



10 de febrero de 2023

Estimados accionistas:

Desde sus inicios en 1908, Florida Ice and Farm Company, S.A. ha sido una compañía impulsada por un marcado espíritu emprendedor, inicialmente con sus fundadores, los hermanos Lindo Morales, y luego por quienes han liderado la empresa. Esa mentalidad emprendedora ha impulsado a FIFCO hacia la búsqueda de la diversificación y la transformación como fórmula clave para adaptarse al cambio de los tiempos frente a momentos tan volátiles como los que hemos vivido, y poder ofrecer un portafolio de productos y servicios variados y de la más alta calidad en los distintos mercados donde hoy operamos, impactando positivamente a otros.

El 2022, considerado inicialmente como un año que daría un respiro luego de la pandemia por Covid-19, fue un año marcado por una coyuntura mundial compleja y retos en materia socioeconómica, política y logística, incluyendo las geografías en las que operamos. Hoy, en retrospectiva, podemos decir que FIFCO ha logrado sobrellevar con éxito 3 años retadores, enfocándose tres prioridades estratégicas:

1. Fortalecer el negocio en Costa Rica;
2. Potenciar la expansión internacional; y
3. Evolucionar la cultura ganadora y modelo de Triple Utilidad

Esta priorización nos ha permitido trabajar con foco y determinación, tomando decisiones clave para reencausar el crecimiento actual y futuro de categorías y geografías específicas. A la vez, hemos venido energizando a la organización con una fuerte reconexión cultural, apalancándonos en nuestro propósito corporativo.

En cuanto a los resultados financieros, en el 2022, las ventas netas de FIFCO alcanzaron los 847 mil millones de colones, 13% por encima del año anterior, y la utilidad de operación antes de otros gastos creció en 8%, alcanzando 124 mil millones de colones. Por su parte, la utilidad neta atribuible a los accionistas creció 33% para un total de 76 mil millones de colones. El índice de apalancamiento de bebidas y alimentos de la compañía se ha mantenido por debajo del promedio de la industria.

El crecimiento de FIFCO en ventas estuvo impulsado por aumentos de precio y mezcla favorable de cerveza en Costa Rica; mayor volumen y una mejora en precios y mezcla en el portafolio de tés y néctares en Centroamérica; un mayor volumen de ventas de alimentos, tanto de salsas y frijoles, así como del negocio de panificación que presentó una respuesta positiva del consumidor ante una oferta de valor renovada, competitiva y moderna, complementado por los mayores ingresos en el segmento inmobiliario.

Se ha venido dando la transformación del negocio de bebidas y alimentos debido al foco en la digitalización y el aprovechamiento de la tecnología y la data como ejes fundamentales, lo que ha



permitido fortalecer, entre otros, las plataformas de comercio electrónico, un mejor acompañamiento consultivo a nuestros clientes y socios comerciales y una mejora del 15% versus año anterior en el índice de evaluación del servicio comercial en Costa Rica, el “Net Promoter Score” medida utilizada en la industria.

El negocio de hospitalidad capitaliza a su favor la reactivación mundial del turismo, el creciente interés en Costa Rica, específicamente en la provincia de Guanacaste, como destino de inversión inmobiliaria. Una mayor ocupación con tarifas competitivas en los hoteles gestionados de manera más eficiente convierte a esta unidad en la unidad de mayor crecimiento en los resultados consolidados de la compañía en el 2022. Esta contribución récord también demuestra una cuidadosa planificación y manejo del negocio, con una visión de largo plazo.

