

Prospecto 2016



PROSPECTO

FLORIDA ICE AND FARM COMPANY, SOCIEDAD ANÓNIMA

EMISIONES INSCRITAS Y AUTORIZADAS POR LA SUPERINTENDENCIA GENERAL DE VALORES

ACCIONES COMUNES, MONTO POR ¢93.734.043.400

Debidamente autorizada en asamblea general extraordinaria de accionistas celebrada el 15 de diciembre del 2016. Mediante la resolución SGV-R-3206 del 24 de enero del 2017 se autoriza a FLORIDA ICE AND FARM COMPANY, S.A. a la modificación del capital social.

PROGRAMAS DE EMISIONES

Programas inscritos	Fecha de emisión	Acuerdo autorización	Monto del Programa
Bonos estandarizados C-2011	30 de septiembre de 2011	SGV-R-2531	¢50,000,000,000
Bonos estandarizados D-2012	06 de septiembre de 2012	SGV-R-2740	\$100,000,000
Bonos estandarizados E-2013	13 de diciembre de 2013	SGV-R-2873	¢50,000,000,000

PUESTOS DE BOLSA REPRESENTANTES

Inversiones SAMA S.A., Puesto de Bolsa S.A.
Mercado de Valores de Costa Rica, Puesto de Valores S.A.

"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: FEBRERO DE 2017

Heredia, Costa Rica

NOTAS IMPORTANTES PARA EL INVERSIONISTA

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

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

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

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

CONTENIDO

FLORIDA ICE AND FARM COMPANY, SOCIEDAD ANÓNIMA.....	2
EMISIONES INSCRITAS Y AUTORIZADAS POR LA SUPERINTENDENCIA GENERAL DE VALORES.....	2
NOTAS IMPORTANTES PARA EL INVERSIONISTA.....	3
CAPÍTULO PRIMERO	8
INFORMACIÓN SOBRE LAS EMISIONES E IDENTIFICACIÓN DE LOS DIRECTORES, GERENTES Y ASESORES INVOLUCRADOS CON EL PROCESO DE OFERTA PÚBLICA	8
A. INFORMACIÓN SOBRE LAS EMISIONES	9
1. EMISIONES DE DEUDA	9
2. EMISIÓN DE ACCIONES	13
B. IDENTIFICACIÓN DE LOS DIRECTORES, GERENTES Y ASESORES INVOLUCRADOS CON EL PROCESO DE OFERTA PÚBLICA	16
CAPITULO SEGUNDO	17
INFORMACIÓN ESENCIAL	17
A. FACTORES DE RIESGO QUE AFECTAN A LA EMISIÓN Y A LA EMPRESA.....	18
1. RIESGOS	18
2. POLÍTICAS DE REDUCCIÓN DEL RIESGO	21
B. ANÁLISIS DE INDICADORES FINANCIEROS	23
1. ÍNDICES DE LIQUIDEZ.....	24
2. ÍNDICES DE RENTABILIDAD	25
3. ÍNDICES DE ACTIVIDAD	26
C. ENDEUDAMIENTO Y CAPITALIZACIÓN	29
1. ENDEUDAMIENTO.....	29
2. CAPITALIZACIÓN	30
D. CONTINGENCIAS	32

E. COMPROMISOS	32
CAPITULO TERCERO.....	34
INFORMACIÓN SOBRE LA EMPRESA EMISORA.....	34
A. HISTORIA Y DESARROLLO DE LA EMPRESA	35
1. <i>CONSTITUCIÓN</i>	35
2. <i>BREVE RESEÑA HISTÓRICA</i>	35
3. <i>ACTIVIDAD</i>	38
4. <i>PRINCIPALES COMPETIDORES</i>	40
5. <i>VISIÓN GENERAL DEL NEGOCIO</i>	40
CAPITULO CUARTO.....	46
RESULTADOS DE OPERACIÓN Y FINANCIEROS E INFORMACIÓN PROSPECTIVA	46
A. INFORME DE OPERACIONES 2015-2016.....	47
1. <i>DIMENSIÓN ECONÓMICA</i>	47
2. <i>DIMENSIÓN SOCIAL INTERNA</i>	53
3. <i>DIMENSIÓN SOCIAL EXTERNA</i>	55
4. <i>DIMENSIÓN AMBIENTAL</i>	57
CAPITULO QUINTO	62
DIRECTORES, PERSONAL GERENCIAL Y EMPLEADOS	62
A. DIRECTORES	63
B. PERSONAL GERENCIAL.....	64
1. <i>REPRESENTACIÓN JUDICIAL Y EXTRAJUDICIAL</i>	65
C. POLÍTICAS GENERALES DE COMPENSACIÓN DE LOS DIRECTORES Y PERSONAL GERENCIAL..	65
D. PERSONAL	65
E. PARTICIPACIÓN SOCIAL	66

CAPITULO SEXTO	67
PARTICIPACIONES SIGNIFICATIVAS Y TRANSACCIONES CON PARTES RELACIONADAS	67
A. PARTICIPACIONES SIGNIFICATIVAS	68
B. TRANSACCIONES CON PARTES RELACIONADAS.....	68
CAPÍTULO SÉPTIMO	70
INFORMACIÓN FINANCIERA	70
A. PERIODICIDAD DE LA INFORMACIÓN A LOS INVERSIONISTAS.....	71
ADENDUM	72
GOBIERNO CORPORATIVO	72

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO NO. 1	9
CUADRO NO. 2	14
CUADRO NO. 3	22
CUADRO NO. 4	23
CUADRO NO. 5	29
CUADRO NO. 6	31
CUADRO NO. 7	32
CUADRO NO. 8	41
CUADRO NO. 9	63
CUADRO NO. 10	64
CUADRO NO. 11	66

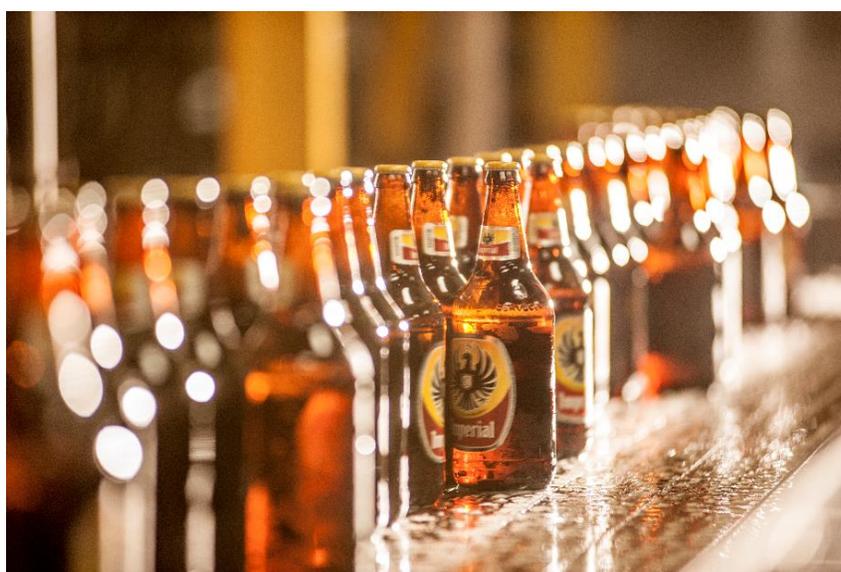
ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO NO. 1.....	31
--------------------	----

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1	63
---------------------	----

CAPÍTULO PRIMERO



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

A. INFORMACIÓN SOBRE LAS EMISIONES

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

1. EMISIONES DE DEUDA

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

Cuadro No.
Emisión de Bonos Estandarizados¹

Clase de Instrumento	Emisión de Bonos Estandarizados ¹					
	Bonos estandarizados				D-2012	E-2013
Programa	C-2011					
Nombre de la emisión	Serie C1	Serie C2	Serie C3	Serie C4	Serie D-2012	Serie E1
Plazo	5 años	7 años	10 años	10 años		5 años
Monto de la emisión	¢5,000,000,000	¢10,000,000,000	¢12,150,000,000	¢22,850,000,000	\$100,000,000	¢5,250,000,000
Moneda	Colones	Colones	Colones	Colones	Dólares	Colones
Código ISIN	CRFIFCOB0972	CRFIFCOB0980	CRFIFCOB0998	CRFIFCOB1004		CRFIFCOB1012
Nemotécnico	bfc1c	bfc2c	bfc3c	bfc4c		bfe1c
Fecha de emisión	06 de noviembre 2012	27 de mayo 2013	03 de julio 2013	26 de noviembre 2013		04 de noviembre 2014
Fecha de vencimiento	06 de noviembre 2017	27 de mayo 2020	03 de julio 2023	26 de noviembre 2023		04 de noviembre 2019
Denominación o valor facial	¢5.000.000 (Cinco millones)	¢1.000.000 (Un millón)	¢1.000.000 (Un millón)	¢1.000.000 (Un millón)	\$10.000 (Diez mil)	¢1.000.000 (Un millón)
Tasa de interés bruta ²	Tasa Básica Pasiva (TBP)+2%	9.51%	9.62%	Tasa Básica Pasiva (TBP)+2%		10.60%
Tasa de interés neta	Tasa Bruta menos 8% de impuesto sobre la renta.	8.75%	8.85%	Tasa Bruta menos 8% de impuesto sobre la renta.		9.75%
Forma de colocación	Suscripción en firme					Suscripción en firme
Factor de cálculo					30/360	
Periodicidad					Cupón trimestral al vencimiento	
Forma de representación					Anotación en cuenta	
Ley de Circulación					A la orden	
Calificadora de Riesgo					Sociedad Calificadora de Riesgo Centroamericana, S.A.	
Calificación de Riesgo					Scr AAA	

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

(2) En el caso de emisiones con tasa de interés ajustable, la tasa de referencia que se utilizará será la que se encuentre veinte dos (2) días hábiles antes del inicio de cada periodo de pago de intereses.

a. FORMA DE COLOCACIÓN

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

La convocatoria dentro o fuera de Bolsa y sus condiciones serán informadas por FIFCO, mediante un Comunicado de Hecho Relevante, al menos cinco (5) 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 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, como máximo.

i. COLOCACIÓN FUERA DE BOLSA

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

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

ii. COLOCACIÓN POR BOLSA

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

b. AGENTE COLOCADOR

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

oferta y demanda de los valores en un determinado día. Los documentos o medios que respalden la revelación al inversionista deben estar disponibles para efectos de supervisión.

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

Una colocación por subasta es aquella en la que el agente colocador ofrece una cantidad o monto a subastar y las ofertas de los inversionistas se refieren tanto a la cantidad o al monto como al rendimiento o precio al que se desea comprar. El agente colocador deberá establecer en forma clara la regla que utilizará para la asignación, así como los casos en que se considerará desierta una subasta. Cuando se organicen subastas y el emisor opte por asignar una cantidad mayor al monto convocado, se deberá realizar la totalidad de las asignaciones a precio único de corte o un único rendimiento de corte para el papel comercial. La posibilidad de asignar una cantidad mayor al monto convocado únicamente podrá utilizarse cuando exista saldo disponible de la emisión. Tanto la posibilidad de declarar desierta una subasta como la de asignar un monto mayor al convocado, deberán indicarse en la convocatoria de la subasta.

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

- Trato igualitario a los inversionistas en el acceso y difusión de la información sobre la emisión y el mecanismo de colocación, tanto en relación con los contenidos como en relación con el momento y el medio por el cual se tiene acceso o se difunde la información.
- Trato igualitario a los inversionistas en las condiciones de la colocación.
- Difusión del mecanismo de colocación establecido así como todas las condiciones y reglas aplicables a éste. El Superintendente debe establecer mediante acuerdo de alcance general las disposiciones aplicables para la revelación del mecanismo de colocación seleccionado, las condiciones y las reglas aplicables a este así como las características de la emisión que pueden ser reveladas por medio de un Comunicado de Hecho Relevante posterior al registro de la emisión pero de previo a la colocación. Las reglas de asignación no pueden contener ningún elemento a definir durante o después de la colocación. En el caso de las emisiones inscritas anticipadamente y de los programas de emisiones, estas condiciones y las características están definidas en el artículo 17 y el agente colocador debe conservar la documentación que acredite el detalle de las ofertas recibidas de los inversionistas y la asignación, la cual debe estar a disposición de la SUGEVAL.

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

c. GARANTÍAS

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

d. CALIFICACIÓN DE RIESGO

En sesión Ordinaria N°1112016 del 28 de julio del 2016, la empresa Sociedad Calificadora de Riesgo Centroamericana, S.A., basado en información financiera no auditada al 31 de diciembre del 2015 y al 31 de marzo de 2016, acordó otorgar la calificación scrAAA para todas las emisiones de Florida Ice and Farm Company, S.A.

La calificación de riesgo scrAAA se le otorga a "emisores con la más alta capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos acordados. No se vería afectada ante posibles cambios en el emisor, en la industria a la que pertenece o en la economía. Nivel excelente". La misma se actualiza cada seis meses y se encuentra disponible en la página web de FIFCO, en la Superintendencia General de Valores y en la página web de la Sociedad Calificadora de Riesgos Centroamericana (www.scriesgo.com).

e. DESTINO DE LOS RECURSOS

El objetivo de las emisiones de Bonos Estandarizados C1, C2, C3 y C4 en colones es la captación de recursos para capital de trabajo e inversiones.

