda por competencia desleal que se encuentra pendiente de resolución por parte del juzgado respectivo. En apego a la NIC 37 Provisiones, Pasivos Contingentes y Activos Contingentes, no se detalla toda la información del caso, pues revelar información específica puede perjudicar el desarrollo del proceso vigente.

## Compromisos (al 31 de diciembre de 2021)

Florida Ice and Farm Company, S.A. es garante y avalista solidario por la suma US$47.700 en miles por una operación de crédito que mantiene una subsidiaria con una institución financiera. Además, es codeudora por la suma ¢19.241 millones, en una operación concedida a una subsidiaria por una institución financiera.

La Compañía tiene fianzas mercantiles a favor de terceros por la suma de US$33.779 en miles y ¢73 millones para garantizar el cumplimiento de obligaciones contractuales.

Distribuidora La Florida, S.A. y subsidiarias son garantes solidarios de operaciones por la suma de US$208.249 en miles y ¢36.433 millones por operaciones de crédito que mantienen con instituciones financieras.

Distribuidora La Florida, S.A. mantiene garantías reales por un monto total de US$741 en miles y ¢270 millones por garantías de proyectos.

Una subsidiaria mantiene depósitos a plazo por US$4.059 en miles garantizando compromisos con una institución financiera.

Botella de plástico de colores

Descripción generada automáticamente con confianza baja

# Capítulo 3.

# Información sobre la empresa emisora

## Historia y desarrollo de la empresa

|  |  |
| --- | --- |
| **Razón Social:** | Florida Ice and Farm Company, Sociedad Anónima |
| **Teléfono:** | (506) 2437-6700 |
| **WhatsApp** | (506) 7011-7070 |
| **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 cerveza |

### 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.

### 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. Asimismo, adquirió los derechos de propiedad intelectual e industrial sobre la marca MUSMANNI.

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.

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.

En julio de 2019, finalizó un proceso de fusión de sociedades filiales a Cervecería de Costa Rica S.A., en donde prevaleció Distribuidora La Florida S.A., lo cual permitió disminuir la complejidad en varios procesos administrativos y transacciones operativas. El detalle se podrá observar en la tabla 35 de este documento.

En 2020, FIFCO incursionó con un nuevo modelo de negocios en México, con una estrategia liviana en activos que tiene como punta de lanza el desarrollo y comercialización en ese país de la marca Seagram's Escapes.

### 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 1500 productos, entre ellos: cerveza, vinos, licores, bebidas alcohólicas saborizadas, así como, agua embotellada, jugos, refrescos, néctares, tés, bebidas carbonatadas, bebidas energéticas, frijoles, conservas, salsa de tomate y productos de panadería. Su sede se encuentra en Costa Rica y cuenta con operaciones en Guatemala, El Salvador y Estados Unidos. Se cuenta con 5 plantas de producción y 13 centros de distribución. La cadena de valor está compuesta por 4500 proveedores locales e internacionales. Se exportan los productos a 18 países alrededor del mundo (incluido Costa Rica). A continuación, se presenta la distribución de las ventas por zona geográfica:

Tabla 35 - Ventas por zona geográfica

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Zona Geográfica** | **2020** | **2021** |
| Costa Rica | 53,1% | 55,4% |
| Estados Unidos | 37,5% | 34,0% |
| Guatemala | 5,9% | 6,1% |
| Panamá | 1,0% | 1,9% |
| Otros | 2,4% | 2,6% |

Las actividades anteriores presentan estacionalidades en los dos mercados principales, Costa Rica y Estados Unidos. En el primer caso, hay una estacionalidad relevante durante el mes de diciembre asociada a las festividades de Navidad y Fin de Año, así como durante la Semana Santa. En los Estados Unidos, la estacionalidad está influenciada por el clima, en donde se presenta una disminución marcada de ventas durante el invierno (noviembre a marzo) y un repunte de ventas en la época de verano (junio a setiembre).

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

### 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), la compañía FEMSA (embotellador de gaseosas y otras bebidas), Dipo S.A., 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 (principalmente marcas de la cervecera AB InBev) y el 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. Los competidores principales son Dreams Las Mareas, Hotel Planet Hollywood y Secrets Papagayo, para el caso del Hotel Westin Golf Resort & Spa, Playa Conchal y Four Seasons Papagayo, Hotel Andaz Papagayo y JW Marriott, Guanacaste, para el caso del Hotel W Costa Rica. En cuanto al segmento inmobiliario, los principales competidores son Hacienda Pinilla y Las Catalinas. Es importante indicar que el segmento hotelero tiene su principal estacionalidad en el verano en Costa Rica y el verano en Estados Unidos.

## Visión general del negocio

### Subsidiarias de FIFCO

A continuación, se detallan las subsidiaras que tiene FIFCO al 31 de diciembre de 2021:

|  |  |
| --- | --- |
| **Distribuidora La Florida, 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), al 31 de diciembre de 2021:

Tabla 36 - Balance por segmentos de negocio (en millones de colones)

| **Balance por Segmentos** | **Bebidas** | **Alimentos** | **Inmobiliario** | **Otros** | **Total Consolidado** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ventas netas | 626.854 | 85.894 | 34.551 | 4.286 | 751.585 |
| Costo de ventas | 335.944 | 56.443 | 11.769 | 2.190 | 406.346 |
| Gasto por depreciación | 30.039 | 4.947 | 4.282 | 352 | 39.620 |
| Amortización de activos intangibles | 8.542 | 43 | 29 | - | 8.614 |
| **Utilidad Operativa** | **110.309** | **5.262** | **615** | **(946)** | **115.240** |

### Estructura organizativa

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

Tabla 37 - Detalle de Subsidiarias

|  |  | **Porcentaje de participación** | |
| --- | --- | --- | --- |
| **Subsidiaria** | **País** | **2021** | **2020** |
| **Distribuidora La Florida, S.A.:** | **Costa Rica** | **75%** | **75%** |
| HA&COM Bebidas del Mundo, S.A. | Costa Rica | 50% | 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 Holdings, 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 Bebidas y Alimentos Honduras, S.A. | Honduras | 100% | - |
| **Florida Inmobiliaria, S.A.:** | **Costa Rica** | **100%** | **100%** |
| Reserva Conchal, S.A. | Costa Rica | 100% | 100% |
| Desarrollos Hoteleros Guanacaste, S.A. | Costa Rica | 100% | 100% |
| República Cervecera, S.A. | Costa Rica | 60% | 75% |
| **Florida Capitales, S.A.:** | **Costa Rica** | **100%** | **100%** |
| FIFCO México, S.A. de C.V. | México | 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% |

Nota: El organigrama de la empresa se muestra mediante el listado anterior, ya que es la forma de representación más adecuada para que el inversionista comprenda la estructura organizacional de Florida Ice and Farm Company, S.A.

La Compañía mantiene un acuerdo para HA&COM Bebidas del Mundo, S.A. en donde dos partes tienen control de la entidad. Tal acuerdo se clasifica como operación conjunta de conformidad con los derechos de la entidad a los activos y obligaciones por los pasivos del acuerdo.

Las compañías: Empresas Comegua, S.A.; NBH, S.A.; Cervecería Panamá, S.A. y Desarrollos Inmobiliarios Aromo 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.

### Propiedades, planta y equipo

1. **Plantas**

FIFCO posee cuatro plantas de producción en Centroamérica según la naturaleza del producto (cerveza, refrescos naturales y aguas, néctares, alimentos y refrescos gaseosos). Además, tiene dos 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 y cuenta con una dimensión 201.974 m2. Destinada a la elaboración de productos con contenido alcohólico, como cervezas y BAS. La capacidad instalada en cajas equivalentes se muestra a continuación:

Tabla 38 - Capacidad instalada de Planta de Producción #1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Línea** | **Capacidad instalada (HL/año)** | **% de Utilización 2021** |
| Línea 1 Vidrio | 283.877.24 | 69,22% |
| Línea 2 Vidrio | 579.752.08 | 60,44% |
| Línea 3 Vidrio | 678.641.27 | 74,73% |
| Línea 4 Lata | 694.772.70 | 51,30% |
| Línea 5 Lata | 952.292.87 | 86,35% |
| Línea 6 Barriles | 34.369.77 | 21,01% |

**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 misma tiene una dimensión de 161,957 m2. La capacidad instalada de dicha planta es la siguiente:

Tabla 39 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Línea** | **Capacidad instalada (HL / Año)** | **% de Utilización 2021** |
| Agua Cristal PET + Tampico PET | 157.170 | 32,07% |
| Agua Cristal. Tropical Té y Tampico (5 y 6 litros) | 45.944 | 20,30% |
| Tropical PET Personal | 154.511 | 45,00% |
| Tetra | 577.145 | 48,94% |
| Gatorade + Tropical | 735.999 | 51,44% |
| Carbonatadas Personal | 81.549 | 59,05% |
| Post Mix | 157.170 | 21,45% |

