Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, Word

Descripción generada automáticamenteDibujo en blanco y negro

Descripción generada automáticamente con confianza baja

# Prospecto

# Florida Ice and Farm Company, S.A,

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

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

Debidamente autorizada en Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria de accionistas celebrada el 14 de marzo del 2022. Mediante la resolución SGV-R-3770 del 11 de agosto del 2022, se autoriza a FLORIDA ICE AND FARM COMPANY, S.A. a la modificación del capital social.

En Asamblea General Ordinaria de accionistas celebrada el 15 de marzo del 2023 se aprobó reducir el Capital Social a ¢87.706.439.000,00. Este acuerdo está pendiente de aprobación por parte de la SUGEVAL.

PROGRAMAS DE EMISIONES VIGENTES

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Programas inscritos** | **Fecha de emisión** | **Acuerdo autorización** | **Monto del Programa** |
| Bonos estandarizados C-2011 | 30 de septiembre de 2011 | SGV-R-2531 | ₡50.000.000.000,00 |
| Bonos estandarizados E-2013 | 13 de diciembre de 2013 | SGV-R-2873 | ₡50.000.000.000,00 |
| Bonos estandarizados F-2019 | 20 de febrero de 2019 | SGV-R-3411 | ₡50.000.000.000,00 |
| Bonos estandarizados G-2020 | 23 de octubre de 2020 | SGV-R-3587 | ₡75.000.000.000,00 |

PUESTOS DE BOLSA REPRESENTANTES

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

"La autorización para realizar oferta pública no implica calificación  
sobre la emisión, ni la solvencia del emisor o intermediario".

FECHA DE ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN DEL PROSPECTO: ABRIL DE 2023

Heredia, Costa Rica

## Notas importantes para el inversionista

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

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

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

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

## Tabla de contenido

Contenido

[Prospecto 2](#_Toc131590350)

[Florida Ice and Farm Company, S.A, 2](#_Toc131590351)

[Emisiones inscritas y autorizadas por la Superintendencia General de Valores 2](#_Toc131590352)

[Notas importantes para el inversionista 3](#_Toc131590353)

[Tabla de contenido 4](#_Toc131590354)

[Índice de Cuadros 7](#_Toc131590355)

[Índice de ilustraciones 8](#_Toc131590356)

[Capítulo 1. 9](#_Toc131590357)

[Información sobre las emisiones, la oferta e identificación de los directores, gerentes y asesores involucrados con el proceso de oferta pública 9](#_Toc131590358)

[1. Información sobre las emisiones 10](#_Toc131590359)

[1.1. Emisiones de Deuda 10](#_Toc131590360)

[1.2. Emisión de Acciones 18](#_Toc131590361)

[2. Identificación de los directores, gerentes y asesores involucrados con el proceso de oferta pública 21](#_Toc131590362)

[Capítulo 2. 22](#_Toc131590363)

[Información esencial 22](#_Toc131590364)

[1. Factores de riesgo que afectan a la emisión y a la empresa 23](#_Toc131590365)

[1.1. Riesgos 23](#_Toc131590366)

[1.2. Políticas de reducción de riesgo 27](#_Toc131590367)

[2. Análisis de indicadores financieros 30](#_Toc131590368)

[2.1. Índices de liquidez 31](#_Toc131590369)

[2.2. Índices de rentabilidad 32](#_Toc131590370)

[2.3. Índices de actividad 34](#_Toc131590371)

[3. Endeudamiento y capitalización 38](#_Toc131590372)

[3.1. Endeudamiento 38](#_Toc131590373)

[3.2. Capitalización 39](#_Toc131590374)

[4. Contingencias (al 31 de diciembre de 2022) 40](#_Toc131590375)

[5. Compromisos (al 31 de diciembre de 2022) 41](#_Toc131590376)

[Capítulo 3. 42](#_Toc131590377)

[Información sobre la empresa emisora 42](#_Toc131590378)

[1. Historia y desarrollo de la empresa 43](#_Toc131590379)

[1.1. Constitución 43](#_Toc131590380)