En el caso de la emisión de Bonos Estandarizados E1 en colones y el Programa de Emisión de Bonos Estandarizados D-2012 en dólares, los recursos se captan para capital de trabajo, la inversión en activos productivos de mediano y largo plazo y/o la sustitución de pasivos financieros. Del Programa D-2012 aún no ha sido colocada ninguna emisión.

f. 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.

g. 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.

h. AGENTE DE PAGO

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

i. 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.

j. TRATAMIENTO TRIBUTARIO

El tratamiento tributario se encuentra sujeto al ordenamiento jurídico costarricense, de conformidad con lo dispuesto en la ley No. 7092, Ley del Impuesto sobre la Renta. 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.

k. EMISIONES INSCRITAS EN OTROS MERCADOS

FIFCO no tiene emisiones inscritas en otros mercados.

2. EMISIÓN DE ACCIONES

La Asamblea General Extraordinaria de Accionistas realizada el 15 de diciembre del 2016, aprobó por unanimidad, la reducción del Capital Social de Florida Ice and Farm Company, S.A., de ¢93.967.197.700,00 a ¢93.734.043.400. Lo anterior corresponde a 2.331.543 acciones comunes y nominativas de ¢100.00 cada una.

Al 30 de setiembre de 2016, el Capital Social Autorizado de la Compañía era de ¢93.967.197.700,00 (noventa y tres mil novecientos sesenta y siete millones ciento noventa

y siete mil setecientos colones), representado por 939.671.977 (novecientos treinta y nueve millones seiscientos setenta y un mil novecientos setenta y siete) 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 con el nemotécnico “FIFCO” y el instrumento “acom”.

En Asamblea General Extraordinaria de Accionista celebrada el 16 de diciembre de 2015, se aprobó por unanimidad un nuevo programa formal de recompra de acciones de la Compañía a través de la Bolsa Nacional de Valores, por un monto máximo de US\$10.000.000, en un plazo de 36 meses, el cual empezó a regir el 23 de noviembre de 2016 y para lo cual se nombró a Inversiones Sama, S.A. como puesto de bolsa encargado de ejecutar dicho programa. Las acciones adquiridas bajo este programa no deberán ser puestas a la venta posteriormente.

A continuación, se muestra el valor de mercado de las acciones al 30 de setiembre de cada uno de los años comprendidos entre 2011 y 2016, ambos años inclusive, su relación con la utilidad por acción y su valor en libros.

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

Año	Valor de Mercado	Relación a (veces)	
		Utilidad por Acción	Valor en Libros
2011	919	12.03	1.43
2012	897	7.55	1.30
2013	1501	42.96	2.09
2014*	716	18.58	2.31
2015	675	13.91	2.06
2016	976	16.44	2.69

* Capitalización de utilidades retenidas incrementando el capital social en 2,5 veces por acción

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

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

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

a. INMOVILIZACIÓN O DESMATERIALIZACIÓN DE ACCIONES

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

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

- Eliminar logística de traspaso de títulos
- Eliminar problemas de seguridad (extravío, “gemeleo”)
- Permitir el manejo electrónico del Libro de Accionistas

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

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

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

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

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

Durante el proceso de Oferta Pública, se involucran los siguientes funcionarios de FIFCO:

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

CAPITULO SEGUNDO



INFORMACIÓN ESENCIAL

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

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

1. RIESGOS

a. RIESGOS ASOCIADOS A LA EMPRESA EMISORA

i. RIESGO DEL NEGOCIO

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

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

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

iii. RIESGO DE COMPETENCIA

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

iv. RIESGO DE CONTINUIDAD DE OPERACIÓN

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

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

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

vi. RIESGO DE VARIACIONES DE TIPO DE CAMBIO

Las subsidiarias de FIFCO en los diferentes países adquieren una parte de sus materias primas en el extranjero, en especial la malta y algunos concentrados. Al ser bienes importados, sus costos se ven afectados por la devaluación de las monedas locales.

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

vii. RIESGO DE VARIACIONES EN LA TASA DE INTERÉS

FIFCO financia algunas de sus inversiones con emisiones de bonos o créditos bancarios. Las tasas de interés tienen una repercusión directa en el costo de los recursos de la empresa ante cualquier variación en el entorno macroeconómico donde se opera.

viii. RIESGO POR OCURRENCIA DE SINIESTROS

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

ix. COSTOS DE OPERACIÓN Y CONSTRUCCIÓN

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

x. CONTRACCIÓN DEL SECTOR TURISMO

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

b. RIESGOS ASOCIADOS A LA EMISIÓN DE ACCIONES

i. RIESGO DE VOLATILIDAD EN EL PRECIO

La falta de profundidad del mercado nacional puede ocasionar variaciones significativas en el precio cuando un inversionista hace oferta de venta o de compra de un número significativo de acciones. Lo anterior, se puede generar por las variaciones en las expectativas del mercado, emisiones adicionales de acciones, “split” de acciones y distribución de dividendos.

ii. RIESGO DE DILUCIÓN

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

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

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

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

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

c. RIESGOS ASOCIADOS A LAS EMISIONES DE DEUDA

i. RIESGO DE LIQUIDEZ

El riesgo de liquidez se refiere a la posible dificultad del inversionista para convertir los títulos valores en efectivo con la prontitud esperada, por limitaciones del mercado. Tal situación puede conllevar a ajustes en el precio y en los costos de transacción para cerrar

una operación. Esto podría ocasionar que el inversionista reciba un monto menor al invertido, o que no pueda liquidar su inversión.

ii. RIESGO DE DESINSCRIPCIÓN

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

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

iii. RIESGO DE CESACIÓN DE PAGOS DE PARTE DEL EMISOR

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

iv. RIESGO DE VARIACIÓN EN EL TRATAMIENTO FISCAL DE LOS INTERESES

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

2. POLÍTICAS DE REDUCCIÓN DEL RIESGO

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

Pese a que la principal materia prima de la Compañía, la malta, proviene del exterior, los precios de la misma son negociados con los proveedores para evitar fluctuaciones severas. Además, contamos con un moderno sistema de silos con capacidad de almacenar grandes cantidades de dicha materia prima a granel, permitiendo comprar en épocas en que el

precio se encuentra bajo, además de aprovechar reducciones por volumen en los costos de transporte.

Para proteger la continuidad de la operación, la Compañía cuenta con sistemas alternativos para dar soporte a la operación, como son plantas eléctricas con capacidad para producción de energía por varios días, talleres de servicio y personal capacitado las 24 horas para dar mantenimiento preventivo y correctivo a maquinaria, sistemas eléctricos, sistemas informáticos y vehículos. Se cuenta también con servidores informáticos de respaldo, sistemas manuales de cálculo para carga y descarga de camiones, entre otros. La Compañía, convencida de la importancia de administrar el riesgo, se encuentra protegida con pólizas de seguro las cuales se describen a continuación:

Cuadro No.

Detalle de las pólizas de seguros así como los montos asegurados en cada una, al 30 de Setiembre 2016

Tipo de Póliza	Bienes Asegurados	2016 (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, vehículos, montacargas e inventarios.	597,507
Calderas	Calderas de la Compañía.	86,174
Responsabilidad Civil General	Producción, distribución y venta de los productos de la Compañía en territorio nacional y en el extranjero.	13,352
Responsabilidad Civil Umbrella	Producción, distribución y venta de los productos de la Compañía en territorio nacional y en el extranjero.	45,072
Equipo Contratista	Equipo Contratista.	882
Carga, Importación y Exportación	Materias primas, material de empaque, repuestos, productos importados y de exportación.	58,894
Flotilla de Vehículos	Vehículos propiedad de la Compañía.	1,906
Riesgos del Trabajo	Funcionarios de la Compañía.	46,047
Riesgo Nombrado	Maquinas de Reciclaje, Rótulo HA&COM, Plantas Eléctricas Móviles, Bus Maxxx Energy y Tarima Hidráulica.	490
Equipo Electronico	Pantallas LED, equipos electrónicos móviles de Eventos Especiales.	418
Fidelidad	Fianza de Filidelidad.	219
Valores en Transito	Valores en tránsito, robo y asalto.	25
Transporte Bodegas	Transporte interno y externo entre bodegas.	34,876
Monto Total Asegurado en Colones		885,863

Adicionalmente, para el período 2016 se maneja una póliza médica por un monto máximo asegurable por empleado de ₡1,093MM y una póliza colectiva de vida por un monto máximo asegurable por empleado de ₡273MM, aplicables a los niveles gerenciales.

B. ANÁLISIS DE INDICADORES FINANCIEROS

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

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

a) INDICES DE LIQUIDEZ	2014	2015	2016
Act. Circ./Pasivo Circ.	1.38	1.50	1.28
(Act. Circ.-Inv.)/Pasivo Circ.	0.92	1.06	0.90
b) INDICES DE RENTABILIDAD (%)			
Utilidad Neta/ Activo Total	4.35%	5.34%	6.43%
Utilidad Neta/ Ventas	5.95%	7.36%	8.42%
Utilidad Neta/ Patrimonio Neto	12.87%	15.26%	17.25%
Utilidad por acción (en colones)	₡38.52	₡48.54	₡59.52
c) INDICES DE ACTIVIDAD			
Período medio cobro Ctas. x cobrar comerciales (días)	35.96	32.44	32.47
Período medio de pago (días)	51.05	44.94	60.84
Días de Inventario	72.83	65.33	69.26
Rotación de Inventarios	5.01	5.59	5.27
Rotación activo fijo	2.49	2.60	2.71
(Util. Neta + gasto financiero)/gastos financieros	2.98	3.35	3.86
Cuentas Incobrables a Ventas	0.06%	0.07%	0.08%
d) NIVELES DE CAPITALIZACION Y ENDEUDAMIENTO			
Pasivo Total/ (Patr.-Util. No Distribuidas)	3.51	3.47	3.41
Captación/ Pas. Total	11.27%	11.93%	11.04%

Fuente: Estados Financieros Auditados de Florida Ice and Farm Company, S. A. al 30 de setiembre de 2014, 2015 y 2016.

¹ Las variaciones que se muestran en esta sección corresponden al comparativo 2016 vs. 2015

1. ÍNDICES DE LIQUIDEZ

a. LIQUIDEZ CORRIENTE

El cálculo de esta razón corresponde a dividir el activo circulante entre el pasivo circulante, y se interpreta como el número de veces que el activo a corto plazo cubre el pasivo a corto plazo. Debido a que ambas variables tienen un período de vencimiento similar, este es un buen indicador para medir la liquidez de una empresa en un momento determinado.

Liquidez Corriente	En millones de Colones			Variación	
	2014	2015	2016	Absoluta	%
Activo Circulante	198,357	199,740	213,274	13,534	6.78%
Pasivo Circulante	143,341	132,856	166,659	33,803	25.44%
Liquidez Corriente	1.38	1.50	1.28	(0.22)	-14.88%

Para el cierre del período 2016, esta razón disminuye un 14.88% producto del incremento de 25.44% en el pasivo circulante. Lo anterior obedece a un aumento en los préstamos de corto plazo para capital de trabajo y una mayor porción circulante de la deuda (neto de pago de bonos). Adicionalmente, se observa un incremento de las cuentas por pagar a proveedores por: aumento del volumen de ventas/inventarios, negociaciones de mayores plazos de pago a proveedores e impuestos de renta por pagar por mayores resultados.

b. RAZÓN ÁCIDA

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

Razón Ácida	En millones de Colones			Variación	
	2014	2015	2016	Absoluta	%
Activo Circulante	198,357	199,740	213,274	13,534	6.78%
Inventario	66,272	58,827	63,565	4,738	8.05%
Pasivo Circulante	143,341	132,856	166,659	33,803	25.44%
Razón Ácida	0.92	1.06	0.90	(0.16)	-15.31%

El resultado de 0.9 indica que la Compañía mantiene la capacidad para solventar las obligaciones a corto plazo. Sin embargo, este indicador disminuye en un 15.31% con respecto al año anterior, producto del incremento de un 25.44% en el pasivo circulante tal y como se explicó anteriormente. Importante mencionar que por las características del inventario que mantiene la Compañía, este es sumamente líquido.

2. ÍNDICES DE RENTABILIDAD

a. UTILIDAD NETA A ACTIVO TOTAL

El cálculo de esta razón corresponde a tomar la utilidad neta después de impuestos y dividirla entre el activo total (promedio de los activos totales del año 2016 y 2015). El resultado nos indica el monto de las ganancias que la empresa puede generar por cada colón invertido.