**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:

Tabla 40 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #3

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tipo de Producto** | **Línea** | **Capacidad instalada** | **% de Utilización 2021** |
| Bebidas | Línea 21 | 8.910,00 l/h | 40,69% |
| Línea 22 | 4.239,00 l/h | 36,93% |
| Línea 53 | 1875,00 l/h | 25,00% |
| Línea 55 | 7.000,00 l/h | 13,42% |
| Línea 56 | 4.800,00 l/h | 41,06% |
| Alimentos | Línea 11 | 80,00 kg/h | 60,47% |
| Línea 35 | 78,00 kg/h | 38,61% |
| Línea 38 | 78,00 kg/h | 41,79% |
| Línea 31 | 476,33 kg/h | 50,69% |
| Línea 34 | 959,46 kg/h | 46,39% |
| Línea 36 | 3.892,26 kg/h | 66,01% |
| Línea 37 | 2.158,78 kg/h | 66.60% |
| Línea 42 | 7.655,23 kg/h | 6.64% |
| Línea 43 | 12.432,10 kg/h | 19.88% |
| Línea 44 | 4.678,20 kg/h | 36.47% |
| Línea 46 | 4.354,98 kg/h | 15.50% |

**Planta de producción #4:** 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:

Tabla 41 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #4

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Línea** | **Capacidad instalada (kg/h)** | **% de Utilización 2021** |
| Línea 1 – Mecatherm | 456,9 | 14,5% |
| Línea 2 – Mecatherm | 517,2 | 75,7% |
| Línea 3 – Mecatherm | 1011,4 | 75,4% |
| Línea 4 – Uline | 294,4 | 48,1% |
| Línea 5 – Polyline | 254,3 | 21,9% |
| Línea 6 – Agriflex | 1188,8 | 15,9% |
| Línea 7 – Cakeline | 215,2 | 16,3% |
| Línea 8 – Batidos | 233,6 | 14,7% |
| Línea 9 – Galletas | 97,7 | 24,6% |
| Línea 11 – Bollería | 419,4 | 12,0% |

**Plantas de producción #5:** North American Breweries Holding LLC y sus subsidiarias (FIFCO USA) tiene su sede en Rochester. Nueva York y cuenta con dos fábricas de cerveza ubicadas en los estados de Nueva York. La capacidad instalada de esta planta es la siguiente:

Tabla 42 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #5.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Línea** | **Capacidad instalada (Barril / Año)** | **% de Utilización 2021** |
| **Planta Rochester- Nueva York** |  |  |
| Línea 1 Latas 24 oz | 617.080 | 103% |
| Línea 2 Botellas | 222.636 | 28% |
| Línea 3 Latas 16 oz | 905.806 | 88% |
| Línea Vidrio | 1.132.258 | 84% |
| Línea "Draft" | 89.582 | 29% |
| Línea "Packs" | 306.566 | 155% |

Para el resguardo de la calidad. en cada una de la planta 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.

1. **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 dos 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.

1. **Distribución**

El Centro de Distribución del Área Metropolitana en Costa Rica. es un edificio con un área de bodega de 35.950m2 y 20.000m2 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. Asimismo. durante el 2021 el Centro de Distribución ubicado en Este del Gran Área Metropolitana de Costa Rica. con un área aproximada de 5.500 m2. se encuentra en proceso de tercerización como un esfuerzo en la mejora continua enfocada en lograr alianzas estratégicas a que potencien nuestras operaciones y eficiencias.

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

1. **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.

### 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 31 de diciembre de 2021 se contaba con 5.320 colaboradores.

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 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.

Vista de una ciudad desde lo alto de una colina verde

Descripción generada automáticamente con confianza media

# Capítulo 4.

# Resultados de operación y financieros e información prospectiva

## Resultados de Operación - Dimensión Económica

En el 2021. se recuperó la rentabilidad del negocio a niveles prepandemia. operando de una forma más eficiente gracias a un manejo riguroso de la contención del gasto y la búsqueda de eficiencias. aunado al esfuerzo de las áreas comerciales por la generación de ventas conforme el levantamiento de medidas sanitarias. Además. se destacan los siguientes hitos del periodo. los cuales tendrán un impacto en los resultados futuros de la Compañía:

1. **Consolidación de la Oficina de Transformación**. mediante la agenda de trabajo planteada para potenciar el crecimiento económico y el posicionamiento de FIFCO en la era digital. desarrollamos nuevas capacidades y formas de trabajo apalancados en la tecnología a través de propuestas de valor renovadas. una mayor digitalización e impulso de nuevos canales. Logrando una personalización a escala brindando experiencias integradas e inmersivas.
2. **Incremento de ventas de frijoles en Estados Unidos. Guatemala y El Salvador y reducción de gastos de operación en panificación.**
3. **Crecimiento en ventas.** las cuales aumentaron un 17% por mayor volumen de venta de cerveza en Costa Rica y mezcla de canal favorable por reaperturas del “On-Premise”.
4. **Incursión al mercado mexicano.** con la marca Seagrams Escapes. con una estrategia de negocios “liviana en activos”. Con esta expansión. ha logrado una participación del 6.8% de mercado. siendo la #4 en el mercado con crecimiento en los puntos de venta.
5. **Inversión en el primer monoblock aséptico** con la priorización de la protección del flujo de caja acompañado de una gestión activa por parte de la dirección financiera se logró posicionar a la compañía en 1.9x de índice de apalancamiento en el negocio de bebidas y alimentos.
6. En cuanto a la resiliencia organizacional. se logró avanzar en la implementación de un sistema de gestión de continuidad del negocio para la línea de negocio de cerveza en Costa Rica bajo el estándar ISO 22301. mediante los planes de Continuidad del Negocio. Gestión de Crisis. Emergencias y Recuperación de Desastres. Así como el avance de estrategias que buscan atender incidentes asociados a la recuperación de personal crítico. producción y servicios y la tecnología.
7. **Se realiza el lanzamiento de productos innovadores relevantes:** Bavaria Pura Malta. Gatorade Zero. nueva familia de Tropical Limonadas con vitaminas. Bamboo Cocteles Tradicionales. Además de la inclusión en el portafolio de las cervezas: Coors y Sol. así como la inclusión al portafolio de vinos y destilados: Frontera Spritzers. Riunite en lata y Lolea en lata.
8. **Recuperación del negocio inmobiliario.** los negocios de hospitalidad y real estate han recibo un repunte en ocupación e interés originado por el auge de los nómadas digitales. Obteniendo índices de satisfacción que ubican a los hoteles en el Top 3 de la cadena Marriott de las Américas.
9. **Reputación corporativa:** por quinto año consecutivo se reconoce a FIFCO dentro del top 3 de las empresas líderes en reputación corporativa. sostenibilidad y gobierno corporativo en Costa Rica. de acuerdo con el ranking de MERCO.

De los hitos anteriores. se destaca la consolidación de la Oficina de Transformación. la cual tiene como objetivo preparar a la Compañía para afrontar la llamada “IV Revolución Industrial”. La agenda de la oficina se ha centrado en los siguientes puntos:

1. Mercadeo Digital.
2. Nuevas herramientas para los equipos comerciales.
3. Analítica Avanzada.
4. Manejo de Datos Maestros.
5. Segmentación Comercial.
6. E-Commerce.
7. Diseño Organizacional.

### FIFCO en el contexto de pandemia

El año 2021 se enmarcaron nuestros esfuerzos en tres grandes prioridades estratégicas:

1. Optimizar nuestro negocio en Costa Rica
2. Potenciar la expansión internacional
3. Evolucionar nuestra cultura ganadora y modelo de Triple Utilidad

Esta priorización permitió recuperar la rentabilidad de la compañía a niveles prepandemia, operando de una forma más eficiente; fortalecer el balance de la compañía y avanzar en el desarrollo de nuevas capacidades y formas de trabajo apalancados en la tecnología.

En consistencia con la estrategia de Triple Utilidad, se tomaron medidas para acompañar a los clientes en Costa Rica que incluyeron la flexibilización de crédito, acompañamiento de los socios comerciales durante los procesos de reapertura creando experiencias y propuestas de valor para nuestros clientes

En referencia al balance de la compañía, destaca una importante mejora con respecto al 2020 en el índice de apalancamiento, colocándonos por debajo del promedio de la industria, mediante una serie de medidas entre ellas:

* Manejo riguroso de costos y gastos al posponer actividades y proyectos no esenciales para el funcionamiento de la empresa durante la coyuntura.
* Posposición de inversiones de capital no esenciales.
* Restructuración del portafolio de deuda de la compañía. mediamente la amortización y cancelación de créditos. así como el refinanciamiento de algunos con mejores condiciones.
* Limitación de viajes fuera del país desde el inicio de la pandemia y por lo que restaba del 2021.

### Florida Bebidas y Alimentos

El 2021, llevó a FIFCO a redefinir la forma de innovar. El contexto social y económico cambiaron los hábitos. los gustos y preferencias de los consumidores. Las marcas asumieron un rol protagónico como embajadores de mensajes positivos fomentando hábitos de consumo más saludables. prácticas de higiene y protocolos de seguridad. Además, se continuó con el enfoque de posicionar al cliente en el centro de las operaciones mediante al fortalecimiento de la plataforma Fill.cr y el programa Florida Asesoría.

1. **Cerveza y Bebidas Alcohólicas Saborizadas (BAS)**

Durante el año 2021 el crecimiento en ventas estuvo impulsado por un mayor volumen de cerveza en Costa Rica, esto a pesar de un mayor ambiente competitivo, una mayor incidencia del comercio ilícito y una apertura paulatina del canal de consumo abierto (bares, restaurantes, cantinas y otros). A pesar del contexto nuestras marcas destacaron por una variada oferta de innovaciones, experiencias y propuestas de valor que cautivaron a los consumidores y clientes en interacciones marcadas por lo digital, la tecnología y la búsqueda de conexiones más reales.