[1.2. Breve reseña histórica 43](#_Toc131590381)

[1.3. Actividad 46](#_Toc131590382)

[1.4. Principales competidores 47](#_Toc131590383)

[2. Visión general del negocio 47](#_Toc131590384)

[2.1. Subsidiarias de FIFCO 47](#_Toc131590385)

[2.2. Estructura organizativa 48](#_Toc131590386)

[2.3. Propiedades, planta y equipo 49](#_Toc131590387)

[2.4. Empleo y riqueza para los países en los que opera 52](#_Toc131590388)

[Capítulo 4. 54](#_Toc131590389)

[Resultados de operación y financieros e información prospectiva 54](#_Toc131590390)

[1. Resultados de Operación - Dimensión Económica 55](#_Toc131590391)

[FIFCO en el contexto de postpandemia 57](#_Toc131590392)

[1.1. Florida Bebidas y Alimentos 57](#_Toc131590393)

[1.2. FIFCO USA 60](#_Toc131590394)

[1.3. Alimentos 61](#_Toc131590395)

[1.4. Florida Retail 62](#_Toc131590396)

[1.5. Florida Hospitalidad 63](#_Toc131590397)

[1.6. Florida Capitales 63](#_Toc131590398)

[1.7. Otros resultados de operación 64](#_Toc131590399)

[2. Resultados de Operación - Dimensión Social Interna 66](#_Toc131590400)

[2.1. FIFCO Oportunidades 66](#_Toc131590401)

[2.2. Derechos Humanos, Diversidad e Inclusión 67](#_Toc131590402)

[2.3. Alineamiento Organizacional 68](#_Toc131590403)

[2.4. Teletrabajo y trabajo híbrido 68](#_Toc131590404)

[2.5. Gestión del Talento 68](#_Toc131590405)

[2.6. FIFCO Segura 69](#_Toc131590406)

[3. Resultados de Operación - Dimensión Social Externa 70](#_Toc131590407)

[3.1. Consumo Inteligente Integral 70](#_Toc131590408)

[3.2. Programa de Formación Dual 71](#_Toc131590409)

[3.3. Programa de Voluntariado Elegí Ayudar 72](#_Toc131590410)

[3.4. Nutrivida 72](#_Toc131590411)

[3.5. Agenda de Sostenibilidad basada en la gobernanza. 73](#_Toc131590412)

[3.6. Ética y Transparencia 74](#_Toc131590413)

[4. Resultados de Operación - Dimensión Ambiental 75](#_Toc131590414)

[4.1. Uso de materiales 75](#_Toc131590415)

[4.2. Desechos Post Industriales y Estrategia Cero Desechos 76](#_Toc131590416)

[4.3. Portafolio de envases sostenibles 76](#_Toc131590417)

[4.4. Agua y saneamiento 77](#_Toc131590418)

[4.5. Energía, emisiones y carbono positivo 78](#_Toc131590419)

[4.6. Certificaciones ambientales y otros reconocimientos 79](#_Toc131590420)

[4.7. Quejas, denuncias y sanciones 80](#_Toc131590421)

[4.8. Biodiversidad 80](#_Toc131590422)

[Capítulo 5. 81](#_Toc131590423)

[Directores, personal gerencial y empleados 81](#_Toc131590424)

[1. Personal Gerencial 83](#_Toc131590425)

[1.1. Representación Judicial y Extrajudicial 86](#_Toc131590426)

[2. Políticas generales de compensación de los directores y personal gerencial 86](#_Toc131590427)

[3. Personal 87](#_Toc131590428)

[4. Participación social de directores, personal gerencial y empleados 88](#_Toc131590429)

[Capítulo 6. 89](#_Toc131590430)

[Participaciones significativas y transacciones con partes relacionadas 89](#_Toc131590431)

[1. Participaciones significativas 90](#_Toc131590432)

[2. Transacciones con partes relacionadas 90](#_Toc131590433)

[Capítulo 7. 92](#_Toc131590434)