Utilidad neta a Activo total	En millones de Colones			Variación	
	2014	2015	2016	Absoluta	%
Utilidad Neta de la Controladora	36,507	45,856	55,932	10,076	21.97%
Activo Total	840,059	859,078	870,186	11,108	1.29%
Utilidad neta a Activo total	4.35%	5.34%	6.43%	1.09	20.41%

En el 2016, esta razón presentó un incremento del 20.41% con respecto al año anterior, producto del aumento de 21.97% en la utilidad neta del año debido al crecimiento orgánico del negocio, así como mayores resultados en empresas asociadas.

b. UTILIDAD NETA A VENTAS

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

Utilidad Neta a Ventas	En millones de Colones			Variación	
	2014	2015	2016	Absoluta	%
Utilidad Neta de la Controladora	36,507	45,856	55,932	10,076	21.97%
Ventas	613,523	623,288	664,181	40,893	6.56%
Utilidad Neta a Ventas	5.95%	7.36%	8.42%	1.06	14.40%

El resultado de este indicador en el año 2016 tuvo un incremento del 14.40% que es consistente con el incremento en la utilidad neta, el cual es mayor que el incremento provocado en las ventas, correspondiente a un indicador de mayor eficiencia en la generación de utilidades

c. UTILIDAD NETA A PATRIMONIO NETO

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

Utilidad Neta a Patrimonio Neto	En millones de Colones			Variación	
	2014	2015	2016	Absoluta	%
Utilidad Neta de la Controladora	36,507	45,856	55,932	10,076	21.97%
Patrimonio Neto	283,573	300,535	324,317	23,783	7.91%
Utilidad Neta a Patrimonio Neto	12.87%	15.26%	17.25%	1.99	13.04%

Este resultado continúa mostrando la tendencia creciente que se observa desde el 2014. En el presente año tuvo un incremento de 13.04%, producto principalmente del aumento en un 21.97% en la utilidad neta.

d. UTILIDAD POR ACCIÓN

El cálculo de este indicador corresponde a dividir las utilidades promedio del período entre las acciones en circulación. El resultado muestra la utilidad en colones por acción común nominativa.

Utilidad por acción	En millones de Colones			Variación	
	2014	2015	2016	Absoluta	%
Utilidad Neta de la Controladora	36,507	45,856	55,932	10,076	21.97%
Capital Acciones comunes	94,778	94,471	93,967	(504)	-0.53%
Utilidad por acción (en colones)	¢38.52*	¢48.54	¢59.52	10.98	22.63%

* En el 2014 se realizó una capitalización de utilidades retenidas, la cual dio como resultado un "split" de acciones en una relación 1 a 2,5 por acción.

Para el período 2016, se da un incremento del 22.63% en relación al año anterior producto del incremento de la utilidad neta de la Compañía.

3. ÍNDICES DE ACTIVIDAD

a. PERÍODO MEDIO DE COBRO DE CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES

El cálculo de esta razón corresponde a tomar el saldo de las cuentas por cobrar multiplicado por 365 días y dividirlo entre las ventas a crédito (para el año 2016 las ventas a crédito representan el 93% de las ventas totales). Se interpreta como plazo promedio de recuperación de las cuentas por cobrar expresado en días.

Período medio de cuentas por cobrar	En millones de Colones			Variación	
	2014	2015	2016	Absoluta	%
Cuentas por cobrar por 365 días	18,750,415	18,806,990	20,058,575	1,251,585	6.65%
Ventas a crédito	521,495	579,658	617,688	38,030	6.56%
Período medio cobro Ctas. x cobrar comerciales (días)	35.96	32.44	32.47	0.03	0.09%

FIFCO tiene una política de crédito que le permite mantener niveles de recuperación favorables. En el año 2016, este indicador incrementa en relación al 2015 debido al incremento de un 6.65% en las cuentas por cobrar con relación al período pasado que es consistente con el incremento en las ventas. Este indicador se encuentra en 32.47 días de recuperación.

b. PERÍODO MEDIO DE PAGO

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

Período medio de pago	En millones de Colones			Variación	
	2014	2015	2016	Absoluta	%
Cuentas por pagar por 365 días	16,956,075	14,771,185	20,380,505	5,609,320	37.97%
Costo de las Ventas	332,135	328,665	334,984	6,319	1.92%
Período medio de pago (días)	51.05	44.94	60.84	15.90	35.37%

Para el período 2016, este indicador incremento un 35,37% alcanzando aproximadamente 60.84 días promedio para hacer efectivo el pago a los proveedores, tanto nacionales como del exterior, lo que representa una mejora en la gestión de los pagos a proveedores.

c. DÍAS INVENTARIO

El cálculo de esta razón corresponde a tomar el saldo del inventario total y se divide entre el costo de mercadería vendida diario. El resultado se interpreta como el número de días ventas que la empresa tiene en existencias para cubrir el mercado en caso de que no haya producción.

Días de Inventario	En millones de Colones			Variación	
	2014	2015	2016	Absoluta	%
Inventario	66,272	58,827	63,565	4,738	8.05%
Costo de ventas entre 365 días	910	900	918	17	1.92%
Días de Inventario	72.83	65.33	69.26	3.93	6.02%

La administración de los niveles de inventario en FIFO es constante, en busca de que sea óptimo su manejo. En el 2016, este indicador incrementa un 6.02%, lo que se ve reflejado en 3.93 días más.

d. ROTACIÓN DE INVENTARIO

El cálculo de esta razón corresponde a tomar el costo de mercadería vendida y dividirlo entre el inventario total. El resultado se interpreta como las veces que rota el inventario en un año.

Rotación de Inventarios	En millones de Colones			Variación	
	2014	2015	2016	Absoluta	%
Costo de ventas	332,135	328,665	334,984	6,319	1.92%
Inventario	66,272	58,827	63,565	4,738	8.05%
Rotación de Inventarios	5.01	5.59	5.27	(0.32)	-5.67%

Para el 2016, el inventario rotó 5,27 veces en el año. Lo anterior, es 0,32 veces menos que el periodo pasado; lo cual es consistente con el incremento de un 8.05% en el inventario.

e. ROTACIÓN DEL ACTIVO FIJO

El cálculo de esta razón corresponde a tomar las ventas netas y dividir las entre el activo fijo total. Se interpreta como la efectividad que tiene la empresa para utilizar su activo fijo total y convertirlo en desempeño comercial a través de las ventas.

Rotación activo fijo	En millones de Colones			Variación	
	2014	2015	2016	Absoluta	%
Ventas Netas	613,523	623,288	664,181	40,893	6.56%
Activo Fijo	246,450	239,512	245,353	5,841	2.44%
Rotación activo fijo	2.49	2.60	2.71	0.10	4.02%

En FIFCO, este indicador muestra un aumento del 4.02% en relación al año anterior, lo cual denota un mejor aprovechamiento de los activos de la Compañía, 2.71% más, que es consistente con el incremento en las ventas para el año 2016.

f. UTILIDAD NETA MÁS GASTOS FINANCIEROS A GASTOS FINANCIEROS

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

Utilidad Neta a Gastos Financieros	En millones de Colones			Variación	
	2014	2015	2016	Absoluta	%
Utilidad Neta	46,757	58,177	71,649	13,472	23.16%
Gasto Financiero	23,632	24,712	25,022	310	1.25%
Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros	2.98	3.35	3.86	0.51	15.18%

Para el año 2016, el índice se incrementó un 15,18% en relación al 2015. Por ello, la utilidad neta de la Compañía cubre 3.86 veces su gasto financiero. Este índice ha presentado incrementos en los últimos 3 años.

g. CUENTAS INCOBRABLES A VENTAS NETAS

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

Cuentas Incobrables a Ventas	En millones de Colones			Variación	
	2014	2015	2016	Absoluta	%
Estimación por incobrable	388	429	541	112	26.11%
Ventas	613,523	623,288	664,181	40,893	6.56%
Cuentas Incobrables a Ventas	0.06%	0.07%	0.08%	0.01%	18.34%

Para el periodo 2016, este indicador presentó un incremento del 18.34% el cual estaba contemplado dentro de las proyecciones del negocio. En los últimos tres años las cuentas

incobrables han representado menos del 0.10% de las ventas de la Compañía, lo cual es reflejo de una cartera sana.

Cuadro No.
Antigüedad de Documentos y Cuentas por Cobrar, Períodos 2014-2015-2016

Plazo	AI 30/09/2014	AI 30/09/2015	AI 30/09/2016
Al Día	56,302	56,062	60,007
De 01 a 30 Días	2,602	1,671	1,510
De 31 a 60 Días	207	59	78
De 61 a 90 Días	311	58	43
De 91 a 120 Días	157	434	3
Más de 120 Días	186	1,277	130
En Cobro Judicial	1,557	1,510	1,357
Estimación	(1,597)	(2,026)	(1,520)
Total	59,725	59,045	61,608

Fuente: Estados Financieros Auditados de Florida Ice and Farm Company, S. A. 2016.

C. ENDEUDAMIENTO Y CAPITALIZACIÓN

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

1. ENDEUDAMIENTO

a. PASIVO TOTAL A PATRIMONIO NETO (EXCLUYENDO LAS UTILIDADES DISPONIBLES)

El cálculo de esta razón corresponde a tomar el saldo del pasivo total (incluyendo el total de las emisiones autorizadas) y dividirlo entre el patrimonio neto (excluyendo las utilidades no distribuidas disponibles). El resultado se interpreta como la exposición de los acreedores

en el caso de una posible insolvencia de la Compañía, una vez excluidas las utilidades disponibles. Este cálculo no incluye el interés minoritario.

Pasivo Total a Patrimonio Neto	En millones de Colones			Variación	
	2014	2015	2016	Absoluta	%
Pasivo Total	531,378	502,613	500,234	(2,379)	-0.47%
Patrimonio	293,000	308,069	340,565	32,496	10.55%
Utilidades No Distribuidas	141,765	163,432	193,860	30,428	18.62%
Pasivo Total a Patrimonio Neto	3.51	3.47	3.41	(0.07)	-1.88%

Durante este periodo el nivel de endeudamiento respecto al patrimonio neto disminuyó un 1.88% con respecto al período anterior producto de la disminución de un 0.47% en el pasivo total. El nivel de endeudamiento (definido como el pasivo total) cumple con las disposiciones de la Superintendencia General de Valores.

b. CAPTACIÓN EFECTIVA A PASIVO TOTAL

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

Captación a Pasivo Total	En millones de Colones			Variación	
	2014	2015	2016	Absoluta	%
Captación	59,902	59,944	55,250	(4,694)	-7.83%
Pasivo Total	531,378	502,613	500,234	(2,379)	-0.47%
Captación a Pasivo Total	11.27%	11.93%	11.04%	(0.89)	-7.46%

Esta razón representa las captaciones de la empresa respecto del pasivo total. Para el 2016 este indicador disminuye en un 7.46% con respecto al año anterior, lo cual es resultado de la disminución de un 7.83% en la captación producto de la reducción en la porción circulante de los bonos por pagar a largo plazo.

2. CAPITALIZACIÓN

a. DIVIDENDOS

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

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

Período	Utilidad Neta **	Dividendos	% de la Utilidad Neta
2006*	¢ 21,784	¢ 25,394	116.57%
2007	¢ 37,663	¢ 12,044	31.98%
2008	¢ 24,127	¢ 13,514	56.01%
2009	¢ 36,153	¢ 9,503	26.29%
2010	¢ 27,834	¢ 12,385	44.50%
2011	¢ 29,178	¢ 13,609	46.64%
2012	¢ 45,280	¢ 19,039	42.05%
2013	¢ 33,594	¢ 19,391	57.72%
2014	¢ 36,507	¢ 19,887	54.47%
2015	¢ 45,856	¢ 21,531	46.95%
2016	¢ 55,932	¢ 23,907	42.74%

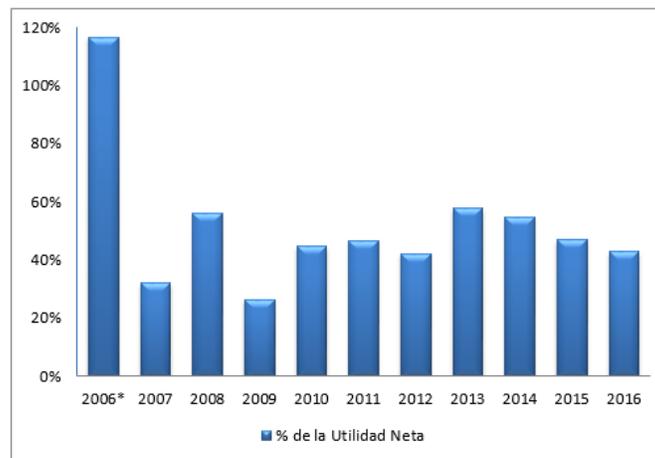
*Incluye dividendo extraordinario por ¢14.894.000.000,00 (¢38,50 por acción común) pagado por acumulación de utilidades.

**Utilidad atribuible a la controladora.

La Asamblea General de Accionistas de FIFCO tiene la discrecionalidad de decretar los dividendos que se pagarán en el período. Asimismo, delega el pago 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.

En el siguiente gráfico se observa la relación existente entre la repartición de los dividendos por año y el porcentaje de la utilidad neta del período.