Tabla 43 - Principales hitos de categoría cerveza y BAS

|  |  |
| --- | --- |
| **Imperial:** | La marca impulsó en el periodo 2021 la campaña #VIDAPURAVIDA invitando a disfrutar del verano sea donde sea. playa. montaña o en nuestras casas. siempre de la forma más Pura Vida. adicionalmente se realizó un lanzamiento de latas de edición especial. Se dio además la campaña digital DEVOLVAMOS MÁS. así como el reposicionamiento de la marca al consumidor con la campaña DESPEGA Y DESCUBRÍ TU GRANDEZA. |
| **Heineken:** | Heineken continuó con el fortalecimiento de su plataforma Draft en Casa con el lanzamiento del sitio web de e-commerce: [www.blade.cr](http://www.blade.cr) dirigido a todos los consumidores que poseen una máquina de Heineken Draft en sus hogares. mejorando así la calidad del servicio. incrementando la interacción del consumidor con la marca y enriqueciendo aún más la experiencia de disfrute de Heineken. |
| **Pilsen:** | Pilsen por octavo año consecutivo ratifica su compromiso en la lucha contra el cáncer de próstata con su campaña “Es por los compas”. con el lanzamiento de la tienda virtual los consumidores pudieron adquirir promocionales de la colección Moviembre Pilsen. realizar donaciones. así como el lanzamiento de la botella de edición limitada conmemorativa Moviembre 2021. |
| **Bavaria:** | Bavaria Pura Malta fue la abanderada para una estrategia en la que se homenajeó la cerveza de calidad superior elaborada con 100% malta con un sabor balanceado y refrescante con 5% de alcohol. Se lanzó la campaña Hechos con Alma la cual incluía la iniciativa Restaurante Digital ALMA. disponible solo en pedidos por medio de plataforma digital y Alma de la Ciudad. |
| **Cerveza Artesanal y Premium Importadas** | Se incorporó al portafolio de cervezas las cervezas Coors y Sol. una cerveza mexicana perteneciente a Heineken Company. que busca conectar al consumidor con la energía positiva del sol. La Cerveza Sol fortalece nuestra categoría Premium al ser una nueva opción de cerveza ligera para nuestros consumidores. a la vez que se alinea con la visión de sostenibilidad de la compañía. pues se produce 100% con energía solar. |
| **BAS** | En 2021. Destacan Bamboo y Smirnoff Ice como las bebidas alcohólicas saborizadas preferidas en Costa Rica. Sabores intensos. combinaciones originales y una variedad de cocteles tradicionales listos para tomar. Además. el lanzamiento de Bamboo en tiendas Walmart de México y nuevos registros de Seltzers en las cadenas de conveniencia más relevantes del mercado mexicano. |

1. **Vinos y destilados**

El 2021 cierra como el mejor año en la historia desde la creación de Vinos y destilados, siendo la categoría de mayor crecimiento dentro de FIFCO, incorporando nuevas marcas con innovaciones en propuestas y formatos como Frontera Spritzers, Riunite en lata y Lolea en lata, además de campañas frescas y diferentes como Frontera Música & Vino, Riunite.

En cuanto a la división de destilados, a nivel regional el equipo de Costa Rica en la premiación la Cumbre del Volcán Costa Rica 2021 recibió premios por crecimiento en contribución, crecimiento en ventas y mejor ejecución Off Premise. Adicionalmente Flor de Caña, la marca de ron premium producida de manera sostenible, obtuvo resultados sin precedentes durante The Spirits Business Awards 2021 al ser honrado con los premios “Destilería Sostenible” y “Marca Ética”, en reconocimiento al liderazgo global de la marca y su compromiso histórico con prácticas sostenibles.

El 2021 fue un año de crecimiento en doble dígito para VINUM contra el año anterior, siendo además un año clave para la consolidación de su propuesta de valor con la ejecución de diversas mejoras en el formato, evolucionando nuestro sitio [www.vinumcr.com](http://www.vinumcr.com), canal de ventas corporativos y el programa de suscripción Vinum Club.

1. **Refrescos**

El foco del portafolio de refrescos estuvo en anticipar y responder a las tendencias de consumidores cada vez más conscientes de la importancia de llevar un estilo de vida saludable y mantener una dieta balanceada. Sumado a lo anterior. la pandemia por COVID-19 aceleró la adaptación del portafolio para estar presente en las plataformas de compra virtual de los socios comerciales, así como procesos de innovación por medio de estrategias disruptivas aumentando la penetración de nuestras marcas y reclutando nuevos consumidores, invitando a vivir y disfrutar de un mundo más natural.

Tabla 44 - Principales hitos de categoría refrescos

|  |  |
| --- | --- |
| **Tropical** | En el 2021 fiel al propósito de la marca y su compromiso con la sostenibilidad se compartió con los consumidores dos grandes mensajes: Botellas amigables con el ambiente y Salud y Bienestar. Lanzamiento de Tropical Limonadas con vitaminas enfocadas en el fortalecimiento del sistema inmune y antioxidantes naturales. |
| **Energéticos** | Durante el año 2021 se lanzaron 3 campañas al mercado enfocadas en diferentes segmentos de mercado distribuyendo su enfoque en tres grandes grupos: “Hecho pa´ volar”, una plataforma digital creada con el objetivo de brindar herramientas a aquellos deseosos de seguir volando, campaña que le permitió ganar su primer Premio Effie de Bronce. Posteriormente, “Cero Excusas, Seguí volando” enfocado en la línea cero azúcar.  Por su parte, Maxxx Energy sigue construyendo su posicionamiento dentro del mundo de videojuegos a través de la plataforma “Level Up”, acción premiada con un Premio Effie de plata. |
| **Carbonatadas** | Al igual que en otras categorías, las dinámicas comerciales y los hábitos de consumo variaron de forma relevante por el impacto de la pandemia. Específicamente para PEPSI, se registra un mayor crecimiento de Pepsi Black con cero azúcar, ofreciéndole a los consumidores una opción cero calorías, pero con máximo sabor. Destaca también la campaña “Rompe la rutina” con estrategias disruptivas y el remozamiento de la imagen, aumentando la penetración de la marca por medio de redes sociales y promociones en puntos de venta. |
| **Gatorade** | Gatorade como marca líder en la ciencia deportiva, lanzó en el 2021 al mercado costarricense su Gatorade Zero, cero azúcar, cero calorías. Acompañado de la campaña de activación Suda, Hidratate y Gana Premios. |
| **Néctares** | Al cierre del año 2021 Kern’s se alinea a al reformular sus productos en las categorías de néctares y néctares infantiles llegando una reducción hasta del 45% en azúcar agregada en comparación con la fórmula original. |

### FIFCO USA

Durante el 2021 la operación de Estados Unidos, FIFCO USA (FUSA), logró sólidos resultados financieros, convirtiéndose en el segundo negocio de aporte a la rentabilidad de FIFCO, mediante tres pilares estratégicos siendo estos la innovación, estabilidad del negocio de cerveza enfocados en la rentabilidad y foco en categorías y marcas de alto potencial.

El foco estuvo concentrado en el fortalecimiento y crecimiento de la cartera de bebidas alcohólicas saborizadas o Beyond Beer. De esta importante agenda se destaca:

* Seagram´s Escapes se mantiene como una de las bebidas de malta saborizadas de mayor crecimiento en los Estados Unidos. Con un fuerte componente de innovación en variedad y mezcla de sabores y presentaciones, posicionándose en los primeros lugares de los programas de “packs” tanto de bebidas de malta saborizadas como de la categoría general de cervezas, cidras y bebidas de malta saborizada.
* Labatt Blue Light se posiciona como la cerveza canadiense número uno en Estados Unidos. Con la innovación al centro, la marca logra un crecimiento en su participación de mercado y una mayor visibilidad y consideración en el segmento de adultos jóvenes.

En cuanto a su operación FIFCO USA optimizó su modelo de entrega, operando a máxima capacidad la cervecería de Rochester Nueva York. La unidad de negocio trasladó la producción de cerveza Magic Hat a Rochester. cerrando las instalaciones en Seattle y Portland, este movimiento redujo gastos operativos.

Del desempeño de FIFCO USA es importante resaltar un aumento en volumen. un crecimiento neto de las ventas. y un incremento a doble dígito del beneficio, lo que llevó a un crecimiento récord del EBITDA.

### Alimentos

El 2021 destacó por mayores ventas y participación de mercado en Frijoles y Salsas de Tomate. En Estados Unidos, el negocio de alimentos Ducal crece doble dígito a través de nuestra alianza con Goya Foods.

Consolidando nuestra agenda de expansión geográfica, en el 2021 logramos la introducción al mercado hondureño y ampliamos nuestra presencia en Panamá a través de la categoría de alimentos, asegurando la presencia de las marcas Kern’s y Ducal en toda la región centroamericana.

Tabla 45 - Principales hitos de la categoría de alimentos

|  |  |
| --- | --- |
| **Ducal** | Respondiendo a las tendencias de consumo y al compromiso de constante innovación. Ducal consolidó su presencia con el lanzamiento de empaques de conveniencia, empaque apto para microondas brindando mayor practicidad en las presentaciones personales de nuestros productos. |
| **Kern’s** | La familia Kern’s tuvo mayor volumen de salsa de tomate en Centroamérica al incursionar en el mercado Hondureño y aumentando la presencia de alimentos en Panamá. |

### Florida Retail

FIFCO Retail se enfocó en redefinir las formas de operar el negocio con nuestros Socios Franquiciados e implementamos proyectos estratégicos que nos permiten seguir construyendo un negocio saludable y sostenible, ajustando nuestra agenda de innovación para enfocarnos con mayor relevancia en la salud y conveniencia.