[Información financiera 92](#_Toc131590435)

[1. Anexos al prospecto 93](#_Toc131590436)

[2. Periodicidad de la información a los inversionistas 93](#_Toc131590437)

## Índice de Cuadros

[Tabla 1 - Programas de Bonos Estandarizados Vigentes 10](#_Toc131590296)

[Tabla 2 - Emisión de Bonos Estandarizados Vigentes 11](#_Toc131590297)

[Tabla 3 - Valor de Mercado de las acciones al 31 de diciembre del año respectivo (1) 19](#_Toc131590298)

[Tabla 4 - Mecanismos de Recompra de Acciones 21](#_Toc131590299)

[Tabla 5 - Funcionarios involucrados en el proceso de oferta pública 21](#_Toc131590300)

[Tabla 6 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – Costa Rica 28](#_Toc131590301)

[Tabla 7 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – Guatemala 29](#_Toc131590302)

[Tabla 8 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – El Salvador 29](#_Toc131590303)

[Tabla 9 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – Estados Unidos 30](#_Toc131590304)

[Tabla 10 - Razones financieras, en millones de colones 31](#_Toc131590305)

[Tabla 11 - Liquidez Corriente 31](#_Toc131590306)

[Tabla 12 - Razón Ácida 32](#_Toc131590307)

[Tabla 13 - Utilidad Neta a Activo Total 32](#_Toc131590308)

[Tabla 14 - Utilidad Neta a Ventas 33](#_Toc131590309)

[Tabla 15 - Utilidad Neta a Patrimonio Neto 33](#_Toc131590310)

[Tabla 16 - Utilidad por Acción 34](#_Toc131590311)

[Tabla 17 - Periodo medio de cobro de cuentas por cobrar comerciales 34](#_Toc131590312)

[Tabla 18 - Periodo medio de pago 35](#_Toc131590313)

[Tabla 19 - Días de Inventario 35](#_Toc131590314)

[Tabla 20 - Rotación de Inventario 36](#_Toc131590315)

[Tabla 21 - Rotación de Activo Fijo 36](#_Toc131590316)

[Tabla 22 - Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros 36](#_Toc131590317)

[Tabla 23 - Cuentas Incobrables a Ventas Netas 37](#_Toc131590318)

[Tabla 25 - Activos y Pasivos en Moneda Extranjera 37](#_Toc131590319)

[Tabla 26 - Pasivo Total a Patrimonio Neto (Excluyendo las Utilidades Disponibles) 38](#_Toc131590320)

[Tabla 27 - Captación Efectiva a Pasivo Total 38](#_Toc131590321)

[Tabla 28 - Distribución de utilidades de los últimos 10 años (en millones de colones) 39](#_Toc131590322)

[Tabla 29 - Historia del Capital Social por los últimos 3 años 40](#_Toc131590323)

[Tabla 30 - Ventas por zona geográfica 46](#_Toc131590324)

[Tabla 31 - Balance por segmentos de negocio (en millones de colones) 48](#_Toc131590325)

[Tabla 32 - Detalle de Subsidiarias 48](#_Toc131590326)

[Tabla 33 - Capacidad instalada de Planta de Producción #1 49](#_Toc131590327)

[Tabla 34 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #2 50](#_Toc131590328)

[Tabla 35 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #3 50](#_Toc131590329)

[Tabla 36 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #4 51](#_Toc131590330)

[Tabla 37 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #5. 51](#_Toc131590331)

[Tabla 38 - Principales hitos de categoría cerveza y BAS 57](#_Toc131590332)

[Tabla 39 - Principales hitos de categoría refrescos 60](#_Toc131590333)

[Tabla 40 - Principales hitos de bebidas FIFCO USA 60](#_Toc131590334)

[Tabla 41 - Principales hitos de la categoría de alimentos 61](#_Toc131590335)

[Tabla 42 - Principales hitos de Florida Retail 62](#_Toc131590336)

[Tabla 43 - Principales hitos de Florida Hospitalidad 63](#_Toc131590337)