Gráfico No.
Relación dividendo a utilidad neta del período



*Incluye dividendo extraordinario

b. COMPOSICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL

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

- Al 30 de setiembre del 2016, el Capital Social Autorizado de la Compañía era de ¢93.967.197.700,00 (noventa y tres mil novecientos sesenta y siete millones ciento noventa y siete mil setecientos colones), representado por 939.671.977 (novecientos treinta y nueve millones seiscientos setenta y un mil novecientos setenta y siete) acciones comunes con un valor nominal de ¢100,00 (cien colones) cada una.
- En Asamblea General Extraordinaria de Accionistas realizada el 15 de diciembre del 2016, se aprobó por unanimidad, la reducción del Capital Social de Florida Ice and Farm Company, S.A., de ¢93.967.197.700,00 a ¢93.734.043.400. Lo anterior corresponde a las 2.331.543 acciones comunes y nominativas de ¢100.00 cada una que se mantenían en Tesorería al 30 de setiembre de 2016.

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

Fecha	Aumentos	Disminución	Nuevo Capital	Acciones En Tesorería	Nuevos Aportes	Utilidades No Distribuidas	Superávit por Revaluación	Capital Adicional Pagado
17-dic-14	-	306,897.40	94,470,728.10	(306,897.40)	-	-	-	-
16-dic-15	-	503,530.40	93,967,197.70	(503,530.40)	-	-	-	-
15-dic-16	-	233,154.30	93,734,043.40	(233,154.30)	-	-	-	-

c. PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE CAPITAL EXTRANJERO

Al 30 de septiembre de 2016, el porcentaje de participación de capital extranjero era de 10.48%.

D. CONTINGENCIAS

Existen contingencias por concepto de diferencias en el cálculo de los impuestos del Instituto de Desarrollo Rural (INDER), del Instituto de Fomento y Asesoría Municipal (IFAM) y de la Dirección General de Tributación Directa en Costa Rica y otras contingencias por concepto de Juicios Laborales y juicios Civiles que se revelan en los estados financieros auditados del 2016. A criterio de los asesores legales, existe una posibilidad alta de obtener resultados favorables al final de todos estos litigios.

E. COMPROMISOS

Florida Ice and Farm Company, S.A. es garante solidario de operaciones concedidas a subsidiarias por la suma de US\$81.152 en miles por operaciones de crédito que mantiene con bancos comerciales.

La Compañía tiene fianzas mercantiles a favor de terceros por la suma de US\$20.150 en miles para garantizar el cumplimiento de obligaciones contractuales.

Cervecería Costa Rica, S.A. y subsidiarias son garantes solidarios de operaciones por la suma de US\$418.844 en miles por operaciones de crédito.

Productora La Florida, S.A. mantiene garantías reales por un monto total de US\$13.960 en miles por procesos legales.

CAPITULO TERCERO INFORMACIÓN SOBRE LA EMPRESA EMISORA



A. HISTORIA Y DESARROLLO DE LA EMPRESA

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

1. CONSTITUCIÓN

Florida Ice and Farm Company, Sociedad Anónima, se encuentra inscrita en Costa Rica desde el día 05 de agosto de 1908, en el tomo 618, folio 219 y asiento 303 de la Sección Mercantil del Registro Público. Su número de cédula jurídica es 3-101-000784-37 y su objeto social principal es la explotación de empresas industriales o agrícolas de cualquier naturaleza. Sin embargo, también puede ejercer actividades comerciales de cualquier tipo, así como celebrar contratos, comprar, vender, arrendar, pignorar, hipotecar, y en cualquier otra forma gravar o enajenar toda clase de bienes muebles e inmuebles. Es parte de su objeto social comprar o, de cualquier otra forma, adquirir, ceder o vender toda clase de valores, acciones comerciales, licencias, derechos o privilegios convenientes o útiles a la buena marcha de la empresa. De este modo, puede formar parte de otras sociedades, y rendir cualquier tipo de fianzas a favor de socios o terceros, previa autorización de la Junta Directiva y cuando en virtud de ello la Compañía reciba algún tipo de beneficio.

Los accionistas de FIFCO tienen todos los derechos que les otorga el Código de Comercio de Costa Rica y sus reformas.

2. BREVE RESEÑA HISTÓRICA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

El 17 de marzo de 2012, la Compañía Florida Bebidas S.A y la Cooperativa Agropecuaria de Productores de Leche (COOPELECHE R.L), establecieron una alianza estratégica con el fin de fortalecer la producción y distribución de leche y sus derivados. Adicionalmente, se formalizó un acuerdo para adquirir el establecimiento mercantil de “COOPELECHE R.L”

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

El 26 de octubre de 2012, la Compañía a través de Cervecería Costa Rica concretó la negociación de compraventa del 100% de la empresa estadounidense North American Breweries Holding LLC y sus subsidiarias (NAB). Al momento de la compra se contaba con una planta de producción en el Estado de Nueva York y otras tres cervecerías ubicadas en Oregon, California y Vermont, así como una red de distribución con mayoristas claves y puntos de venta al detalle.

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

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

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

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

3. ACTIVIDAD

La principal actividad de la Compañía es la elaboración y distribución de bebidas. Participa en diversas categorías, siendo la más importante cerveza. En este caso, se cuenta con varias marcas, entre ellas IMPERIAL. Adicionalmente, se produce la cerveza HEINEKEN, para la cual existe un contrato desde 1986, prorrogable todos los años. Además, se realiza la distribución en Costa Rica de marcas de cerveza como: Corona, de la Cervecería Modelo de México, cerveza Gallo de la Cervecería Centroamericana de Guatemala, cerveza Toña de la Compañía Cervecera de Nicaragua, de igual forma mediante contratos prorrogables cada año.

En la actualidad, la Compañía cuenta con más de 1.500 productos, entre ellos: cerveza, vinos, licores, bebidas alcohólicas saborizadas, agua embotellada, jugos, refrescos, néctares, té, bebidas carbonatadas, bebidas energéticas, leche, 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 8 plantas de producción y 15 centros de distribución. La cadena de valor está compuesta por 5.555 proveedores locales e internacionales. Se exportan los productos a 11 países alrededor del mundo.

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 agencias distribuidoras.

La Compañía también elabora productos sin contenido alcohólico, inicialmente con la producción de agua de manantial CRISTAL. Hoy en día, Productora La Florida S.A. es miembro del Latin American Bottled Water Association (LABWA) asociación que reúne a los fabricantes de agua embotellada en la región con el fin de compartir mejores prácticas, análisis de tendencias de mercado y otras oportunidades de negocio.

Adicionalmente, se cuenta con la producción de marcas como Tampico, marca registrada y desarrollada por la empresa estadounidense Tampico Beverages, INC; con quien se tiene un acuerdo contractual para el desarrollo de las operaciones en Costa Rica.

Hace aproximadamente 15 años, la Compañía lanzó al mercado la marca Tropical, una familia de frescos y té frío fabricados bajo las más estrictas normas de calidad y totalmente desarrollados por FIFCO.

Con la adquisición de Embotelladora Centroamericana, Ltda. (ECSRL) se agregó al portafolio de la Compañía las bebidas carbonatadas en Costa Rica: Pepsi Cola, Pepsi Light, Mirinda, Evervess, Mug, Té Lipton, H2OH, 7up y 7up Light, así como la isotónica Gatorade,

líder mundial en su categoría, y la bebida energética Sobe Adrenaline Rush. Las marcas Milory y Jet, son marcas propias que se producen en la misma planta.

Mediante la adquisición de Kern's se complementa el portafolio de Florida Bebidas, S. A. en el área de alimentos y bebidas. En este campo, Kern's produce: néctares de manzana, pera, melocotón y piña en presentaciones regular y junior; jugos de tomate, tomate con chile, tomate con almejas y vegetales en tres tipos de envases: aluminio, hojalata y Tetra Pack. Además, se fabrica kétchup, pasta de tomate, mayonesa regular y con limón. Bajo la marca Ducal, se producen néctares de: manzana, pera, melocotón, guayaba, banano, fresa y piña; jugos de tomate y vegetales; frijoles refritos, frijoles de olla, enteros y rojo con chorizo; salsitas preparadas en variedades ranchera, italiana, con queso, con carne, sofrito, verde, sazónada y frutas, chiles y vegetales en conservas en hojalata.

Además, refresco de melocotón, manzana, pera y frutas mixtas bajo la marca de Fun-C y té de limón, durazno, cranberry, rosa de jamaica, bebida de tamarindo y frutas mixtas bajo la marca KI / Sun Tea.

Durante el 2004 y el 2005, aprovechando la ventaja competitiva de la fuerza de ventas y la red de distribución con que cuenta la Compañía, se incorporaron productos de otras industrias, como es el caso de la bebida energética Maxxx Energy, fabricada en la planta de cerveza.

En el negocio de bebidas alcohólicas, en el 2012 se incursionó en el campo de las bebidas alcohólicas saborizadas, bajo licencia del Grupo DIAGEO. En la planta de cerveza se realiza la producción de SMIRNOFF ICE (vodka con concentrado de lima) y se expande este portafolio de productos con la introducción de marcas propias como BAMBOO (ron con cola).

En el campo de la cerveza, por medio de la empresa estadounidense North American Breweries Holding LLC y sus subsidiarias (NAB) se incluye al portafolio, 10 marcas de familias de cervezas importantes de los EEUU, como Labatt, producida en Canadá, cervezas artesanales como Magic Hat, Pyramid, y Dundee, cervezas auténticas americanas como Genesee y Honey y bebidas de malta saborizadas bajo la marca Seagram's Escapes.

Mediante la Corporación Musmanni, se da la elaboración de productos de panadería, repostería, pasteles y postres en el mercado costarricense.

Por medio de la alianza tripartita establecida con Coopeleche y la corporación mexicana Grupo LALA se realizará la elaboración de los productos de la marca Mú! como: leche semidescremada y descremada, leches saborizadas (fresa, chocolate, granizado y avena), crema dulce, natilla 12% con sal, queso crema, yogurt (fresa, melocotón y frutas), helado (crema, crema chips, crema galleta, veteado de chocolate, veteado de fresa, choco turrón

y naranja piña), helados de palito (natilla, coco, crema maní, choco maní, naranja piña, leche condensada y frutas) y rompopé.

4. PRINCIPALES COMPETIDORES

El mercado de bebidas en que opera FIFCO es muy competitivo. Actualmente, los competidores directos de los productos de FIFCO en Costa Rica son la Cooperativa de Productores de Leche Dos Pinos (que produce y comercializa lácteos y además envasa jugos y bebidas), Sigma Alimentos (con la marca de lácteos Prado), la compañía FEMSA (embotellador de gaseosas y otras bebidas), Grupo Ajecen (embotellador de gaseosas), la Fábrica Nacional de Licores (productor de bebidas destiladas), Distribuidora La Pampa y Distribuidora La Nacional, Centenario, La Isleña (distribuidoras de licores, destilados y vinos), panaderías y reposterías como Panaderías Samuelito, Panaderías La Selecta, Panaderías Leandro y tiendas de conveniencia.

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

5. VISIÓN GENERAL DEL NEGOCIO

a. SUBSIDIARIAS DE FIFCO

A continuación se detallan las subsidiarias que tiene FIFCO al 30 de setiembre de 2016:

CERVECERIA COSTA RICA, S. A.

La participación de la Compañía en esta empresa es del 75%. Su actividad principal es producir y distribuir bebidas envasadas en Costa Rica (cerveza, bebidas alcohólicas saborizadas, aguas, refrescos, néctares, carbonatadas y productos alimenticios), Estados Unidos y Guatemala.

FLORIDA INMOBILIARIA, S. A.

La participación en esta empresa es del 100% y se dedica a invertir en bienes raíces y hotelería.

FLORIDA CAPITALES, S. A.

La participación en esta empresa es del 100% y se enfoca en invertir en otras compañías fuera del territorio costarricense.