En nuestro formato de conveniencia de nuestras tiendas MUSI se ejecutaron una serie de acciones enfocadas a un proceso de mejora en el surtido y fortalecimiento de nuestra propuesta en las categorías principales del negocio, así como una reconversión de tiendas que continuará en el año 2022 con una nueva imagen estableciendo estándares que mejoren el acomodo de los espacios para una mejor navegación, logrando una mejor experiencia de compra de nuestros clientes.

Tabla 46 - Principales hitos de Florida Retail

|  |  |
| --- | --- |
| Musmanni | En el 2021, producto de la pandemia, el contexto económico y una nueva realidad, logramos cerrar el año con 210 tiendas en todo Costa Rica, 7 aperturas en nuevas localidades y 89 Socios Franquiciados. Se realizaron campañas de acompañamiento a nuestros socios a través de diversas capacitaciones, webinar, programas de asesoría financiera, así como la ampliación al 80% del uso de la plataforma Fill. |
| Musi | En este periodo, se ejecutó un proceso de mejora en el surtido de las tiendas y fortaleciendo nuestra propuesta en las categorías principales del negocio (bebidas, panificación y comidas listas para consumir), además se dio inicio a la reconversión de tiendas, logrando el objetivo trazado de intervenir 38 de nuestras 52 tiendas con una nueva imagen, quedando pendiente para el primer trimestre del 2022 los 14 restantes. |
| Tienda La Birra | La Tienda de la Birra se mantiene como una tienda especializada en regalos con productos de las marcas FIFCO. Durante el 2021, la tienda diversificó sus canales de venta y distribución, apostando fuertemente por una modalidad virtual apoyado en la plataforma whatsapp web. |

### Florida Hospitalidad

Tabla 47 - Principales hitos de Florida Hospitalidad

|  |  |
| --- | --- |
| **Hoteles** | Ambos hoteles, el Hotel Westin Reserva Conchal, an All-Inclusive Golf Resort & Spa, y el Hotel W Costa Rica, Reserva Conchal, estuvieron abiertos durante todo el año 2021, cumpliendo con las restricciones de operación establecidas por el Ministerio de Salud y operando con base en los lineamientos “COVID SAFE” de forma segura tanto para sus colaboradores como para los huéspedes que nos visitaron. Durante el primer trimestre del año la ocupación en ambos hoteles se vio afectada por una baja visitación de turistas debido a la pandemia. Conforme avanzó la vacunación y la confianza de los turistas, se incrementó el número de huéspedes de ambos  hoteles. En los últimos seis meses del año la llegada de turistas al aeropuerto de Guanacaste alcanzó niveles  prepandemia. |
| **Reserva Conchal. proyecto inmobiliario** | Durante el 2021 el mercado inmobiliario en Guanacaste tomó relevancia. Reserva Conchal se logró posicionar como un destino privilegiado para extranjeros y nacionales que quieren tener una vivienda en la costa, gracias a las amenidades que ofrece como Resort. Este año se concretaron tres ventas de unidades residenciales y siete lotes unifamiliares dentro de Reserva Conchal. |
| **RePUBlica Casa Cervecera** | En enero 2021 se dio la apertura de un tercer punto de venta República Casa Cervecera en San Pedro, Costa Rica, además durante el 2021 todos los puntos de venta se vieron afectados por las limitaciones de aforos y horarios restringidos establecidos por el Ministerio de Salud. Con la reapertura paulatina del último trimestre se registró una recuperación en visitación y ventas. |

### Florida Capitales

Tabla 48 - Principales hitos de Florida Capitales

|  |  |
| --- | --- |
| **Cervecería Panamá** | Recuperación del negocio con mayor participación de mercado versus un 2020 sumamente afectado por cierres parciales y totales por algunos meses. Mejores perspectivas de negocio inciden en reversión del ajuste por deterioro de activos registrado en el 2020. |
| **INCECA – Nicaragua** | La rentabilidad durante el 2021 tuvo un crecimiento a doble dígito, originado en todas las categorías, neto de mayores gastos de mercadeo y ventas. |
| **Comegua** | Mayores exportaciones a nuevos mercados con una operación más eficiente, neto de aumentos en costos de producción, así como retos logísticos. |

### Otros resultados de operación

1. **Calidad y seguridad en los productos**

El 100% de los productos que produce FIFCO son evaluados para verificar su impacto en la salud y seguridad de los consumidores. Estas evaluaciones son realizadas mediante:

* Auditorías Internas y externas de socios comerciales Heineken con LSS (Laboratory Star System) y HPQ (Heineken Process and Quality), Diageo con LTO (Licences to Operate) y PepsiCo con AIB International. FSM (Food Safety Mandates) y QAS.
* Auditorías externas aplicadas por entes reconocidos (INTECO. NSF), para verificación de cumplimiento de las normas implementadas por el Sistema de Gestión de Inocuidad Alimentaria.
* Trazabilidad de los lotes de producción, análisis fisicoquímicos, microbiológicos y sensoriales de acuerdo con los sistemas de gestión respectivos.
* En el caso de FIFCO Retail. la planta recibe auditorías para los sistemas de gestión: FSCC 22000. BRC Start Intermediate para las líneas de producción de productos Subway. así como también auditoría por ISO 9001.

1. **Seguridad y salud de los consumidores**

El año 2021 fue un año de retos. en el cual todas las plantas de manufactura se abocaron a proteger la salud y seguridad de los colaboradores y clientes garantizando la calidad de los productos y enfocados siempre en la mejora continua.

Durante el 2021 la planta de producción de Refrescos pasó por el proceso de certificación del esquema de FSSC 2200 versión 5 con resultados satisfactorio.

La Planta de manufactura Retail obtuvo la recertificación de calidad “BRCGS” (Global Estándar) bajo un esquema de protección al consumidor que evalúa la calidad e inocuidad del sistema de producción completo. Esta certificación reúne y sintetiza todos los estándares de manera más minuciosa. sustituyendo con esto la ISO 9001 y la FSC 22000. Se mantuvo la certificación de Carbono Positivo y por primera vez se le reconoció con la certificación ISO 5001 para la Certificación de Eficiencia Energética. significa que todo el sistema de producción se encuentra auditado en ahorro de energía.

1. **Atención al Cliente**

El Centro de Experiencia (CX) nace en setiembre del 2020. como un proyecto del Área de Transformación. Esta área está conformada por un equipo de Soporte y atención al cliente que abarca los antiguos procesos de Servicio al Cliente y Tele gestión. Servicio al Cliente Logístico y un Equipo Comercial encargado de los procesos de Televenta y Comercio Electrónico.

El Centro de Experiencia se enfocó durante el 2021. en los siguientes 3 pilares estratégicos:

1. Expansión y unificación comercial CX
2. Crecimiento Área Logística
3. Simplificación soporte
4. **Sostenibilidad de la Cadena de Valor**

FIFCO genera valor a través de prácticas de sostenibilidad que van más allá de la operación directa. Estas iniciativas corresponden a una extensión de sus propias prácticas hacia su cadena de valor.

Se poseen las siguientes iniciativas de sostenibilidad a lo largo de la cadena de valor:

Tabla 49 - Iniciativas de Sostenibilidad a lo largo de la cadena de valor

|  |  |
| --- | --- |
| **Compras Sostenibles** | Para el periodo 2021, 69 nuevos proveedores ingresaron al proceso de evaluación de sostenibilidad del Programa de Compras Sostenibles de FIFCO, lo anterior como un esfuerzo por homologar las categorías críticas de sostenibilidad de proveedores. Además, el 71% de todos los proveedores están sobre el nivel de aprobado (80% o más). Esto se mantuvo en línea con el año anterior, a pesar de las dificultades que enfrentaron los proveedores ante la pandemia. |
| **Clientes Sostenibles** | En 2021 nos enfocamos en apoyar el proceso de reapertura de aquellos puntos de venta y comercios afectados por la pandemia. Para el negocio de FIFCO Retail, se mantuvieron las visitas a los diversos puntos de venta de los formatos Musmanni y Musi, donde se reforzó la capacitación en temas de gestión de residuos como parte de las visitas, asimismo se inicia un proyecto de mejora integral para los puntos de venta de FIFCO Retail llamado “Go Green”, en la cual se estará trabajando en diversas aristas de la sostenibilidad que signifiquen una mejora de la forma en que se desarrolla el negocio. |
| **Eventos Sostenibles** | Debido a la pandemia, durante el año 2021 los eventos anuales fueron suspendidos. |
| **Florida Asesoría** | Esta plataforma está disponible para más de 12.000 clientes de FIFCO, la cual durante el 2021 su rol estuvo enfocado en cómo fortalecer las prácticas de funcionamiento seguro de los negocios de consumo abierto. Este acompañamiento surgió dados los nuevos protocolos de salud y seguridad producto de la pandemia. |

## Resultados de Operación - Dimensión Social Interna

Como compañía. FIFCO propicia generar valor en cada uno de los públicos con los cuáles tiene relación. Por ello. se definió en el año 2016. la meta corporativa con respecto a su público interno: “ser campeones con nuestros empleados”. Con la aplicación del propósito. valores y modelo de liderazgo de FIFCO. se aborda una agenda que permite el desarrollo profesional y personal de manera integral de los colaboradores.