[Tabla 44 - Principales hitos de Florida Capitales 63](#_Toc131590338)

[Tabla 45 – Interacciones con Servicio al Cliente 65](#_Toc131590339)

[Tabla 46 - Iniciativas de Sostenibilidad a lo largo de la cadena de valor 66](#_Toc131590340)

[Tabla 47 - Agendas de Consumo Inteligente Integral 70](#_Toc131590341)

[Tabla 48 - Junta Directiva vigente hasta el 31 de marzo 2024 82](#_Toc131590342)

[Tabla 49 - Paquete compensación ejecutiva 87](#_Toc131590343)

[Tabla 50 - Acciones adjudicadas y traspasadas 87](#_Toc131590344)

[Tabla 51 - Distribución del personal por país 88](#_Toc131590345)

[Tabla 52 - Porcentaje de colaboradores afiliados a Asociaciones Solidaristas 88](#_Toc131590346)

[Tabla 53 - Saldos con partes relacionadas 90](#_Toc131590347)

[Tabla 54 - Transacciones con partes relacionadas 91](#_Toc131590348)

## Índice de ilustraciones

[Ilustración 1 - Junta Directiva vigente 84](#_Toc131094407)

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, Word

Descripción generada automáticamente

# Capítulo 1.

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

## Información sobre las emisiones

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

### Emisiones de Deuda

A la fecha, FIFCO tiene aprobadas 5 emisiones de bonos estandarizados en colones (aprobados bajo 4 Programas de bonos diferentes), cuyas principales características se presentan a continuación:

Tabla - Programas de Bonos Estandarizados Vigentes

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Programa | C-2011 | E-2013 | F-2019 | G-2020 |
| Acuerdos de autorización SUGEVAL | SGV-R-2531 del 30 de setiembre de 2011 y SGV-R-2740 del 14 de noviembre del 2012 | SGV-R-2873 del 13 de diciembre del 2013 | SGV-R-3411 del 20 de febrero de 2019 | SGV-R-3587 del 23 de octubre de 2020 |
| Monto global del programa y moneda: | ¢50.000.000.000 (Colones) | ¢50.000.000.000  (Colones) | ¢50.000.000.000  (Colones) | ¢75.000.000.000 (Colones) |
| Monto emitido: | ¢50.000.000.000 | ¢28.250.000.000 | ¢50.000.000.000 | ¢0 |
| Monto disponible: | ¢0 | ¢0 | ¢0 | ¢75.000.000.000 |
| Clase de Instrumento: | Bonos estandarizados | | | |
| Moneda de la emisión: | (\*) | | | |
| Monto emisión: | (\*) | | | |
| Valor facial: | (\*) | | | |
| Fecha de emisión: | (\*) | | | |
| Fecha de vencimiento: | (\*) | | | |
| Plazo: | (\*) | | | |
| Tasa de interés bruta: 1) | (\*) | | | |
| Tasa de interés neta: | Tasa Bruta menos el impuesto sobre la renta | | | |
| Código ISIN: | (\*) | | | |
| Nemotécnico: | (\*) | | | |
| Factor de cálculo: | 30/360 | | | |
| Periodicidad: | (\*) | | | |
| Amortización del Principal: | Al vencimiento o al momento en que se redima, en caso de emisiones con esta característica. | | | |
| Forma de representación: | Anotación en cuenta | | | |
| Ley de Circulación: | A la orden | | | |
| Mecanismo de colocación: | (\*) Colocación Directa, subasta por bolsa y suscripción (en firme o en garantía) | | | |
| Calificación de riesgo: | Scr AAA | | | |
| Destino de los recursos: | Capital de trabajo, la inversión en activos productivos medianos y largo plazo y/o la sustitución de pasivos financieros. Dichos pasivos financieros se refieren a deuda bancaria y la sustitución de éstos se hará de conformidad con criterios de oportunidad y conveniencia estratégica para el Emisor, en el momento en que se reciban los recursos. | | | |
| Características especiales: | Redención anticipada (\*) | | | |

Notas:

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

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

Las características propias de cada serie de bonos vigente, emitidas bajo los Programas arriba indicados, se detallan en el siguiente cuadro. A la fecha no se han realizado emisiones bajo el Programa G-2020.