Continuamos enfocados estratégicamente en potenciar nuestra agenda de expansión internacional en Centroamérica, México y Estados Unidos. En el 2022, el negocio en Centroamérica tuvo un desempeño muy favorable, a pesar de que fue retado por un alza en sus costos de bienes, lo que fue compensado con aumentos de precios e innovaciones en alimentos, así como una fuerte incursión y consolidación de la categoría de bebidas alcohólicas saborizadas en mercados como Panamá y Nicaragua. FIFCO México continúa en una ruta de optimización del modelo comercial, dando señales positivas en cuanto a volúmenes de venta y preferencia por parte de los consumidores, y expandiendo en este mercado la alianza con Diageo en la categoría de bebidas alcohólicas saborizadas para su lanzamiento en el 2023. El desempeño de FIFCO USA, impactado negativamente por una alta competencia, importantes aumentos en sus costos y un cambio en los patrones de consumo, reporta una caída de doble dígito en volumen. La situación expuesta nos llevó a tomar decisiones relevantes para reencausar el negocio, esto con un mejor entendimiento de la realidad y las necesidades de ese mercado. Específicamente, nos salimos del segmento de cerveza artesanal en el oeste de Estados Unidos, estamos remozando el portafolio de bebidas alcohólicas saborizadas con nuevas propuestas de valor, y potenciamos la alianza con PepsiCo en el mercado estadounidense para el lanzamiento de la categoría de té con alcohol en el 2023.

En cuanto a las empresas asociadas, Cervecería Panamá cierra el 2022 con crecimiento importante en ventas y participación de mercado, con una mayor inversión en mercadeo y punto de venta. INCECA en Nicaragua mantiene su senda de crecimiento en todas las categorías, y Comegua logra mayores ventas en mercados domésticos y de exportación con una mejora en la eficiencia y en precios en relación a costos.

La dimensión social es abordada con dos grandes prioridades. Por un lado, se trabajó en la reconexión interna de nuestros colaboradores con el propósito corporativo y el reforzamiento del liderazgo. Además, una “presencialidad con sentido” define el nuevo formato de trabajo híbrido que estamos implementando para ciertos roles que funcionan bien bajo esa nueva forma de trabajar.

Por otro lado, el 2022 es un año histórico para la compañía, ya que FIFCO presentó bajo el nombre “FIFCO Trasciende” la evolución de su estrategia de sostenibilidad con 9 ambiciosas metas de cara al 2025, anunciando la adopción de nuevos y más altos estándares Ambientales, Sociales y de



Gobernanza (“ESG” por sus siglas en inglés) como marco conceptual del modelo de Triple Utilidad. Dentro de esta visión, nos hemos comprometido especialmente en desarrollar una estrategia ante el cambio climático con un enfoque sistémico, que nos permita mitigar, adaptar y gestionar los riesgos que impone el calentamiento global. Esta estrategia, a su vez, nos permitirá alcanzar un estado de resiliencia climática, que es clave para la sostenibilidad de nuestro negocio al largo plazo.

Seguimos reportando mejoras importantes en cuanto a patrón de consumo de alcohol y reducción en niveles de azúcar, lo cual muestra el compromiso de FIFCO de promover el consumo inteligente de bebidas con contenido alcohólico y ofrecer un portafolio cada vez más balanceado a sus consumidores.

Durante el 2022, FIFCO también mantuvo su operación agua positiva, carbono positivo y cero desechos sólidos. Destaca una mejora significativa en los niveles de recuperación de plástico y recuperación total de envases. Seguiremos trabajando tenazmente en la agenda Plástico 360°, la cual de forma proactiva atiende este reto global y busca la evolución de la compañía a materiales y envases de menor impacto ambiental.

En relación con el Gobierno Corporativo y los estándares de buena gobernanza, se realizó la evaluación anual de la gestión de la Junta Directiva con apoyo de una firma especializada e independiente. El resultado fue un 98% de calificación global, indicando que el desempeño de la Junta Directiva supera los estándares y está alcanzando las mejores prácticas a nivel de regulación local y de la literatura especializada a nivel global.

Los resultados del 2022 capturan el espíritu y esencia emprendedora, resiliente y apasionada de FIFCO, lo cual nos ha llevado hacia un proceso de diversificación y transformación continuo. La compañía logra navegar un año de retos con determinación, identifica y aprovecha oportunidades, y toma acción para fortalecer cada uno de sus negocios, siempre guiada por su propósito corporativo, su estrategia de triple utilidad y un objetivo superior de continuar maximizando ganancias para sus accionistas. Reconocemos el potencial que nos trae el futuro, pero también estamos conscientes que tendremos retos y continuaremos trabajando de forma incansable para generar valor económico, social y ambiental de forma simultánea, impactando positivamente a otros, para compartir con el mundo una mejor forma de vivir.



Wilhelm Steinvorth Herrera

Presidente de Junta Directiva

Florida Ice and farm Company, S.A.