### FIFCO Oportunidades

FIFCO Oportunidades busca mejorar las condiciones de vida y promover prosperidad integral entre aquellos empleados que viven en condiciones de vulnerabilidad socioeconómica. Para el periodo 2021, tuvo 2 grandes objetivos:

1. Atender y brindar un acompañamiento integral a aquellos colaboradores identificados previamente que estén en condiciones de pobreza multidimensional según el Índice de Pobreza Multidimensional Empresarial (IPMe).
2. Promover educación y capacitación en temas que fomenten prosperidad integral entre la población FIFCO.

### Derechos Humanos. Diversidad e Inclusión

FIFCO es una compañía comprometida con la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible; además firmante del Pacto Global de las Naciones y de la Declaración de San José. lo que demuestra el compromiso con el cumplimiento, respeto y promoción de los Derechos Humanos en todos los países donde tiene operaciones.

Durante el 2021, FIFCO afianzó la presencia de sus comités de diversidad e inclusión tanto en Estados Unidos como en Centroamérica. En Costa Rica como parte de las iniciativas del comité, se aplicó una encuesta de línea base para conocer la percepción de los colaboradores, así como su conocimiento en temas de diversidad e inclusión.

Acciones destacadas el periodo:

* FIFCO, ratifica su compromiso con la inclusión y respeto a la población LGTB con la firma de la Declaración de San José.
* Se consolida el comité de Diversidad e Inclusión
* Se realiza en Centroamérica encuesta de línea base para conocer la percepción de los colaboradores sobre diversidad e inclusión.

Durante el periodo 2021 no se reportan casos legales de discriminación en materia laboral.

### Alineamiento Organizacional

Tabla 50 - Acciones realizadas en las distintas geografías durante el 2021

|  |  |
| --- | --- |
| **Teletrabajo** | Durante el 2021 el teletrabajo se mantuvo principalmente en los roles administrativos, incorporando la presencialidad de forma paulatina y segura para las actividades o foros en los que agregaba valor. Se  definieron según la experiencia de los colaboradores una serie de actividades que se potencian en la presencialidad y que son motivo para asistir a espacios presenciales como la co-creación, la conexión, la  colaboración y la solución de problemas complejos. |
| **Aprendizaje y Desarrollo** | La experiencia permitió concluir que la oficina como espacio de trabajo ha ido evolucionando y no tiene que ser en todos los casos el lugar primario de trabajo. Así los espacios presenciales se convierten en lugares que permiten atender necesidades específicas y por lo cual serán incorporados según la necesidad, como parte de las rutinas de las áreas. |

### Gestión del Talento

En el 2021. se obtuvieron los siguientes logros:

* Se implementó un programa corporativo para líderes enfocado en desarrollar habilidades para acompañar a los equipos durante las transiciones. El programa de liderazgo para el cambio (internamente llamado SAFARI, haciendo referencia al entorno Volátil Incierto Complejo y Ambiguo) se enfocó en reforzar el rol del líder como facilitador, desarrollando habilidades como la comunicación, la seguridad psicológica, la conexión y la movilización de los equipos Organizacional.
* Se trabajó en el fortalecimiento de esquemas de reconocimiento a través del programa Dame 5.
* Se implementaron distintas iniciativas para mejorar el balance vida/trabajo de los colaboradores a través de la página FIFCO Segura. con el objetivo de promover la salud física y psicológica de los colaboradores ante el contexto del COVID-19.

### FIFCO Segura

Desde el inicio de la pandemia se implementó el modelo de trabajo “FIFCO Segura”, con el objetivo de garantizar el bienestar físico y emocional de los colaboradores, sus familiares y clientes ante el COVID-19. A través de esta iniciativa se construyeron protocolos para cuidar tanto al personal como a sus familias, ya sea trabajando dentro de las instalaciones de la empresa o en modalidad de teletrabajo.

Esto como una forma de velar por la continuidad del negocio y contribuir a las agendas de salud pública de los países en los que operamos. Durante el 2021, no hubo ninguna operación de FIFCO comprometida en su continuidad de operación por efectos del COVID-19, a pesar del impacto de colaboradores fuera de las operaciones por casos confirmados o aislamiento preventivo.

Principales acciones:

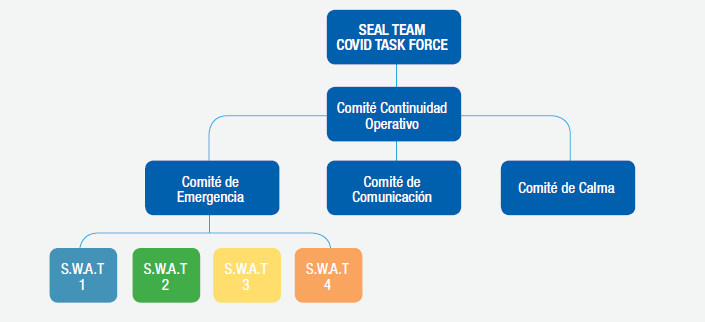
* Se mantiene el estado de atención de emergencia con la misma estructura y rigurosidad que se atendió la emergencia en el 2020.
* Gobernanza de la Emergencia: diferentes foros dan seguimiento diario, semanal y mensual a la agenda FIFCO Segura entre ellos: Junta Directiva, Comité Ejecutivo, Comité de Emergencia de FIFCO y sus

espejos en Guatemala y EE. UU., Comité de Continuidad de Negocio y los de atención específica SWAT Teams en las áreas donde eran requeridos

* Se mantienen todos los protocolos de salud y seguridad implementados en el 2020. Se refuerza comunicación y capacitación a lo interno, con proveedores y contratistas.
* Prioridad del 2021: incentivar y apoyar agendas de vacunación y salud pública de los países en los que operamos.
* Acompañamiento de expertos en el tema para garantizar el mejor manejo de la emergencia.

Además. para garantizar la coordinación y la gobernanza de las acciones orientadas a la protección de la salud de los colaboradores. clientes y proveedores de la Compañía. se articularon los siguientes comités:

Ilustración 1 - Gobernanza de la emergencia



## Resultados de Operación - Dimensión Social Externa

FIFCO definió sus principales huellas sociales con el fin de medir reducir y compensar su impacto negativo en la sociedad. por lo que busca generar valor positivo a través de diferentes iniciativas que van de la mano con las metas de la compañía.

Durante el 2021 6% de las utilidades fueron invertidas en proyectos sociales y ambientales.

### Consumo Inteligente Integral

Tabla 52 - Agendas de Consumo Inteligente Integral

|  |  |
| --- | --- |
| **Curso virtual y Red Social (Facebook) “Aprendo a Manejar”** | Durante el 2021 se puso en pausa la plataforma de educación virtual Aprender a Manejar para mejorar la calidad de la misma y agregar el módulo para personas motociclistas el cual estará listo durante los primeros meses del 2022, esto es de gran relevancia porque el crecimiento de conductores con al menos una  licencia de motociclista pasó de 18.523 en el 2020 a 23.233 en el 2021, lo que demuestra un crecimiento de un 20% año contra otro, para un acumulado a la fecha de 524.822 personas. |
| **Plataforma Virtual Vida Saludable FIFCO-MEP** | Se lanza el curso virtual Estilo de Vida Saludable. sobre temáticas para la promoción de la salud. dirigido a los estudiantes dirigida a estudiantes de 4to y 5to año de colegios públicos de Costa Rica, lleva a la fecha 6.072 usuarios desde que se creó durante el 2020, de los cuales 1.670 personas se inscribieron en el 2021, logrando terminar con éxito el Servicio Comunal Estudiantil 878 de ellas basado en temáticas de Cero Alcohol y drogas a Menores de edad, Actividad Física, Nutrición, Prevención del COVID19 |
| **Impacto en eventos de marca (Enero – Febrero 2020)** | A pesar de que todos los años el programa de educación Consumo Inteligente llega a una parte de sus públicos de interés mediante eventos de las marcas de producto. en el 2020. estos eventos quedaron limitados a dos espacios a principios de año. Fiestas de Palmares (enero 2020) y Picnic Festival (febrero 2020). llegando así a impactar cerca de 20.000 personas. con dinámicas lúdicas donde los participantes adultos conocían sobre los efectos de un consumo nocivo de alcohol vs buenas prácticas y recomendaciones para un consumo moderado de esta sustancia. |
| **Azúcar (Bebidas)** | Una bebida de FIFCO tiene en promedio 11,69 gramos de azúcar por porción de 250 ml, lo que significa una reducción de 6,97% de azúcar vs. cierre 2020. Utilizó 857 toneladas MENOS de azúcar en el 2021 vs. 2020. |
| **Grasa y Sodio (Pan melcochón Musmanni)** | El pan melcochón Musmanni continúa teniendo un menor contenido de sodio en comparación a la meta nacional de 500 mg de sodio por cada 100 g. Una porción de Pan melcochón es un alimento bajo en sodio y grasa. |
| **Patrón de consumo de alcohol (Costa Rica)** | El Estudio de Patrones de Consumo de Alcohol versión reducida y corrido en el 2021 arrojó que el indicador de cantidad de tragos por ocasión promedio de un consumidor de este tipo de bebidas es de 7.62 tragos por ocasión; mientras que el indicador de frecuencia de consumo de alcohol semanal es de 2.07 días por semana. |

### Impacto Social por COVID-19

Durante la pandemia. como parte del impacto positivo de FIFCO y la colaboración que se hizo con diferentes comunidades. organizaciones y el gobierno se tuvieron los siguientes aportes:

* 5.000 platos de alimentos Nutrivida para estudiantes de primaria. mediante el Ministerio de Educación Pública.
* La Asociación Nacional de Cardiología recibió 1.000 paquetes de productos de limpieza.
* Donación para la compra de máquina “Testing” Proactivo mediante AMCHAM y Fundación CRUSA.
* Colocación de 7 dispensadores de agua con sus respectivos bidones de agua Cristal y el mantenimiento para 10 meses en diferentes hospitales del país. entre ellos el Hospital de Heredia y el Hospital Nacional de Niños.
* Curso en línea sobre vida saludable. proyecto de alianza entre Consumo Inteligente. Aura Interactiva & MEP.
* Campaña Together/Barrios Hermanos. Reserva Conchal recolectó y donó canastas básicas a familias en Guanacaste.
* 160 costarricenses regresaron a casa gracias a Cerveza Pilsen. proyecto creado por AmCham & AED.
* Se entregaron 36.000 Cajas Solidarias de Imperial. beneficiando a más de 12.000 familias en todo el país o el equivalente aproximado de 48.000 personas beneficiadas.
* Más de 300 refrigerios para la Fuerza Pública de la Zona Norte.
* Más de 15.000 bebidas al CENARE y el Ministerio de Seguridad Pública.
* Entrega de paquetes solidarios al 100% de los centros de adultos mayores a nivel nacional.
* Colocación de 108 toldos a EBAIS y Hospitales de la Caja Costarricense de Seguro Social en todo el país.
* 10 estaciones de lavado de manos públicas. ubicadas en zona de alto tránsito peatonal de San José.

### Programa de Voluntariado Elegí Ayudar

El programa de voluntariado corporativo Elegí Ayudar, así como las diferentes iniciativas y proyectos comunitarios. Este mecanismo permite a los colaboradores de la organización materializar el compromiso de FIFCO con la sociedad y el medio ambiente, a través del voluntariado. Este programa está implementado tanto en Costa Rica como en Guatemala y Estados Unidos.

En el 2017 FIFCO. como parte de sus 7 Compromisos Ambientales y Sociales. se propuso acumular un millón de horas de voluntariado al año 2020. Al cierre del 2019 la compañía estaba a un poco más de 130.000 de la meta. El programa Elegí Ayudar contaba con un plan detallado para lograr este reto. El plan contemplaba la participación de los públicos de interés: colaboradores y sus familias, proveedores, clientes, consumidores y sociedad civil en general. Sin embargo. dada la emergencia mundial por COVID-19 y en estricto apego a las restricciones y regulaciones de los países, la compañía suspendió el 90% de sus iniciativas de voluntariado. Durante el 2021 se lograron completar 50.120, acumulando un year to date de 945.833 horas, logrando así estar a un 5% de alcanzar la meta de MILLÖN de horas de voluntariado.

### Nutrivida

Para el año 2021 Nutrivida amplía su operaciónm, estrena instalaciones, que cumplen con estándares de prestigio internacional de la industria de producción de alimentos, generando un hito importante para obtener la certificación de sistemas de inocuidad de los alimentos, el esquema FSSC 22000, que permitirá seguir llenando de oportunidades a Nutrivida, pues obteniendo esta certificación, se abren las posibilidades de unirse al Programa Mundial de Alimentos, una organización que también trabaja con el objetivo de erradicar la malnutrición.

### Agenda de Sostenibilidad estuvo basada en la gobernanza.

La cual define cómo opera la empresa, establece procesos, indicadores y políticas, garantizando solidez, ética y transparencia. Esta agenda respalda el actuar de la compañía y garantiza la continuidad del negocio.

Gobernanza:

* Gobierno Corporativo: Establece el conjunto de políticas bajo las cuales se dirige y controla la compañía; se regula el accionar de la Junta Directiva, sus comités técnicos, la Administración y las Unidades de Control Interno con el fin de procurar que las decisiones sean transparentes y protejan los intereses de la empresa y sus accionistas.
* Manejo del riesgo: Su fin es garantizar el alcance de los objetivos definidos en la compañía, a la vez que se protejan los recursos de los inversionistas. Procura la viabilidad financiera apoyando la eficiencia de la operación, mitiga los efectos negativos cuando se presenta un incidente de riesgo y permite optimizar las

fuentes de fondeo disponibles.

Durante el 2021 a fin de cumplir con esta política, la Gerencia de Riesgos trabajó en documentar todas las metodologías asociadas y coordinar con las diferentes áreas de la compañía para evaluar estos factores de riesgo y determinar su impacto y medidas de mitigación, utilizando el proceso de gestión.

En cuanto a la resiliencia organizacional, se logró avanzar en la implementación de un sistema de gestión de continuidad del negocio para la línea de negocio de cerveza en Costa Rica bajo el estándar ISO 22301.

* Trasparencia en impuestos: La transparencia es un pilar fundamental en FIFCO, dar claridad sobre las responsabilidades tributarias es parte de su estrategia de Triple Utilidad y su compromiso con sus accionistas y demás públicos de interés.

Durante el 2021 responde puntualmente los indicadores del estándar en referencia, y así, FIFCO brinda mayor amplitud en un tema de alta relevancia para la compañía. GRI 207. Fiscalidad (Tax) 2019.

### Ética y Transparencia

La ética y transparencia son pilar fundamental y transversal de la operación de FIFCO. En cada acción proyecto y relación, permea la integridad y honestidad.

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.

De acuerdo con las políticas y procedimientos para luchar contra la corrupción, se realiza una capacitación sobre el Código de Ética de la Compañía a nuevos colaboradores y proveedores, lo cuales deben firmar la correspondiente documentación de entendimiento y compromiso de cumplimiento.

Con respecto a las consultas o llamadas, éstas se transcriben y se dirigen al Departamento de Ética y Cumplimiento, donde se les da el seguimiento correspondiente en un lapso máximo de 30 días. En ocasiones, las consultas se remiten al área de Talento, cuando es competencia de dicha área tales como las relacionadas a Clima Organizacional.

## Resultados de Operación - Dimensión Ambiental

Las prioridades de FIFCO en su Dimensión Ambiental se mantuvieron firmes pase a la pandemia por el COVID-19. Algunas se modificaron alineadas a los protocolos de salud y seguridad, pero mantuvieron su enfoque: recurso hídrico, eliminación, reducción y valorización de los residuos post industriales y maximizar la recolección posconsumo. energía y emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).

Cabe destacar que toda la gestión ambiental se desarrolla bajo disciplinas ambientales certificables, amparadas en normas y protocolos ambientales internacionales (ISO 14001/14064/14046. Carbon Trust. Audubon) y locales (Bandera Azul Ecológica y el Certificado de Sostenibilidad Turística).

Para el 2021, se pueden destacar los siguientes logros en materia ambiental:

* 100% recolección de plásticos. 87% materiales globales.
* Certificación ISO 50001 Eficiencia Energética FIFCO Retail. con reducción del 20% en el costo de la factura eléctrica de la Planta de Manufactura.
* Transformación tecnológica de calderas de búnker a calderas de gas LP en IAK. Guatemala.
* Instalación de Alta tensión en Ciudad Florida. Entró en operación el 26 de febrero de 2021.
* Reducción de consumo de agua en Planta Cerveza de 4.26 a 4.17 hlw/hplr (-10%).
* Operaciones de Supply Chain Costa Rica certificadas Zero Waste to Landfill.
* Verificación de huella ambiental de Imperial. Pilsen. Cristal y Tropical en toda la cadena de valor para proyecto de etiquetado ambiental.
* Pruebas y protocolo de botella de PLA para agua.
* Distribuidora La Florida y FIFCO Retail alcanzaron el estatus de Carbono Neutral Plus. del Programa País de Carbono Neutralidad 2.0 del Gobierno de Costa Rica.

### Uso de materiales

Para el periodo en reporte. en las operaciones Bebidas y Alimentos en Costa Rica se utilizaron 1.423.146.974 kilogramos de materiales. el cual 98,3% pertenece a la categoría de materiales renovables. Por otro lado. se inició la contabilización de los materiales para IAK y Retail. reportando un 90% de materiales renovables.

Para el periodo 2021, se reporta la siguiente composición de materiales con contenido reciclado:

* 100% PET reciclado en los envases de agua y refrescos.
* Hasta 50% PET reciclado en los envases de carbonatados.
* 30% aluminio reciclado en las latas de aluminio.
* Hasta un 20% de plástico reciclado en las cajas plásticas reutilizables.
* Hasta 18% de acero inoxidable y 8% de níquel en los sifones de cervezas.
* Algunos embalajes de cartón hasta un 5% de contenido reciclado.

El Programa de Reciclaje de Envases Post-Consumo de FIFCO logró el 70% de recolección de los envases plásticos colocados en el mercado. Esto significó que de cada 100 envases logró reciclar 70. Además de un 87% de reciclaje en materiales globales.

### Agenda de envases: Océanos

El plástico de un solo uso es un tema material para FIFCO. Desde el año 2018, la empresa invierte en una agenda de erradicación del plástico tal como lo conocemos hoy. El principal enfoque de esta agenda es preventivo. apuntando a la mayor sustitución de envases de plásticos de un solo uso por envases de vidrio retornable.