Tabla - Emisión de Bonos Estandarizados Vigentes

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Clase de Instrumento:** | Bonos estandarizados | | | | |
| **Programa:** | C-2011 | | E-2013 | F-2019 | |
| **Nombre de la emisión:** | **Serie C-3** | **Serie C-4** | **Serie E-2** | **Serie F-1** | **Serie F-2** |
| **Plazo:** | 10 años | 10 años | 5 años | 2130 días | 2130 días |
| **Monto de la emisión:** | ₡12.150.000.000 | ₡22.850.000.000 | ₡23.000.000.000 | ₡25.000.000.000 | ₡25.000.000.000 |
| **Código ISIN:** | CRFIFCOB0998 | CRFIFCOB1004 | CRFIFCOB1020 | CRFIFCOB1038 | CRFIFCOB1046 |
| **Nemotécnico:** | bfc3c | bfc4c | bfe2c | bff1c | bff2c |
| **Fecha de emisión:** | 03 de julio 2013 | 26 de noviembre 2013 | 24 de setiembre 2018 | 8 de marzo 2019 | 21 de junio del 2019 |
| **Fecha de vencimiento:** | 03 de julio 2023 | 26 de noviembre 2023 | 19 de julio 2023 | 8 de febrero 2025 | 21 de mayo del 2025 |
| **Tasa de interés bruta (1):** | 9,62% | Tasa Básica Pasiva (TBP)+2% | 10,50% | Tasa Básica Pasiva (TBP)+2,75% | |
| **Tasa de interés neta (2):** | Tasa Bruta menos impuesto sobre la renta | | | | |
| **Forma de representación:** | Anotación en cuenta | | | | |
| **Moneda:** | Colones | | | | |
| **Denominación o valor facial:** | ¢1.000.000 (Un millón) | | | | |
| **Forma de colocación:** | Suscripción en firme | | | | |
| **Factor de cálculo:** | 30/360 | | | | |
| **Periodicidad (3):** | Cupón trimestral al vencimiento | | | | |
| **Ley de Circulación:** | A la orden | | | | |
| **Calificadora de Riesgo:** | Sociedad Calificadora de Riesgo Centroamericana, S.A. | | | | |
| **Calificación de Riesgo:** | Scr AAA (CR) | | | | |
| **Mecanismo de colocación:** | (\*) Colocación Directa, subasta y suscripción (en garantía o en firme) | | | | |

Notas:

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

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

(3) El último pago de las series E-2, F-1 y F-2 se ajustará a la fecha de vencimiento.

1. **Tasa de interés**

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

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

Para las series con tasa de interés ajustable en dólares, se utilizará la **Secured Overnight Financing Rate (**SOFR) como tasa de referencia. Esto se indicará en el Hecho Relevante de convocatoria respectivo:

**Características:**

1. **Tasa Básica Pasiva:** será la publicada por el Banco Central de Costa Rica dos días hábiles antes del inicio de cada período de pago de intereses más un premio establecido en puntos porcentuales. La entidad encargada del cálculo y publicación de la tasa es el Banco Central de Costa Rica (BCCR), dicho indicador se publica los miércoles de cada semana y rige a partir del jueves siguiente. La metodología para su cálculo puede ser consultada en el sitio web https://gee.bccr.fi.cr/indicadoreseconomicos/Documentos/DocumentosMetodologiasNotasTecnicas/Definici%C3%B3n%20TBP%20y%20TED%20espa%C3%B1ol.pdf
2. **Tasa de Referencia Interbancaria (Tasa TRI):** corresponderá a la que sea homóloga a periodicidad de la serie (1, 3, 6, 9, 12 meses), utilizando para este caso, las tasas de los nodos de 1, 3, 6, 9 o 12 meses. La entidad encargada del cálculo de la Tasa TRI corresponde a la empresa Proveedor Integral de Precios de Centroamérica S.A. (PIPCA) y publicada por la Cámara de Bancos e Instituciones Financieras de Costa Rica, los miércoles de cada semana en el sitio web de la cámara de bancos http://camaradebancos.fi.cr/boletin-semanal/. La metodología de cálculo de la tasa TRI puede ser consultada en el sitio web http://camaradebancos.fi.cr/generalidades-y-metodologia-de-calculo/. De acuerdo con dicha metodología, cuando no se dan captaciones para un plazo específico, es decir, cuando no se cuente con información para ese nodo, se repite el dato de la semana anterior. Asimismo, cuando se reporta una sola captación para un determinado nodo, el cálculo estaría sesgado por la entidad que reportó la información. Se mantendrá como sitio alterno para la consulta de la Tasa de Referencia Interbancaria (Tasa TRI), la plataforma de Bloomberg Professional, a través de la función ALLX CRR para obtener la información de dichas tasas. El momento para la fijación de la Tasa de Referencia Interbancaria, será la publicada por la Cámara al menos dos días hábiles antes del inicio de cada período de pago de intereses, más un premio establecido en puntos porcentuales. La tasa que se establezca regirá para el siguiente período de devengo de intereses.
3. **Curva de rendimiento soberana del BCCR:** corresponderá a la calculada y publicada por el Banco Central de Costa Rica (BCCR). Las curvas de rendimiento se encuentran disponibles con periodicidad semanal. El cálculo y publicación se realiza los miércoles de cada semana. Los datos publicados reflejan los niveles de tasas de interés vigentes durante la semana inmediatamente anterior a la fecha de publicación (definida de miércoles a martes), y constituyen una referencia adicional para los distintos agentes económicos. Los rendimientos publicados en la curva de rendimiento soberana son netos de impuestos. Cuando se presente una variación en la Tasa de Política Monetaria (TPM), se reestimará la curva soberana por parte del Banco Central de Costa Rica (BCCR) y estará en vigencia desde el mismo día de variación de la Tasa de Política Monetaria y hasta el miércoles siguiente, fecha en que se volverá a actualizar el cálculo. La metodología de cálculo puede ser consultada en el sitio web: https://gee.bccr.fi.cr/indicadoreseconomicos/Documentos/DocumentosMetodologiasNotasTecnicas/Nota%20Metodol%C3%B3gica%20Curva%20de%20Rendimiento%20Soberana%20de%20Costa%20Rica.pdf. La tasa por utilizar corresponderá a la tasa de interés neta sobre la Curva de Rendimiento Soberana en colones calculada por el Banco Central de Costa Rica, asociada a los días al vencimiento calculados entre la fecha de inicio del cupón a la fecha de vencimiento del título, vigente dos días hábiles antes del inicio de cada período de pago de intereses, más la tasa del impuesto sobre la renta aplicable, más un premio establecido en puntos porcentuales.
4. **Secured Overnight Financing Rate (SOFR**)**:** La tasa SOFR es publicada por la Reserva Federal de Nueva York desde el año 2018, y refleja el costo a un día de los préstamos garantizados con Repos de títulos del Tesoro Americano. El CMR Group del Mercado de Valores en Chicago, que opera transacciones de derivados de tasa de interés, publica diariamente las tasas SOFR a término para 1, 3, 6, 12 meses y estas serían las referencias que se utilizarían en emisiones de bonos.

Las tasas de referencias establecidas forman parte de las características de la emisión y van a permanecer durante todo el periodo de la emisión hasta su vencimiento. Esta condición aplica aun cuando se presenten cambios en la metodología de cálculo de las tasas de referencia.

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

En el caso de cese del cálculo de cualquiera de las tasas por parte de las entidades responsables del cálculo, prevalecerá la última tasa publicada, y la misma se mantendrán hasta el vencimiento de la emisión ligada a dicho indicador.