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

b. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

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

**Cuadro No.
Detalle de Subsidiarias**

Subsidiarias	Pais	Porcentaje de participación	
		2016	2015
<u>Cervecería Costa Rica, S.A.:</u>	Costa Rica	75%	75%
Florida Bebidas y Alimentos, S.A.	Costa Rica	100%	100%
Florida Bebidas, S.A.	Costa Rica	100%	100%
Productora La Florida, S.A.	Costa Rica	100%	100%
Servicios Técnicos Labco, Ltda.	Costa Rica	8,33%	50%
Distribuidora La Florida, S.A.	Costa Rica	100%	100%
Embotelladora Centroamericana, Ltda.	Costa Rica	100%	100%
Vinum Aura, S.A.	Costa Rica	100%	100%
HI Cuveé, S.A.	Costa Rica	100%	100%
HA&COM Bebidas del Mundo, S.A.	Costa Rica	50%	50%
Holcom Industrial, S.A.	Costa Rica	50%	50%
Florida Productos Lácteos, S.A.	Costa Rica	-	100%
Florida YSB, SA	Costa Rica	95%	95%
Empresa Social Nutrvida, SA	Costa Rica	100%	100%
Industrias Alimenticias Kern's y Compañía., S.C.A.	Guatemala	100%	100%
Industrias Alimenticias Kern's El Salvador, S.A. de C.V.	El Salvador	100%	100%
Florida Foods & Beverages Corp.	Estados Unidos de América	100%	100%
Grupo Musi, S.A.	Costa Rica	100%	100%
Premezclas Industriales para Panadería, S.A.	Costa Rica	100%	100%
Comapan, S.A.	Costa Rica	100%	100%
CCR American Holding, Inc	Estados Unidos de América	100%	100%
CCR American Breweries Inc:	Estados Unidos de América	100%	100%
North American Breweries Holdings, LLC	Estados Unidos de América	100%	100%
North American Breweries Intermediate Holdings, LLC	Estados Unidos de América	100%	100%
North American Breweries, Inc.	Estados Unidos de América	100%	100%
NAB Holdco, LLC	Estados Unidos de América	100%	100%
North American Breweries Licensing Holdco, LLC	Estados Unidos de América	100%	100%
Labatt USA Licensing Holdings, LLC	Estados Unidos de América	100%	100%
Labatt USA Licensing Co, LLC	Estados Unidos de América	100%	100%
High Falls Licensing Holdings, LLC	Estados Unidos de América	100%	100%
High Falls Licensing Co, LLC	Estados Unidos de América	100%	100%
North American Breweries Operating Holdco, LLC	Estados Unidos de América	100%	100%
Labatt USA Operating Holdings, LLC	Estados Unidos de América	100%	100%
Labatt USA Operating Co, LLC	Estados Unidos de América	100%	100%
High Falls Operating Holdings, LLC	Estados Unidos de América	100%	100%
High Falls Operating Co, LLC	Estados Unidos de América	100%	100%
Independent Brewers United, Inc.	Estados Unidos de América	100%	100%
Independent Brewers United Corporation	Estados Unidos de América	100%	100%
Magic Hat IP, LLC	Estados Unidos de América	100%	100%
Pyramid IP, LLC	Estados Unidos de América	100%	100%
MacTamahan's IP, LLC	Estados Unidos de América	100%	100%
<u>Florida Inmobiliaria, S.A.:</u>	Costa Rica	100%	100%
I.M.B La Florida, S.A.	Costa Rica	-	100%
Corporación de Inversiones FIFCO, S.A.	Costa Rica	-	100%
North Península Holding (NPH), S.A.	Costa Rica	100%	100%
London Caribbean, Inc.	Islas Vírgenes Británicas	-	100%
Reserva Conchal, S.A.	Costa Rica	100%	100%
Remansos de Conchal, S.A.	Costa Rica	-	100%
Shore Red Ocean, S.A.	Costa Rica	-	100%
Hacienda Pura Vida M & R, S.A.	Costa Rica	-	100%
Desarrollos Hoteleros Guanacaste, S.A.:	Costa Rica	100%	100%
F&C Investments, S.A.	Costa Rica	-	100%
Técnicas de Publicaciones Turísticas, S.A.	Costa Rica	-	100%
<u>Florida Capitales, S.A.:</u>	Costa Rica	100%	100%
Florida Servicios Corporativos, S.A.	Costa Rica	100%	100%
London Overseas, Inc.	Gran Caimán	100%	100%
Aeroservicios La Florida ASFL, S.A.:	Costa Rica	100%	100%
Florida Falcon Holding, Inc.	Estados Unidos de América	100%	100%

Las compañías: Empresas Comegua S. A., NBH S.A., Cervecerías Barú Panamá S. A., Envases del Itzmo, S.A. y Subsidiarias, Sociedad Agrícola Auristela, S.A., Desarrollos Roble Sabana RTL, S.A., son empresas “asociadas” de FIFCO. La participación accionaria es inferior al 50% en cada una de ellas, y, por la dimensión de la inversión y tener influencia significativa, las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF’s) permiten la consolidación de las empresas asociadas por el método de “Participación Patrimonial”, procedimiento que se aplica para todas ellas en los estados financieros.

c. PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO

i. PLANTAS

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

Las mismas se detallan a continuación:

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

Línea	Capacidad instalada Cajas Equivalentes	% de Utilización 2016
Línea 1 Vidrio	3,510,000	79%
Línea 2 Vidrio	5,539,000	45%
Línea 3 Vidrio	8,897,778	98%
Línea 4 Lata	8,873,000	97%
Línea 5 Barriles	216,720	31%

En el proceso de producción, se emplean materias primas de la más alta calidad y el 90% de las mismas son importadas de: Francia, Canadá, Alemania, Bélgica y Estados Unidos de América.

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

Línea	Capacidad instalada HL	% de Utilización 2016
Vidrio	181,456	19%
Pep Aséptico	895,963	87%
Bidones	1,423,535	19%
PET agua	253,089	78%
Tampico HDPE	535,285	11%

Aproximadamente, el 67% de las materias primas de esta planta son importadas, siendo los concentrados de frutas el insumo más importante.

- 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. En el año 2016, se utilizó alrededor del 56% de la capacidad instalada y las materias primas importadas representan alrededor del 70% del total.
- Planta de producción #4: Corresponde a la planta Embotelladora Centroamericana, Ltda. (ECSRL) ubicada en Barreal de Heredia, Costa Rica y se encarga principalmente de la producción de bebidas carbonatadas. La capacidad instalada de dicha planta es:

Línea	Capacidad instalada HL	% de Utilización 2016
Vidrio	253,363	11%
Pep	880,517	86%
Post Mix	135,447	77%

Las materias primas importadas que se utilizan en esta planta representan alrededor del 85% del total.

- Planta de producción #5: es la encargada de la elaboración de productos de panadería, ubicada en la Uruca, San José, Costa Rica. Cuenta con capacidad para producir 4,500 kg de producto por hora, lo que se traduce en alrededor de 2,300 toneladas métricas al mes. Durante este periodo se tuvo un porcentaje de utilización de un 62.8%
- North American Breweries Holding LLC y sus subsidiarias (NAB) tiene su sede en Rochester, Nueva York y cuenta con tres fábricas de cerveza ubicadas en los estados de Nueva York, Oregon y Vermont. La capacidad instalada de estas plantas es la siguiente:

Línea	Capacidad instalada- Barriles	% de Utilización 2016
Planta Rochester- Nueva York		
Linea 1 Latas 24 oz	375,602	74%
Linea 2 Botellas	222,636	53%
Linea 3 Latas 16 oz	715,285	88%
Linea Vidrio	894,942	86%
Linea "Draft"	89,582	48%
Linea "Packs"	306,566	79%
Planta Burlington-Vermont	144,000	68%
Planta Portland- Oregon	125,000	67%

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

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

ii. SUCURSALES

Como sucursales en Costa Rica, se mantienen 8 agencias en zona rural, las cuales brindan el servicio a las zonas aledañas. Dichas agencias se ubican en: Puntarenas, Liberia, Nicoya, Guápiles, Limón, San Carlos, San Isidro de El General y Ciudad Neilly y un Centro de Distribución del Este de la capital en Costa Rica.

iii. DISTRIBUCIÓN

El Centro de Distribución del Área Metropolitana en Costa Rica, es un edificio con un área de bodega de 32.000 m² y 20.000 m² de alquiler con capacidad para almacenar y distribuir la totalidad de los productos de las fábricas de cerveza y de bebidas no alcohólicas. Además, dicho centro se encuentra en un sitio de aproximadamente 14 hectáreas, de forma que se cuenta con suficiente espacio de parqueo y área de maniobras de los camiones. También se cuenta, en el Este del Gran Área metropolitana de Costa Rica con un Centro de Distribución y almacenamiento de producto, con un área aproximada de 4.500 m².

iv. INMOBILIARIA

Florida Inmobiliaria, S.A. es actualmente propietaria del 100% del proyecto turístico Reserva Conchal que incluye las compañías Reserva Conchal, S.A. y sus subsidiarias Hacienda Pura Vida M&S, S.A.; Shore Red Ocean, S.A. y Desarrollos Hoteleros Guanacaste, S.A.

que a su vez tiene como subsidiarias a F&C Investments, S.A. y Técnicas de Publicaciones Turísticas, S.A. Este proyecto, ubicado en la provincia de Guanacaste, incluye el Hotel Westin Playa Conchal Golf, Resort & Spa y un área cercana a las 900 hectáreas dedicadas al desarrollo inmobiliario. Se firmaron los documentos para realizar una reestructuración societaria de las subsidiarias de Florida Inmobiliaria S.A. en setiembre del 2016, mediante la cual se fusionaron, disolvieron y traspasaron algunas sociedades, quedando Reserva Conchal S.A., Desarrollos Hoteleros Guanacaste S.A. y North Península Holdings (NPH) S.A., como únicas subsidiarias de Florida Inmobiliaria S.A. Dicha reestructuración está en proceso de inscripción en el Registro Público por lo que la estructura actual se mantiene hasta que se realice la debida inscripción.

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

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

En la actualidad, FIFCO se ha convertido en una compañía generadora de empleo directo e indirecto, al cierre fiscal de setiembre de 2016, la Compañía cuenta con 6.581 empleados.

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.

CAPITULO CUARTO



RESULTADOS DE OPERACIÓN Y FINANCIEROS E INFORMACIÓN PROSPECTIVA

A. INFORME DE OPERACIONES 2015-2016

1. DIMENSIÓN ECONÓMICA

En el período fiscal 2015-2016, se alcanzaron máximos históricos a nivel de volumen, ventas y rentabilidad. Las ventas netas crecieron 6,6% llegando a un total de 664.181 millones de colones y la utilidad operativa incrementó un 16,6% para un total de 111.663 millones de colones.

Estos resultados se vieron impulsados por mayores volúmenes de ventas en cerveza, bebidas alcohólicas saborizadas y refrescos, así como mayores ventas de panificación y mejor desempeño del negocio de hospitalidad. De igual forma, los proyectos de productividad y eficiencias en compras de materias primas compensaron parcialmente el mayor gasto requerido por el efecto variable en ventas, fortalecer las marcas y mejorar el modelo comercial.

La utilidad neta atribuible a los accionistas creció un 22,0% respecto al período anterior, cerrando en 55.932 millones de colones. Los resultados operativos, aunados al mejor desempeño de las empresas asociadas en Nicaragua y Panamá, así como ausencia de gastos extraordinarios no recurrentes del 2015, impulsaron este crecimiento.

Los resultados financieros muestran además una mejor condición de apalancamiento, ya que, la empresa logró realizar toda su gestión comercial y además disminuir el nivel de endeudamiento total en un 10,3% respecto al cierre del año 2015. Esta disminución es equivalente a \$68,2 millones de dólares en el saldo total de la deuda.

a. FLORIDA BEBIDAS Y ALIMENTOS

El 2016, presentó un entorno cada vez más competitivo, especialmente en la categoría de cerveza, donde se han dado cambios de cervezas artesanales.

A pesar de lo anterior, la empresa logró cifras récord en volumen, ventas y rentabilidad, colocando más de 92 millones de cajas equivalentes de bebidas y más de 53 mil toneladas de alimentos. Este crecimiento estuvo impulsado por una agenda de innovación, construcción y fortalecimiento de marcas, así como mejoras en los modelos comerciales de cada unidad de negocio.

i. CERVEZA Y BEBIDAS ALCOHÓLICAS SABORIZADAS (BAS)

La Unidad de Cerveza y Bebidas Alcohólicas Saborizadas (BAS) reporta un crecimiento del 7% versus el año anterior y un año récord en términos de rentabilidad. La preferencia significativa por las marcas fue una constante, evidenciando un portafolio robusto y balanceado en estilos y precios.

Durante el 2016, se suman más de 1.000 nuevos patentados y como parte de la agenda comercial se implementan cambios relevantes a la gestión y servicio de los clientes con el fin de mejorar la experiencia de venta y generarles un mayor valor agregado.

CERVEZA

Imperial, con un crecimiento del 7,3% versus año anterior, se consolida como la cerveza de mayor participación a nivel nacional. Pilsen se mantiene como la segunda marca más relevante del portafolio, contribuyendo con un crecimiento del 6,5% en ventas versus año anterior.

El portafolio premium se suma al crecimiento, reportando un 4,18% más respecto al año anterior, manteniendo la preferencia del consumidor. Continuando con la construcción de marca premium incluyente y con una constante agenda de innovación en el 2016, Bavaria lanza una nueva presentación de lata "sleek" y se convierte en la única marca premium de la región centroamericana con esta presentación.

Heineken se sumó a la estrategia global desde Costa Rica, implementando la campaña de Champions League y una exitosa ejecución de Heineken Beach Party.

El segmento de cervezas importadas tuvo un desempeño positivo, favorecido por el valor que suman marcas globales como Budweiser y Corona.

La Micro Brewing Company, con su marca Domingo 7 se consolida en el mercado costarricense logrando un crecimiento tanto en ventas como en preferencia del consumidor.

BEBIDAS ALCOHÓLICAS SABORIZADAS

Con un crecimiento de doble dígito en el segmento de Bebidas Alcohólicas Saborizadas (BAS), se confirma que Costa Rica no es la excepción ante esta tendencia mundial.

Destaca el crecimiento de un 20,7% contra año anterior para Smirnoff Ice la cual con sus presentaciones Raspberry y Guaraná se consolida como líder del segmento.

Bliss se une a las innovaciones con sus ediciones de Verano: Watermelon, Calypso y Aloha, todas en presentación de lata “sleek”.

VINOS Y DESTILADOS

La unidad reportó crecimientos relevantes en categorías como Champagne y Cognac. De forma paralela, implementó una robusta agenda de innovación, tanto en presentaciones como categorías y vinos de orígenes no tradicionales como Uruguay e Israel. Esta agenda de innovación aportó un 2% de volumen de ventas.