Desde el año 2010. se dio inicio con las reducciones graduales en el gramaje de las preformas plásticas. En el último año se redujeron 135 toneladas de plástico, que se dejaron de colocar en el mercado como resultado del aligeramiento. Para el 2022 se espera reducir aún más la generación de plástico de los productos con una estrategia asociada a un nuevo indicador corporativo que mide la presentación de envases de plástico versus otros envases del portafolio de productos. Con ello se busca potenciar la venta de los productos en envases distintos al plástico. Para el año 2022 la meta es que este porcentaje sea mayor al 70% en envases distintos al plástico.

### Agua y saneamiento

En todas las operaciones se mantiene la agenda de medición y reducción del consumo de agua.

En el caso de las operaciones de bebidas y alimentos en Costa Rica de forma adicional se realiza la compensación de la huella de agua por lo que se mantiene la condición de Agua Neutralidad.

Anualmente se realiza el proceso de verificación de la huella de agua para las operaciones de bebidas y alimentos en Costa Rica y Guatemala.

Debido a la pandemia algunos de los proyectos de mejora debieron ser suspendidos, no obstante, las reducciones reportadas se lograron ejecutar en parte gracias a los siguientes esfuerzos:

* Reparación de fugas de agua por etiquetas resueltas en líneas de envasado en Planta Cerveza y BAS.
* Implementación de Capex para Bio Jardineras CDR´s
* Programa para identificación de posibles fugas existentes en la red de agua potable, caliente y helada en Hospitalidad.
* Concientización al personal en Hospitalidad.
* Aumento de ciclos de concentración del condensador del sistema de NH3-C02 en Planta Retail.

### Energía, emisiones y carbono positivo

La estrategia de Carbono Positivo se mantiene en 4 fases que se continuó ejecutando durante el periodo 2021 en todas las operaciones según el nivel de madurez de cada una.

1. **Energía eléctrica**

La matriz energética de los países donde se mantienen operaciones se compone de la siguiente forma:

* Costa Rica: Matriz energética basada en más del 90% en energía renovable.
* Guatemala: Matriz energética local cuenta con un 64% en energía renovable.
* Estados Unidos: La ubicación geográfica de la principal operación en Rochester. New York. se ve favorecida como uno de los estados con mayor generación de energía eléctrica proveniente de fuentes renovables en los Estados Unidos.

Para todas las operaciones se cuentan con programas de medición y reducción del consumo de energía eléctrica. que permiten mejorar la gestión de los recursos.

Para este período el área de manufactura de la Planta de Retail mantuvo la certificación ISO 50001.

1. **Energía térmica**

Para el total de las operaciones se ejecuta el proceso de medición de los consumos de energía térmica de todas las fuentes el cual se divide en:

* Búnker: Generación de vapor.
* Diésel: Transporte de la flota y maquinaria para labores menores.
* GLP: Maquinaria como cocinas y calentadores y para el transporte de montacargas.
* Gasolina: Flota de transporte y algunos equipos principalmente bombas.
* Jet A1: Transporte aéreo.
* Energía solar: Iluminación.

Con respecto al consumo de energía de las operaciones de FIFCO para el período 2021 se tiene un indicador de energía (térmica y eléctrica) de 0.69 GJ / unidad producida, disminuyendo en un 27% el indicador con respecto al periodo anterior en las operaciones de bebidas y alimentos en Centroamérica.

1. **Emisiones de gases de efecto invernadero**

Apesar de continuar con muchos retos a nivel mundial y a nivel país por las consecuencias de la pandemia, FIFCO mantiene su compromiso para garantizar que sus operaciones conserven el estatus de Carbono Positivo. Esto para Distribuidora La Florida, FIFCO Hospitalidad y FIFCO Retail en Costa Rica. Esto quiere decir que superamos el nivel de neutralidad con una compensación adicional con el fin de generar un balance positivo.

De estas tres unidades de negocio, Distribuidora La Florida y FIFCO Retail alcanzaron en el 2021 el estatus de Carbono Neutral Plus, del Programa País de Carbono Neutralidad 2.0 del Gobierno de Costa Rica. En el caso de FIFCO Hospitalidad logra el mismo galardón para los años 2019 y 2020 dado que el cierre de las operaciones por la pandemia había impedido realizar la verificación de manera previa, por lo que durante el 2021 sumaron ambos años en la certificación. La verificación de la huella de carbono 2021 está programada para realizarse durante el 2022.

Las normas de referencia son INTE ISO 14064. la norma B5:2016 y los lineamientos en el marco del Programa País de Carbono Neutralidad 2.0 de Costa Rica.

### Certificaciones ambientales y otros reconocimientos

Todos los procesos de certificación e implementación se basan en la ejecución sistemática de acciones tales como identificación de aspectos e impactos ambientales. identificación y evaluación de requisitos legales. formación y toma de conciencia del personal. control operación. seguimiento y medición. auditorias y revisiones por la Alta Dirección.

Respecto al periodo anterior, se mantienen todas las certificaciones ambientales, además se incluye la certificación de Carbono Positivo del Hotel Westin y Hotel W que por la situación de emergencia en el sector de hospitalidad y le cierre de operaciones, no había sido posible renovar la certificación para esta operación.

### Quejas. denuncias y sanciones

La Organización no ha sido sujeta a sanciones ambientales de carácter administrativo. legal o financiera en el periodo reportado.

# Estación de tren Descripción generada automáticamente con confianza bajaCapítulo 5.

# Directores, personal gerencial y empleados

Directores

Ilustración 2 - Junta Directiva vigente

**Imagen que contiene suelo, persona, interior, de pie

Descripción generada automáticamente**

Los directores fueron electos según acuerdo tomado en Asamblea General Ordinaria de Accionistas celebrada el 2 de noviembre de 2021. por el periodo del 1 de enero del 2022 al 31 de marzo de 2024. La Junta Directiva se encuentra integrada de la siguiente forma:

Tabla 53 - Junta Directiva vigente hasta el 31 de diciembre 2021

| **Cargo** | **Persona** | **Detalles** |
| --- | --- | --- |
| Presidente | Wilhelm Steinvorth Herrera | Año de nacimiento: 1953 |
| Ingresó a la Junta Directiva en 1993 |
| Vicepresidente | José Rossi Umaña | Año de nacimiento: 1961 |
| Ingresó a la Junta Directiva en 2006 |
| Secretario | Arturo Alexis Loría Agüero | Año de nacimiento: 1953 |
| Ingresó a la Junta Directiva en 1988 |
| Tesorero | Shannon Music Gamboa | Año de nacimiento: 1979 |
| Ingresó a la Junta Directiva en 2018 |
| Vocales | Sergio Egloff Gerli | Año de nacimiento: 1954 |
| Ingresó a la Junta Directiva en 2011 |
| Philippe Garnier Diez | Año de nacimiento: 1980 |
| Ingresó a la Junta Directiva en 2018 |
| Jaime Jiménez Solera | Año de nacimiento: 1962 |
| Ingresó a la Junta Directiva en 2019 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Fiscal de la Junta Directiva** | |
| Roberto Truque Harrington | Año de nacimiento: 1955 |
| Ingresó a la Junta Directiva en 2012 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Comité de Auditoría y Riesgos** | |
| 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.

## 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.

|  |  |
| --- | --- |
| **Ramón de Mendiola Sánchez**  Director General |  |
| Nacionalidad: Costarricense  Año de nacimiento: 1964  Ingreso: 1° de agosto de 2003 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Carlos Manuel Rojas Koberg**  Director de Finanzas y Servicios Corporativos |
| Nacionalidad: Costarricense  Año de nacimiento: 1967  Ingreso: 1° de noviembre de 2003 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Rolando Carvajal Bravo**  Director Ejecutivo de Negocios |  |
| Nacionalidad: Costarricense  Año de nacimiento: 1970  Ingreso: 27 de octubre de 2003 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Rafael Segovia Fonseca**  Director de Transformación |
| Nacionalidad: Costarricense  Año de nacimiento: 1965  Ingreso: 2 de febrero de 2004 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Alejandro Miranda Ferrer**  Director Corporativo de Mercadeo |  |
| Nacionalidad: Chileno  Año de nacimiento: 1969  Ingreso: 15 de Julio de 2020 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Scarlet Pietri Verenzuela**  Directora de Talento |
| Nacionalidad: Venezolana  Año de nacimiento: 1970  Ingreso: 15 de marzo de 2007 |

|  |  |
| --- | --- |
| **María Pía Robles Victory**  Directora de Relaciones Corporativas |  |
| Nacionalidad: Costarricense  Año de nacimiento: 1984  Ingreso: 1 de diciembre del 2013 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Mariel Picado Quevedo**  Directora de Servicios Legales |
| Nacionalidad: Costarricense  Año de nacimiento: 1973  Ingreso: 15 de Junio 2005 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Fabrizio Papaianni Martínez**  Director de Auditoría y Cumplimiento | Un hombre en traje posando para fotografia  Descripción generada automáticamente |
| Nacionalidad: Colombiano  Año de nacimiento: 1969  Ingreso: 10 de enero 2011 |

### 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 e Impuestos.

## 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.

En acuerdo de la Asamblea General de Accionistas del mes de marzo de 1998, se aprobó la iniciativa de otorgar un beneficio patrimonial a través de acciones de la Compañía a ciertos ejecutivos, de acuerdo con criterios establecidos por la Junta Directiva.

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 (la asignación se realiza en acciones y no como opción de compra). Un mayor detalle de este plan de compensación se incluye en la nota 24 de los Estados Financieros Auditados.