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

1. **Forma de colocación**

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

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

En caso de utilizarse un contrato de colocación, FIFCO informará mediante comunicado de Hecho Relevante a más tardar un (1) día hábil después de la firma del contrato: el nombre de los suscriptores, la naturaleza y el plazo de las obligaciones de los intermediarios, el monto a suscribir por cada uno, las compensaciones convenidas y el precio a pagar por los valores.

1. *Colocación fuera de bolsa*

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

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

1. *Colocación por bolsa*

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

1. **Agente colocador**

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

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

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

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

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

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

1. **Garantías**

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

1. **Calificación de riesgo**

En sesión ordinaria N° 1322022 del 07 de noviembre de 2022, la empresa Sociedad Calificadora de Riesgo Centroamericana, S.A., basada en información financiera no auditada a marzo y junio 2022, acordó otorgar la calificación scr AAA (CR) para las emisiones C-3, C-4, E-2, F-1 y F-2 y el Programa de Emisión de Bonos Estandarizados G-2020 de Florida Ice and Farm Company, S.A, con una perspectiva estable.

La calificación de riesgo scr AAA (CR) se le otorga a "emisores con la más alta capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos acordados. No se vería afectada ante posibles cambios en el emisor, en la industria a la que pertenece o en la economía. Nivel excelente”. “Perspectiva estable: Se percibe una baja probabilidad de que la calificación varíe en el mediano plazo.”

La misma se actualiza cada seis meses y se encuentra disponible en la página web de FIFCO, en la Superintendencia General de Valores y en la página web de la Sociedad Calificadora de Riesgos Centroamericana ([www.scriesgo.com](http://www.scriesgo.com)).

1. **Redención anticipada**

A la fecha de este Prospecto la serie G-2020 cuenta con saldo pendiente de colocación (¢75,000 millones), ya que no se ha colocado ningún monto. Ninguna de las emisiones en circulación tiene la una opción de redención anticipada.

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

Las opciones de redención anticipada son discrecionales del emisor. Dicha redención se realizará en efectivo, al precio que se haya establecido para dicha redención. El precio de redención y la fecha a partir de la cual rige la redención serán definidos al menos (2) días antes de la fecha de colocación de las emisiones, a través de un comunicado de Hecho Relevante. El emisor comunicará con al menos diez (10) días hábiles de anticipación, la fecha y el monto a redimir.

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

*Características generales aplicables a las opciones de redención anticipada.*

Toda opción de redención anticipada podrá efectuarse de manera parcial o total. La fecha de redención anticipada deberá coincidir con una fecha de pago de intereses. El emisor informará a los tenedores mediante Hecho Relevante su decisión de redención anticipada, con al menos diez (10) días hábiles de anticipación a dicha fecha. Los tenedores de las series estandarizadas a redimir no podrán negarse a venderlas.

En caso de que la redención sea parcial, ésta se podrá realizar una o más veces a discreción del emisor, no existiendo límites mínimos o máximos sobre el monto a redimir, con la única excepción de que en ningún caso podrá quedar como remanente un saldo de la serie en circulación menor a cien millones de colones, o su equivalente en dólares al tipo de cambio del Banco Central de Costa Rica.

El monto por redimir se distribuirá proporcionalmente entre todos los tenedores de las series a redimir, en función del monto facial de su inversión. En este caso, si la proporción a aplicar resulta en un número de títulos valores con una fracción igual o mayor a 0.5, se redondeará al entero superior, caso contrario se redondeará al entero inferior. La cancelación de la redención parcial o total, según corresponda, se hará por medio de la Interclear Central de Valores S.A. y acreditados los montos correspondientes a los inversionistas por medio de las entidades de custodia.

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

1. **Destino de los recursos**

El objetivo de las emisiones de Bonos Estandarizados emitidos (C-3, C-4, E-2, F-1 y F-2) y el Programa de Emisión de Bonos Estandarizados G-2020 es la captación de recursos para capital de trabajo, la inversión de activos productivos de mediano y largo plazo, y/o la sustitución de pasivos financieros. La sustitución de pasivos financieros se hará de conformidad con criterios de oportunidad y conveniencia estratégica en el momento que se reciban los recursos.