En términos comerciales, la unidad implementó un nuevo modelo de gestión comercial en ventas, logrando importantes resultados en efectividad y alcance de las mismas. Asimismo, logró un incremento de doble dígito en los promedios diarios de venta tanto para vinos como para destilados.

ii. REFRESCOS Y LÁCTEOS

La unidad de Refrescos y Lácteos culmina el 2016 con un crecimiento de doble dígito tanto en ventas como rentabilidad.

La marca Tropical contribuye a este crecimiento con un 24% más respecto al año anterior, con crecimientos doble dígito tanto para tés como bebidas refrescantes.

Carbonatados reportó un crecimiento de doble dígito versus año anterior. Una nueva campaña de Pepsi, el relanzamiento de la imagen de 7up, junto a un hábil manejo de nuevas tecnologías y redes sociales aportan al dinamismo de la categoría.

El 2016 fue un año trascendental para la marca Mú!, la cual reportó un moderado crecimiento en ventas respecto al año anterior. La adquisición de la planta de producción de lácteos por parte de Grupo Lala establece el inicio de un nuevo esquema para la marca.

Con el lanzamiento de Jet 350ml y el buen desempeño de las marcas Maxxx y Sobe Adrenaline Rush, la empresa se consolida como líder de la categoría de energéticos.

En la categoría de aguas, Cristal recupera su liderazgo y lanza la campaña “Árboles Centenarios” salvando más de 100 árboles en el casco metropolitano.

Gatorade lanza su empaque de 350ml como una estrategia de precio y portafolio que genere una mayor cercanía de la marca con sus consumidores a través de comunicación como empaques.

En los mercados del norte de Centroamérica, así como en Nicaragua y Panamá, se logra un crecimiento de doble dígito para la categoría de té, con la marca Sun Tea Life y Tropical, respectivamente, presentando además un crecimiento favorable para néctares.

iii. INDUSTRIAS ALIMENTICIAS KERN'S (IAK)

El negocio de alimentos en Guatemala mostró un crecimiento en volumen de ventas y un buen desempeño comercial.

Ducal ratificó su liderazgo a lo largo de la región centroamericana con importantes crecimientos en volumen de ventas respecto al año anterior y con la consolidación de liderazgo para el segmento de frijoles listos para comer en el mercado de Estados Unidos. La presentación de "Chub" mostró un desempeño muy positivo en el mercado de Centroamérica.

Para el mercado costarricense destaca un crecimiento de doble dígito tanto para Ducal como Kern's. Las presentaciones de consumo individual tuvieron un aporte relevante en el mercado guatemalteco. Para Estados Unidos, el desempeño en ventas obtiene un sobresaliente doble dígito de crecimiento respecto al año anterior, aportando importante crecimiento en las presentaciones de frijoles en latas y salsas.

iv. NORTH AMERICAN BREWERIES (NAB)

El negocio de North American Breweries presentó, por segundo año consecutivo, un crecimiento de doble dígito en ventas y rentabilidad liderado por la estabilización de Labatt, un crecimiento importante de Seagram's Escape y Genesse, así como la puesta en marcha de un plan de relanzamiento de los negocios de cerveza artesanal. La unidad reportó un buen año en términos de cadena de abastecimiento, logrando ahorros importantes, además de grandes avances en el proyecto de modernización de la principal planta de la operación ubicada en Rochester, Nueva York.

v. FLORIDA RETAIL

Con un total de 146 franquicias, 70 Mini Súpers y 11 panaderías, Florida Retail confirma su posición como la cadena de tiendas y panaderías con mayor presencia en el mercado costarricense. En el 2016, destaca el crecimiento de doble dígito tanto en utilidad operativa como en ventas de pan.

TIENDAS DE CONVENIENCIA

En línea con años anteriores, el 2016, confirma la migración de los consumidores a formatos de conveniencia y proximidad, con un aumento del 16% en cantidad de visitas diarias a este tipo de formatos, esto en comparación al año anterior. Gracias a ello, las tiendas se convierten en una relevante plataforma de exposición del resto de marcas FIFCO, especialmente para agua, refrescos, leche y bebidas con contenido alcohólico.

FRANQUICIAS

El 2016, fue un año clave para la creación de nuevos y mejores canales de comunicación con los franquiciados. Para ello, se implementaron varias iniciativas: creación de una gerencia de franquicias, nuevos mecanismos y espacios de comunicación, un plan de capacitaciones, mejoras en las condiciones comerciales, espacios de co-creación e innovación, entre otros. Adicionalmente, nace la “Panadería Modelo”. Este nuevo concepto de panadería, busca un acercamiento y experiencia de compra mucho más cálida, rescatando un sentido más artesanal pero a la vez moderno.

b. FLORIDA HOSPITALIDAD

La unidad reporta un crecimiento en utilidad operativa de 130% versus año anterior, evidenciando una mayor rentabilidad del activo hotelero. Destaca un 7% de incremento en ocupación del Hotel The Westin Golf Resort & Spa Playa Conchal, de igual forma el negocio inmobiliario reporta un incremento del 10% en ocupación del Programa de Rentas de Condominios de Reserva Conchal contra año anterior.

En el período 2016, se finaliza la etapa de diseño para la apertura del Hotel W Costa Rica, Reserva Conchal primero de la cadena W en el país.

Destaca también el desarrollo de un nuevo producto inmobiliario: Condominio Aromo, ubicado dentro de la propiedad Reserva Conchal, el cual consiste en una comunidad de cinco (5) casas exclusivas, en un entorno tranquilo y privado, las cuales se encuentra en un acantilado con vistas al océano Pacífico.

c. FLORIDA CAPITALES

Florida Capitales es la subsidiaria de FIFCO que se ocupa de las inversiones en la producción de envases y negocios de cerveza en Centroamérica.

i. COMEGUA

Los resultados operativos del período 2016 reportan un aumento en el volumen de ventas. Sin embargo, las ventas netas decrecieron un 1% versus año anterior por un ajuste de precios en clientes con contrato de suministro. Lo anterior, resulta en un decrecimiento del 3.4% en la utilidad neta contra el período anterior.

ii. INVERSIONES CERVECERAS CENTROAMERICANAS, S.A. (INCECA)

Durante al año, INCECA continuó avanzando sólidamente por el camino de la gestión orientada al desarrollo de valor en las dimensiones económica, social y ambiental.

En materia económica, se reporta un incremento del 9% en ventas de cerveza y un 25% de aumento en refrescos versus año anterior, logrando un crecimiento en la utilidad neta de doble dígito.

iii. CERVECERÍA BARÚ PANAMÁ

Durante el período fiscal 2016, Cervecería Barú Panamá consolida su crecimiento de doble dígito tanto en ventas como en rentabilidad. A nivel de participación de mercado continúa afianzando su posición dentro de la industria cervecera panameña. La franquicia Panamá y la marca Soberana implementaron un refrescamiento de imagen, ambos cambios con muy buena acogida por parte de los consumidores. En cadena de abastecimiento destacan mejoras importantes en administración de costos y se da una transformación logística la cual se traduce en un aumento de cobertura.

2. DIMENSIÓN SOCIAL INTERNA

El año 2016 fue un año clave en la consolidación de cómo FIFCO vive el propósito corporativo y busca replicar las mejores prácticas existentes.

a. CULTURA META

Este año se recibió por cuarto año consecutivo la certificación extendida por la organización Gran Lugar para Trabajar (Great Place to Work). Los resultados ubican a la Compañía en el lugar número 9 en la Región y número 2 en Costa Rica en la categoría de empresas de más de 500 colaboradores, con un porcentaje de certificación de 85%.

b. BIENESTAR INTEGRAL DE LOS COLABORADORES

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

i. SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

El 100% de los empleados de Costa Rica están cubiertos por los comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados. Además, las brigadas dan asistencia a las comunidades en caso de que alguna emergencia interna genere daños a terceros. Estos comités ayudan y controlan los programas de seguridad y salud laboral.

En Guatemala, el 79% de los trabajadores tienen representación en los comités formales de seguridad y salud conjuntos. Esto aplica para colaboradores fijos, ya que no cubre a los colaboradores temporales.

En el caso de Estados Unidos, el comité laboral y administrativo, como el de Seguridad representan a un 75% del total de la fuerza laboral. Ambos comités tienen representantes de los principales departamentos.

PROGRAMA ESTAR BIEN

La agenda de Bienestar Integral en Costa Rica, Guatemala y Estados Unidos es liderada por el departamento de Recursos Humanos. Durante el 2016, se da seguimiento y continuidad a los programas lanzados en el año 2015:

- Mantener el pilar de salud física mediante el programa de acondicionamiento físico.
- Continuar con el programa de asesoría nutricional.
- Prevenir enfermedades crónicas y motivar una cultura de hábitos saludables.
- Brindar soporte psicológico a colaboradores con alguna necesidad emocional y/o mental.

En Estados Unidos existen políticas de bienestar integral y balance de vida- trabajo. En línea con este compromiso de procurar un balance se han mejorado las políticas de flexibilidad de horarios y trabajo desde la casa, además de los espacios para descansar y áreas dentro de las oficinas.

c. FLORIDA OPORTUNIDADES

Durante el 2016, FIFCO continúa con su programa Florida Oportunidades, el cual nace en mayo del 2014 y busca erradicar la pobreza extrema dentro de la fuerza laboral de FIFCO. El mismo inició con los colaboradores de la unidad de Florida Bebidas y luego se extendió a los negocios de Musmanni y Reserva Conchal.

A través de alianzas público-privadas se logró mejorar la calidad de vida de cientos de colaboradores y sus familias, facilitando el acceso en cuatro áreas fundamentales: vivienda, educación, vida saludable y servicios financieros. Por el momento, únicamente se implementa en Costa Rica; sin embargo, se replicará en un futuro cercano en las demás geografías en las que se mantienen operaciones.

d. PROGRAMA DE EMPRENDEDORES

Como parte de los valores corporativos, a través de este programa se fomenta la imaginación como un comportamiento valorado dentro de la empresa. Más de 200 colaboradores participaron en el mismo, logrando 22 proyectos enfocados en prácticas de producción, innovación de productos y servicios así como simplificación y mejora de procedimientos. Destaca este año la incorporación de criterios de Triple Utilidad en la mayoría de las propuestas.

e. DERECHOS HUMANOS

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

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

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

3. DIMENSIÓN SOCIAL EXTERNA

Como establece la visión de FIFCO 2020, la empresa confirma su compromiso con la promoción del Consumo Inteligente (CI) así como con el desarrollo de las comunidades en las que se opera.

a. CONSUMO INTELIGENTE DE ALCOHOL

Durante el 2016, se dan importantes avances en la agenda de Consumo Inteligente, al no sólo implementar iniciativas enfocadas en la educación y promoción de la adopción de hábitos de consumo responsable de alcohol sino al ampliar su alcance y promover el consumo inteligente de otros productos de nuestro portafolio. Se dieron los primeros pasos y esfuerzos de promoción de estilos de vida saludables y balanceados en los consumidores de nuestros productos, contemplando bebidas no alcohólicas y alimentos.

b. INVERSIÓN SOCIAL ESTRATÉGICA

FIFCO invierte un 8% de la utilidad neta en proyectos ambientales y sociales. A continuación los resultados de los principales programas:

i. NUTRIVIDA

Para extender su impacto, Nutrivida gestionó alianzas y promociones estratégicas durante este período, las cuales le permitieron donar un total de 543.492 platos de comida a diferentes programas de bien social.

Durante este periodo, se lanzó al mercado el Té Nutrivida con sabor a Melocotón y Limón.

Los productos lanzados a finales del 2015 como el consomé y las bebidas en polvo sabor a limón y naranja aportaron un gran volumen a las ventas de este año.

ii. PROGRAMA DE EDUCACIÓN DUAL

En el periodo 2016, 35 jóvenes se graduaron como parte del programa de formación dual, de los cuales 31 han sido incorporados al staff regular del hotel incluso antes de graduarse, debido a su calidad profesional. Para el 2017, se van a incorporar 40 jóvenes al programa.

iii. PROGRAMA DE VOLUNTARIADO ELEGÍ AYUDAR

Con 8 años de haber sido lanzado y de ser pionero en Costa Rica y Guatemala, y recientemente incorporado al negocio de Estados Unidos (NAB), el programa “Elegí Ayudar” logra un total de 62.672 horas de voluntariado durante el 2016, con una cobertura del 82% de la fuerza laboral. Esta cifra se suma al total de horas que se han venido reportando a lo largo de ocho años, para un total de 402.253 horas.

En el período reportado se realizaron tres jornadas de voluntariado con accionistas de la empresa.

c. ÉTICA Y TRANSPARENCIA

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

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

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

4. DIMENSIÓN AMBIENTAL

Durante el 2016, se continúa con el objetivo de mejorar el desempeño ambiental de las operaciones y así generar valor ambiental agregado al negocio, la sociedad y las diferentes partes con las que se relaciona la Compañía.