Los paquetes de compensación ejecutiva pagados durante los últimos dos años se muestran a continuación:

Tabla 54 - Paquete compensación ejecutiva

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Rubro** | **En millones de colones** | |
| **2020** | **2021** |
| Salario base | 15.053 | 16.712 |
| Bonificación ejecutiva | 1.992 | 2.604 |
| **Total** | **17.045** | **19.316** |

Las acciones que se han adjudicado y traspasado se detallan seguidamente:

Tabla 55 - Acciones adjudicadas y traspasadas

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Periodo** | **Cantidad adjudicada** | **Cantidad traspasada** | **No utilizadas** | **Saldo** | **Fecha valor** | **Vencimiento final** |
| 2017-2018 | 834.485 | 421.442 | 176.366 | 236.677 | 30 setiembre de 2018 | 31 de octubre 2022 |
| 2018-2019 | 1.086.345 | 311.141 | 275.028 | 500.176 | 30 setiembre de 2019 | 31 de octubre 2023 |
| 2020 | 1.851.662 | 1.633.476 | 63.338 | 154.848 | 31 diciembre de 2019 | 31 de diciembre 2023 |
| 2021 | 95.050 | 19.009 | - | 76.041 | 31 diciembre de 2020 | 31 de diciembre 2024 |
| **Total** | **3.867.542** | **2.385.068** | **514.732** | **967.742** |  |  |

## Personal

FIFCO emplea directamente a 5.386 personas entre personal de planta, distribución, administración y servicio, ya sean fijos, temporales o de medio tiempo. Adicionalmente, miles de personas trabajan en empresas que directa o indirectamente se relacionan con la Compañía.

Tabla 56 - Distribución del personal por país

|  |  |
| --- | --- |
| **País** | **Colaboradores** |
| Costa Rica | 3.984 |
| Estados Unidos | 868 |
| Guatemala – El Salvador-México | 534 |
| **Total, Empleados** | **5.386** |

En FIFCO Costa Rica los colaboradores están organizados en Asociaciones Solidaristas, que cuenta con el apoyo total de la Compañía y que rinde grandes beneficios a sus asociados. A continuación, se detalla su porcentaje de afiliación:

Tabla 57 - Porcentaje de colaboradores afiliados a Asociaciones Solidaristas

|  |  |
| --- | --- |
| **Asociación Solidarista** | **Porcentaje de Colaboradores** |
| Asociación Solidarista de Empleados de Reserva Conchal y Afines  (ASORESERVA) | 84,0% |
| Asociación Solidarista de Empleados de Panificadora Nacional  (ASEPAN) | 82,0% |
| Asociación Solidarista de Empleados de Florida Ice & Farm Co., S.A. y Afines (ASOFLORIDA) | 78,0% |

## Participación social de directores. personal gerencial y empleados

Al 31 de diciembre de 2021. los empleados de FIFCO a través de la Asociación Solidarista de Empleados (Asoflorida. S.A.) tienen una participación de 0.40% del capital accionario total.

Por su participación directa en acciones de FIFCO. los miembros de la Junta Directiva poseen en su conjunto una participación del 0.08% del capital accionario total.

En lo que se refiere al personal gerencial de la Compañía. su participación es de 0.51% del capital accionario total.

En los estatutos de FIFCO no se ha dispuesto un derecho de voto diferente. ni de suscripción preferente o de opciones sobre acciones ni de restricciones con respecto a directores. personal gerencial o empleados.

Además. dichos estatutos no contemplan la suscripción de contratos con los miembros de la Junta Directiva a partir de sus nombramientos. ni existen disposiciones referentes a la adquisición de beneficios. una vez que concluye el periodo de nombramiento.

Imagen que contiene Texto

Descripción generada automáticamente

# Capítulo 6.

# Participaciones significativas y transacciones con partes relacionadas

## Participaciones significativas

Con la información con que cuenta el Emisor a la fecha. ningún accionista por sí o por interpósita persona tiene más del 10% de las acciones en circulación. Se aclara que el Emisor tiene limitaciones prácticas para conocer las participaciones de los accionistas de forma indirecta. por lo que estos porcentajes pueden variar.

## 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 Distribuidora Nicaragua S.A.
* Vidriera Centroamericana S.A.
* Compañía Cervecera de Nicaragua. S.A.
* Cervecería Panamá. S. A.
* Heineken Internacional. BV.
* Inversiones Cerveceras Centroamericanas. S.A.
* Empresas Comegua. S.A.
* Jiménez Blanco y Quirós. S.A.
* H.A. Logística de Carga S.A.

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

Tabla 58 - Saldos con partes relacionadas

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Saldos (En millones de colones)** | **31 diciembre** | **31 diciembre** |
| **2020** | **2021** |
| ***Por cobrar:*** | | |
| Compañía Cervecera de Nicaragua S. A. | 183 | 351 |
| Heineken Internacional. BV | 259 | 189 |
| Compañía Distribuidora Nicaragua. S.A. | 114 | 93 |
| H.A. Logística de Carga S.A. | - | 81 |
| Vidriera Centroamericana. S.A. | - | 14 |
| **Total** | **556** | **728** |
| ***Documentos por cobrar*** | | |
| Cervecería Panamá. S.A. | **490** | **5.192** |
| ***Por pagar:*** | | |
| H.A. Logística de Carga S.A. | 49 | 571 |
| Vidriera Centroamericana. S.A. | 287 | 451 |
| Jiménez Blanco y Quirós. S.A. | 159 | 138 |
| Compañía Cervecera de Nicaragua S. A. | 37 | 125 |
| Compañía Distribuidora Nicaragua. S.A. | 46 | 89 |
| Heineken Internacional. BV | 102 | 51 |
| **Total** | **680** | **1.425** |

Fuente: Estados Financieros Auditados al 31 de diciembre del 2021.

En el 2021, las tasas de interés para créditos en colones oscilan entre 2,90% y 4,50% y en dólares entre 1,20% y 5,56%, (en el 2020, las tasas en colones oscilaron entre 5,50% y 8,55%, y en dólares entre 3,00% y 5,56%).

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

Tabla 59 - Transacciones con partes relacionadas

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Transacciones (En millones de colones)** | **Por el periodo de doce meses terminado al 31 de diciembre** | **Por el periodo de doce meses terminado al 31 de diciembre** |
| **2020** | **2021** |
| ***Compras de envases y producto:*** | | |
| Vidriera Centroamericana. S.A. | 4.992 | 7.114 |
| Heineken Internacional. BV | 365 | 2.569 |
| Compañía Cervecera Nicaragua. S.A. | 404 | 764 |
| **Total** | **5.761** | **10.447** |
| **Ingreso por venta de producto** | | |
| Heineken Internacional. B.V. | 1.371 | 2.262 |
| Compañía Cervecera de Nicaragua. S.A. | 1.463 | 2.494 |
| Compañía Distribuidora de Nicaragua. S.A. | 2.288 | 2.430 |
| Cervecería Panamá. S.A. | - | 29 |
| **Total** | **5.122** | **7.215** |
| ***Ingreso por intereses:*** | | |
| Cervecería Panamá. S.A. | **305** | **346** |
| ***Reintegro de gastos:*** | | |
| Heineken Internacional. B.V. | **211** | **203** |
| ***Dividendos recibidos:*** | | |
| Inversiones Cerveceras Centroamericanas S.A. | 8.273 | 9.125 |
| Empresas Comegua. S.A. | 1.809 | 2.371 |
| **Total** | **10.082** | **11.496** |
| ***Gastos por servicios:*** | | |
| H.A. Logística de Carga S.A. | 49 | 2.906 |
| Jiménez Blanco y Quirós. S.A. | 407 | 684 |
| Compañía Distribuidora de Nicaragua. S.A. | 340 | 421 |
| Heineken Internacional. B.V. | 435 | 365 |
| Compañía Cervecera Nicaragua. S.A. | 134 | 73 |
| **Total** | **1.365** | **4.449** |

Fuente: Estados Financieros Auditados al 31 de diciembre 2021.

Una botella de plástico

Descripción generada automáticamente con confianza baja

# Capítulo 7.

# Información financiera

## Anexos al prospecto

* Estados Financieros Consolidados Auditados 2018-2019
* Estados Financieros Consolidados Auditados 2020
* Estados Financieros Consolidados Auditados 2021

## Periodicidad de la información a los inversionistas

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

* Hechos relevantes en el momento en que la empresa tenga conocimiento del evento.
* Prospecto actualizado con la última información a disposición de la empresa.
* Estados financieros trimestrales.
* Estados financieros auditados anuales.
* Flujo de caja anual proyectado y flujos de caja reales trimestrales.
* Estados de captación con información sobre las captaciones mediante emisiones.

Logotipo, nombre de la empresa

Descripción generada automáticamente

1. Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por Penta Transaction, Enero-Diciembre 2020. [↑](#footnote-ref-2)
2. Las variaciones que se muestran en esta sección corresponden al comparativo 2019 vs. 2020 vs. 2021. [↑](#footnote-ref-3)
3. Al 31 de diciembre de 2021 y 2020, se utilizaron los tipos de cambio de ¢645,25 y ¢617,30 por US$1,00, respectivamente, para valuar los activos y pasivos monetarios denominados en moneda extranjera. [↑](#footnote-ref-4)
4. [↑](#footnote-ref-5)
5. Contempla: Personas Físicas Extranjeras Residentes, Personas Físicas Extranjeras No Residentes y Personas Jurídicas Extranjeras [↑](#footnote-ref-6)