La estrategia se mantiene dirigida en cuatro áreas de acción (recurso hídrico, manejo de residuos, energía y emisiones, y biodiversidad), con cuatro proyectos estratégicos: Agua Neutral, Carbono Neutral, Cero Desechos y Reciclaje Post Consumo. Todos bajo un sistema de gestión ambiental certificable en las operaciones basado en normas ambientales internacionales (ISO 14001/14064/14046 y Audubon) y locales (Bandera Azul Ecológica y Certificado de Sostenibilidad Turística), enfocándose también en la cadena de valor para llevar a los proveedores y clientes las mejores prácticas económicas, ambientales y sociales a través de los Programas de Compras y Clientes Sostenibles, para que ellos incorporen el modelo de gestión dentro de su estrategia y operación.

a. USO DE MATERIALES

El manejo responsable y eficiente de todos los materiales utilizados para la fabricación de sus productos es parte de los compromisos asumidos por FIFCO en su Política Ambiental.

En las operaciones de bebidas y alimentos de FIFCO en Costa Rica se utilizaron 2.305 millones de kilogramos de materiales durante el período, de los cuales el 79% pertenecen a la categoría de renovables. De todos estos, se identifican materiales valorizados que sustituyen material virgen en la fabricación de envases de vidrio hasta un 20% y corrugados hasta un 15% como máximo. Adicionalmente, las latas de aluminio contienen entre un 15% y un 25% de material reciclado, así como un máximo de 18% en los sifones de acero inoxidable. En el caso de las latas de aluminio el porcentaje de reciclado es superior al 75% y en las cajas plásticas se utiliza 20%, con la particularidad de que es provisto por la misma empresa en forma de cajas de residuos que son clasificadas, separadas, molidas y mezcladas de nuevo con resina virgen para su fabricación. Para estos indicadores solo se reportan las operaciones de manufactura de bebidas en Costa Rica. Para el resto de unidades de negocio y operaciones este indicador se encuentra en proceso de construcción.

b. AGUA Y SANEAMIENTO

FIFCO continúa manejando sus operaciones bajo el enfoque de Agua Neutralidad alcanzada en el 2012. Las operaciones de bebidas y alimentos en Costa Rica y la operación de panificación industrial han logrado ya esta condición mientras que el resto se encuentran en proceso, midiendo y reduciendo sus consumos.



FUENTE DE AGUA

Para las operaciones de bebidas y alimentos en Costa Rica se capta el agua de varias fuentes; la más innovadora es la cosecha de agua de lluvia que se introdujo hace dos años y que es utilizada por cinco Centros de Distribución en Costa Rica. El agua de manantial es utilizada para los productos, la subterránea para procesos productivos y los acueductos suplen otros Centros de Distribución y áreas administrativas. En el caso de Guatemala, así como Reserva Conchal, el 100% de las fuentes de agua son de origen subterráneo, mientras que en el caso de la planta Musmanni y NAB el agua es provista por el acueducto local.

En términos generales, se logró una mejora en el consumo de agua por unidad producida de un 4% con respecto al año anterior. En todas las operaciones de bebidas y alimentos en Costa Rica se mantiene la tendencia de reducción en el consumo por unidad producida, reflejando la importancia y compromiso de la organización en el pilar de la reducción dentro de la estrategia de Agua Neutralidad.

COMPENSACIÓN

Florida Bebidas continúa la compensación externa de su huella de agua mediante la protección de cuencas hidrográficas a través del mecanismo de Pagos por Servicios Ambientales (PSA's) del Fondo Nacional de Financiamiento Forestal (FONAFIFO), institución adscrita al Ministerio de Ambiente y Energía de Costa Rica (MINAE). Además, Florida Bebidas cubre un área determinada de recarga acuífera en la Cuenca Alta del Barva en la provincia de Heredia.

c. DESECHOS POST-INDUSTRIALES Y CERO DESECHOS

FIFCO continúa con su estrategia de Cero Desechos para el período 2016 y se mantiene a través de la identificación, clasificación y separación en la fuente de residuos valorizables en todas sus instalaciones, con un manejo adecuado de los residuos post-industriales (en las plantas de producción) y post-operacionales (bodegas de almacenamiento, oficinas administrativas y tiendas propias, operaciones de servicios comerciales, etc.).



La estrategia de residuos de FIFCO está basada en primera instancia en la eliminación y disminución de los residuos generados. Posteriormente, se prioriza entre la reutilización y reciclaje (físico, químico y térmico) sobre otras opciones de disposición final como rellenos sanitarios y otros sitios de disposición autorizados, siempre que sea posible.

d. RECICLAJE DE ENVASES POST-CONSUMO

Desde 1995, FIFCO promueve a través de su Programa de Reciclaje, una cultura en donde el consumidor deseche sus envases no retornables correctamente. Este programa ha sido el de mayor reconocimiento y trayectoria en Costa Rica y su objetivo es recuperar y disponer, a través del reciclaje, aquellos envases no retornables que deseche el consumidor de cualquier marca comercial.

Actualmente, cuenta con 832 proveedores que clasifican y separan los envases. Del total de proveedores, 562 son particulares que no funcionan como centro de acopio. Esta red de recolección es de gran importancia para el programa, ya que es a través de estos actores que se logra aumentar la cantidad y calidad de los desechos post-consumo, sensibilizar a poblaciones, entre otros.

e. ENERGÍA, EMISIONES Y CARBONO NEUTRALIDAD

ENERGÍA ELÉCTRICA Y TÉRMICA

Para el caso de la energía eléctrica, el consumo neto por unidad producida creció en este período debido a nuevos productos y procesos con requerimientos energéticos mayores. Sin embargo, Planta Lácteos logró una reducción en el consumo de energía y en todos los casos se registró una intensidad energética por unidad producida menor al período anterior.

El consumo de energía térmica, combustibles fósiles, se utiliza para la generación de vapor (búnker) y transporte (gasolina, diésel, gas LP y Jet A1). Este representa en gran medida el principal factor de la huella de carbono de Florida Bebidas, de ahí su importancia para su control y reducción.

EMISIÓN DE GASES DE EFECTO INVERNADERO

FIFCO está cada vez más cerca de cumplir su compromiso de ser carbono neutral en sus operaciones y este año se continuó con el enfoque en reducir la huella de carbono. Los principales componentes de esta huella siguen siendo el consumo de energía térmica, eléctrica y el consumo de gases refrigerantes.

La huella de carbono se determina a través de la aplicación de los protocolos internacionales ISO 14064 y el Protocolo de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero del WRI (World Resources Institute).

Las emisiones de gases de efecto invernadero provienen principalmente del consumo de combustibles fósiles (bunker, diésel, gasolina y gas LP), consumo de refrigerantes, consumo de energía eléctrica y producto de los viajes aéreos locales y al exterior. La reducción de las emisiones se basa en eficiencia energética, sustitución de combustibles fósiles por energía limpia (solar y biomasa), recuperación y sustitución de gases refrigerantes, tratamiento de nuestras aguas residuales y reducción en la cantidad de desechos sólidos enviados al relleno sanitario, etc. La compensación final de la huella de carbono remanente se realiza mediante la implementación de proyectos externos de energía limpia o mediante la fijación de carbono forestal.

En el 2016, se finalizó el proceso de contratación para la sustitución de búnker por biomasa en Planta Cerveza. Esta mejora se espera que entre en funcionamiento para finales del año 2017. También se concluyó e incorporó en el cálculo de la huella de carbono de distribución y flota vehicular el factor de emisión calculado según el Protocolo de Medición de Emisiones. Con este proceso, se mejoró el cálculo de la huella de carbono en estas fuentes, lo que hace el proceso más preciso.

f. BIODIVERSIDAD

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

No se reporta ningún impacto significativo directo en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios de FIFCO en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.

FIFCO protege hábitats tanto a lo interno de sus propiedades como extensiones de terrenos fuera de ella. En el caso de Planta Cerveza y Planta Tropical, éstas destinan un porcentaje de su área para la protección de sus fuentes de agua, lo cual tiene un impacto positivo sobre la biodiversidad de la zona. Por su parte, Reserva Conchal destina el 60% de la propiedad para reserva privada, en la actualidad bajo regeneración natural.

CAPITULO QUINTO



DIRECTORES, PERSONAL GERENCIAL Y EMPLEADOS

A. DIRECTORES

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

Ilustración
Junta Directiva vigente hasta el 31 de Diciembre 2018



En sesión de Junta Directiva de FIFCO del 19 de diciembre de 2016, se nombraron los puestos de la Junta Directiva quedando integrada de la siguiente forma:

Cuadro No.
Junta Directiva vigente hasta el 31 de Diciembre 2018

CARGO	PERSONA	DETALLES
Presidente	Wilhelm Steinvorth Herrera	Año de nacimiento: 1953 Ingresó a la Junta Directiva en 1993
Vicepresidente	Rodolfo Jiménez Borbón	Año de nacimiento: 1938 Ingresó a la Junta Directiva en 1966
Secretario	Arturo Alexis Loría Agüero	Año de nacimiento: 1953 Ingresó a la Junta Directiva en 1988
Tesorero	José Rossi Umaña	Año de nacimiento: 1961 Ingresó a la Junta Directiva en 2006
Vocales	Sergio Egloff Gerli	Año de nacimiento: 1954 Ingresó a la Junta Directiva en 2011
	Edna Camacho Mejía	Año de nacimiento: 1964 Ingresó a la Junta Directiva en 2007
	Andre Garnier	Año de nacimiento: 1953 Ingresó a la Junta Directiva en 2014
Fiscal	Roberto Truque Harrington	Año de nacimiento: 1955 Ingresó a la Junta Directiva en 2012

COMITÉ DE AUDITORIA	
Roberto Truque Harrington	Presidente
Arturo Alexis Loría Agüero	Secretario
José Rossi Umaña	Miembro

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

B. PERSONAL GERENCIAL

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

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

CARGO	PERSONA	DETALLES
Director General	Ramón de Mendiola Sánchez	Nacionalidad: Costarricense Año de nacimiento: 1964 Ingreso 1º de Agosto del 2003 Años de laborar para la Empresa: 13
Director UEN Finanzas y Servicios Corporativos	Carlos Manuel Rojas Koberg	Nacionalidad: Costarricense Año de nacimiento: 1967 Ingreso 1º de Noviembre de 2003 Años de laborar para la Empresa: 13
Director UEN Ventas y Distribución	Rolando Carvajal Bravo	Nacionalidad: Costarricense Año de nacimiento: 1970 Ingreso 27 de Octubre de 2003 Años de laborar para la Empresa: 13
Director North American Breweries	John K. Sirchio	Nacionalidad: Estadounidense Año de nacimiento: 1965 Ingreso 14 de abril de 2014 Años de laborar para la Empresa: 2
Directora de Recursos Humanos	Scarlett Pietri Verenzuela	Nacionalidad: Venezolana Año de nacimiento: 1970 Ingreso 15 de marzo del 2007 Años de laborar para la Empresa: 9
Directora de Relaciones Corporativas	Gisela Sánchez Maroto	Nacionalidad: Costarricense Año de nacimiento: 1974 Ingreso 1º de agosto de 2008 Años de laborar para la Empresa: 8
Director Florida Hospitalidad	Helmuth Sauter Ortiz	Nacionalidad: Costarricense Año de nacimiento: 1966 Ingreso 5 de Marzo del 2004 Años de laborar para la Empresa: 12
Director Florida Retail	Javier Sibaja Oviedo	Nacionalidad: Costarricense Año de nacimiento: 1961 Ingreso 23 de Enero del 2012 Años de laborar para la Empresa: 4
Directora de Servicios Legales	Mariel Lucia Picado Quevedo	Nacionalidad: Costarricense Año de nacimiento: 1973 Ingreso 15 junio de 2005 Años de laborar para la Empresa: 11
Director de Auditoría Interna	Fabrizio Papaianni Martinez	Nacionalidad: Colombiano Año de nacimiento: 1969 Ingreso 10 de Enero del 2011 Años de laborar para la Empresa: 5
Asesor Legal	Bufete LLM Abogados Bufete Fernández Sagot Vector Legal Abogados	

1. REPRESENTACIÓN JUDICIAL Y EXTRAJUDICIAL

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

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

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

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

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

D. PERSONAL

Al 30 de setiembre de 2016, FIFCO emplea directamente a 6,581 personas, entre personal de planta, distribución, administración y servicio. Adicionalmente, miles de personas trabajan en empresas que directa o indirectamente se relacionan con la Compañía.

Cuadro No.
Distribución del personal por país
(datos al 30 de setiembre 2016)

País	Total General
Guatemala y El Salvador	711
Estados Unidos (NAB)	1,073
Costa Rica	4,797
Total Empleados	6,581

El 85.4% de los empleados de FIFCO en Costa Rica están organizados en Asociaciones Solidaristas, que cuenta con el apoyo total de la Compañía, y que rinde grandes beneficios a sus asociados.

E. PARTICIPACIÓN SOCIAL

Al 30 de setiembre de 2016, los empleados de FIFCO a través de la Asociación Solidarista de Empleados (Asoflorida, S.A.) tienen una participación de 0,37% del capital accionario total.

En lo que se refiere a los niveles de directores de unidades estratégicas de negocios su participación es de 0.08% del capital accionario total.

Al día de hoy ninguno de los miembros de Junta Directiva de FIFCO tiene derechos ni restricciones de suscripción preferentes.

Actualmente, los estatutos de FIFCO no incluyen ninguna cláusula o política que permita a los directores votar en una propuesta en la que tengan interés o en una compensación para sí mismos o cualquier miembro de Junta Directiva.

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

CAPITULO SEXTO



PARTICIPACIONES SIGNIFICATIVAS Y TRANSACCIONES CON PARTES RELACIONADAS

A. PARTICIPACIONES SIGNIFICATIVAS

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

B. TRANSACCIONES CON PARTES RELACIONADAS

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

Compañía
Vidriera Centroamericana S.A.
Vidriera Guatemalteca S. A.
P.P. Holdings Limited.
Cervecería Panamá, S. A.
Heineken Internacional, BV.
Compañía Distribuidora Nicaragua, S.A.
Compañía Cervecera de Nicaragua, S.A.

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

En Millones de Colones	30 de setiembre	
	2016	2015
Saldos:		
<i>Por cobrar</i>		
Heineken Internacional, BV.	¢ 253	179
Compañía Distribuidora Nicaragua, S.A.	250	-
Compañía Cervecera de Nicaragua, S.A.	46	17
Cervecería Panamá, S. A.	19	-
	¢ 568	196
<i>Documentos por cobrar</i>		
Cervecería Panamá, S.A.	¢ 5.589	5.413
	¢ 5.589	5.413
<i>Por pagar</i>		
Vidriera Centroamericana, S.A.	¢ 259	141
Compañía Cervecera Nicaragua, S.A.	62	-
Vidriera Guatemalteca, S.A.	52	24
P.P. Holdings Limited.	-	8
Heineken Internacional, BV.	-	22
Total	¢ 373	195

Al 30 de setiembre de 2016, los documentos por cobrar se encuentran con tasas del 4% en dólares y hasta 12% en colones, con plazos hasta de 5 años.

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

<i>En Millones de Colones</i>	Por el año terminado 30 de setiembre	
	2016	2015
Transacciones:		
Compra de latas y tapas de aluminio:		
Envases del Istmo, S.A.	¢ -	1.950
Compra de envases de vidrio:		
Vidriera Centroamericana, S.A.	¢ 5.542	143
Compañía Cervecera de Nicaragua, S.A.	266	-
Vidriera Guatemalteca, S.A.	108	4.601
	¢ <u>5.916</u>	<u>4.744</u>
Ingreso por intereses:		
Cervecería Panamá, S.A.	¢ 224	141
Gastos por servicios:		
Compañía Cervecera de Nicaragua, S.A.	¢ 109	-
Dividendos recibidos	¢	
Inversiones Cerveceras Centroamericanas, S.A.	6.097	7.726
Cervecería Panamá, S.A.	1.441	-
Sociedad Agrícola Auristela, S.A.	116	-
Empresas Comegua, S.A.	-	562
	¢ <u>7.654</u>	<u>8.288</u>

Fuente: Estados Financieros Auditados Florida Ice and Farm Company, S.A. 2016

CAPÍTULO SÉPTIMO

INFORMACIÓN FINANCIERA



A. PERIODICIDAD DE LA INFORMACIÓN A LOS INVERSIONISTAS

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

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

ADENDUM

GOBIERNO CORPORATIVO



Deloitte & Touche
Centro Corporativo El Cafetal
Edificio Deloitte
La Ribera, Belén, Heredia
Costa Rica

Tel: (506) 2246 5000
Fax: (506) 2246 5100
www.deloitte.com/cr

CERTIFICACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE LOS ELEMENTOS DEL REGLAMENTO DE GOBIERNO CORPORATIVO DE LA BOLSA NACIONAL DE VALORES

Señores

Junta Directiva y Accionistas de Florida Ice & Farm Company, S.A.

El suscrito Contador Público Autorizado fue contratado por Florida Ice & Farm Company, S.A. ("la Compañía"), cédula jurídica 3-101-000784-37, para certificar, basado en las Guías para Certificaciones del Colegio de Contadores Públicos de Costa Rica, el cumplimiento de los elementos del Reglamento de Gobierno Corporativo de la Bolsa Nacional de Valores incluidos en el Reporte Anual de Cumplimiento de Gobierno Corporativo, al cual está comprometida la entidad como adherente voluntaria a dicho reglamento.

Los procedimientos que se detallan más adelante fueron realizados para asistir a la Junta Directiva y accionistas de Florida Ice & Farm Company, S.A. en la evaluación de la validez de las aseveraciones que realiza la Administración sobre el cumplimiento con los elementos del Reglamento de Gobierno Corporativo de la Bolsa Nacional de Valores, expuestas en el Anexo adjunto, denominado "Reporte Anual de Cumplimiento Gobierno Corporativo" al 30 de setiembre de 2016.

Los procedimientos realizados consistieron en:

1. Obtener las representaciones de la Administración sobre el cumplimiento o no cumplimiento con los elementos del Reglamento de Gobierno Corporativo de la Bolsa Nacional de Valores (Anexo adjunto), y
2. Verificar la documentación de respaldo que sustenta tales aseveraciones.

Debido a que los procedimientos antes citados no constituyen una auditoría de acuerdo con Normas Internacionales de Auditoría, no expresamos ninguna opinión. Si hubiéramos realizado procedimientos adicionales o hubiéramos realizado una auditoría de acuerdo con Normas Internacionales de Auditoría, podrían haber surgido otros asuntos que habrían sido incluidos en nuestro informe.

En virtud de los procedimientos realizados a la información contenida en el "Reporte Anual de Cumplimiento de Gobierno Corporativo", preparado por la administración de la Compañía a la fecha indicada, el suscrito Contador Público Autorizado certifica que la información contenida en el "Reporte Anual de Cumplimiento de Gobierno Corporativo" está debidamente documentada y respaldada por la Administración de Florida Ice & Farm Company, S.A. y Subsidiarias.

Deloitte.

No me alcanzan las limitaciones del Artículo No.9 de la Ley No.1038 ni 20 y 21 del Reglamento a la Ley del Colegio de Contadores Públicos de Costa Rica ni del Artículo No.11 del Código de Ética para expedir esta certificación.

Se extiende la presente a solicitud de Florida Ice & Farm Company, S.A.



Lic. Luis Carlos Alvarado Rodriguez - C.P.A. No.2749
Póliza No.0116 FIG 7
Vence: 30 de setiembre de 2017
Cancelado Timbre de Ley No.6663, ¢50



15 de noviembre de 2016

FLORIDA ICE & FARM CO., S.A.
Gobierno Corporativo: Reporte Anual de Cumplimiento
Fecha de corte: 30 de Setiembre del 2016

Elemento del Reglamento (resumen)	Elemento adoptado ("sí/no")	Comentarios del emisor
1. Diferentes personas como Gerente y Presidente	Sí	
2. Directores designados por un tiempo determinado	Sí	
3. Dos directores independientes	Sí	
4. Identificación de los Directores en el informe anual (Memoria)	Sí	
5. Contenidos mínimos del Reglamento Interno de la Junta	Sí	
6. Inducción formal de cada nuevo director	Sí	
7. Reuniones regulares y programadas de la junta	Sí	
8. Sólo votan los directores quienes participan en una reunión	Sí	
9. Directores controlan la agenda	Sí	
10. Actas claras de cada reunión	Sí	
11. Directores pueden salvar sus votos	Sí	
12. Comité de Auditoría de 2 directores independientes y el Fiscal	Sí	
13. Responsabilidades mínimas del Comité de Auditoría	Sí	
14. Comité de Compensación de 2 directores independientes y el Fiscal	No	Participan dos directores independientes, pero no lo hace el fiscal.
15. Responsabilidades mínimas del Comité de Compensación	Sí	
16. Reglamento Interno de la Junta destaca que los directores son responsables para los controles internos	No	Esta función se realiza a través del Comité de Auditoría; por lo que, se encuentra normada en el reglamento de este órgano y no en el de Junta Directiva.
17. Revisión anual de la eficacia de los controles internos	Sí	
18. Control interno sobre las compras y ventas de acciones por personal clave	Sí	
19. Política de relaciones con inversionistas	Sí	

1


FLORIDA ICE & FARM CO., S.A.
Gobierno Corporativo: Reporte Anual de Cumplimiento
Fecha de corte: 30 de Setiembre del 2016

Elemento del Reglamento (resumen)	Elemento adoptado ("sí/no")	Comentarios del emisor
20. La Junta Directiva u órgano equivalente, como requisito previo, aprobó transacciones que involucraron la adquisición, venta, hipoteca o prenda de activos de la compañía emisora que representen un porcentaje igual o superior al diez por ciento (10 %) de los activos totales de ésta.	Sí	Para el presente periodo, no existen transacciones con estas características.
21. Se divulgaron mediante un Comunicado de Hecho Relevante las transacciones indicadas en el punto inmediato anterior.	Sí	Para el presente periodo, no existen transacciones con estas características.
22. Detallar en este aparte los términos de las transacciones que se llevaron a cabo indicadas en el numeral 21 incluyendo para cada una de ellas el siguiente detalle: nombre de la persona que actúe como contraparte en la transacción, tipo de operación, plazos y condiciones de la operación en caso de que apliquen garantías otorgadas o recibidas, moneda y monto de la operación. En el caso de que la transacción a su vez haya involucrado partes relacionadas, este hecho debe también debe ser incluido en ambas comunicaciones y bajo los mismos términos.	Sí	Para el presente periodo, no existen transacciones con estas características.
23. Reporte Anual	Sí	

Nota: Los usuarios de los Reportes Anuales de Cumplimiento, deben entender que el hecho de que no se cumpla con algunas de las prácticas adoptadas por parte de la empresa, no implica un incumplimiento automático del presente Reglamento, pues se reconoce que pueden presentarse circunstancias particulares que justifiquen esta situación, mismas que la compañía debe explicar.



Maureen Phillips Murillo
Gerente Corporativo de Tesorería y Riesgo
Florida Ice and Farm Co., S.A.



**RELACIONES CON INVERSIONISTAS (RI)
MARCO VOLUNTARIO
INFORME ANUAL DE CUMPLIMIENTO
PERIODO: Del 01-10-2015 al 30-09-2016**

CCN-004

Anexo III

ELEMENTOS DEL MARCO VOLUNTARIO	ELEMENTOS O CONTENIDOS ADOPTADOS POR EL EMISOR (si/no)	COMENTARIOS DEL EMISOR SOBRE LA FORMA EN QUE CUMPLIÓ CON LOS ELEMENTOS O EN CASO CONTRARIO LOS MOTIVOS DEL INCUMPLIMIENTO
Nombramiento del Oficial de RI Nombre: Maureen Phillips Murillo Teléfono: 2437- 6855 Fax: 2437-7011 Email: maureen.phillips@fifco.com Puesto: Gerente Corporativa de Tesorería y Riesgo Nombre: María Elena Quesada Hernández Teléfono: 2437-6775 Fax: 2437-7011 Email: mariaelena.quesada@fifco.com Puesto: Atención Accionistas	Si	El Gerente Corporativo de Tesorería y Riesgo es el encargado de manejar los temas operativos y de mayor complejidad con los inversionistas, puestos de bolsa, y otros participantes del mercado de valores. Este funcionario cuenta con experiencia en el área de Finanzas y conoce el negocio del emisor.
Calendario de fechas de interés	Si	Se han establecido fechas de interés para los inversionistas y participantes del mercado de valores tales como: a. Una reunión anual con inversionistas, accionistas y participantes del mercado de valores: 18 de mayo de 2016 b. Pago de Dividendos: 11 de diciembre de 2015, 30 de marzo de 2016, 22 de junio de 2016 y 21 de septiembre de 2016. c. Asamblea Anual 2016 : 15 de diciembre del 2016
Resultados Trimestrales sobre ingresos y desempeño de factores claves	Si	Los resultados financieros trimestrales no auditados y anuales auditados son publicados por la Superintendencia General de Valores a través de su sitio en Internet www.sugeval.fl.cr . Adicionalmente, están disponibles en la página web la compañía (www.fifco.com), en las oficinas centrales de la empresa, los puestos de bolsa representantes y en la Bolsa Nacional de Valores.
Reunión abierta con accionistas	Si	La empresa convoca a una reunión anual con sus inversionistas, en el lugar y hora que se comunican oportunamente, de conformidad a lo establecido en el Código de Comercio y en los Estatutos de la Empresa. En esta Asamblea Ordinaria, se presentan los resultados financieros anuales.
Reuniones con Analistas y Otros Particulares	Si	Fifco convoca a una reunión anual donde realiza una exposición de: los resultados consolidados, el valor de la acción y el programa de recompra.
Incorporación del RI al Web Site del Emisor	Si	Se realizó en septiembre de 2010
RESPONSABLE: (Corresponde al nombre y cargo del funcionario de la entidad emisora encargado de elaborar el Informe anual de cumplimiento) Leyenda: "La autorización emitida por la Superintendencia General de Valores no constituye un criterio sobre la calidad de la emisión, la solvencia del emisor o la actividad de los intermediarios".		

MP