1. **Costo de la emisión y colocación**

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

1. **Prelación de pagos**

FIFCO aplicará la siguiente regla de prelación de pagos a sus acreedores, acudiendo en primera instancia a su patrimonio y según el siguiente orden de acuerdo con el artículo 886 del Código de Comercio y los artículos 981 y 989 hasta 993 del Código Civil:

* Pago de créditos privilegiados (pasivos con garantías reales, obligaciones con trabajadores, pago de impuestos vencidos y cualquier otro cuyo privilegio esté establecido por ley).
* Pago de obligaciones comunes o quirografarias, lo que incluye el pago de los tenedores de las emisiones de bonos y el pago de cualquier otro gasto.

1. **Agente de pago**

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

1. **Representación por Anotación en Cuenta**

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

1. **Tratamiento tributario para las emisiones**

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

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

1. **Emisiones inscritas en otros mercados**

FIFCO no tiene emisiones inscritas en otros mercados.

### Emisión de Acciones

La Asamblea General Ordinaria de Accionistas realizada el 15 de marzo del 2023, se aprobó, la reducción del Capital Social de Florida Ice and Farm Company, S.A., de ¢89.449.402.500 a ¢87.706.439.000. La reducción corresponde a 1.742.963.500 acciones comunes y nominativas de ¢100,00 cada una, que al 31 de diciembre del 2022 estaban mantenidas en Tesorería.

Al 31 de diciembre de 2022, el Capital Social Autorizado de la Compañía era de ¢89.449.402.500 (ochenta y nueve mil cuatrocientos cuarenta y nueve millones cuatrocientos dos mil quinientos colones), representado por 894.494.025 (ochocientos noventa y cuatro millones cuatrocientos noventa y cuatro mil veinticinco) acciones comunes con un valor nominal de ¢100,00 (cien colones) cada una.

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

A continuación, se muestra el valor de mercado de las acciones al 31 de diciembre (30 de setiembre antes del 2019) de cada uno de los años comprendidos entre 2017 y 2022, ambos años inclusive, su relación con la utilidad por acción y su valor en libros.

Tabla - Valor de Mercado de las acciones al 31 de diciembre del año respectivo (1)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Año** | **Valor de Mercado** | **Valor en Libros** |
| 2017 (2) | 971 | 391,7 |
| 2018 (2) | 848 | 404,4 |
| 2019 | 674 | 342,1 |
| 2020 | 537 | 350,4 |
| 2021 | 735 | 396,7 |
| 2022 | 665 | 416,4 |

Notas:

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

(2) Al 30 de setiembre del año correspondiente.

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

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

1. **Tratamiento tributario para dividendos**

Por disposiciones legales establecidas en la Ley 9635, titulada Ley de Fortalecimiento de las Finanzas Públicas, publicada en La Gaceta No. 202 del martes 4 de diciembre del 2018, la Compañía debe aplicar una retención del quince por ciento en el pago o acreditación de los dividendos, excepto cuando se distribuyan dividendos en acciones nominativas de la misma Compañía emisora. Dicha retención constituye un impuesto único y definitivo a cargo del accionista.

No corresponderá retener el impuesto del quince por ciento, cuando el accionista demuestre mediante certificación de Contador Público Autorizado, que es una sociedad de capital domiciliada en Costa Rica, que desarrolla una actividad lucrativa y esté sujeta al Impuesto sobre las Utilidades o al de rentas y ganancias y pérdidas de capital, en el último periodo fiscal cerrado. La certificación indicada debe emitirse en cumplimiento de lo dispuesto por el Colegio de Contadores Públicos en la Circular 25-2022, denominado “Guía Mínima de Requisitos para realizar la Emisión de la Certificación para Efectos Tributarios (Actividad Lucrativa de una Sociedad de Capital Domiciliada en Costa Rica)” del 7 de junio de 2022.

1. **Asamblea de accionistas**

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

1. **Inmovilización o desmaterialización de acciones**

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

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

* Eliminar logística de traspaso de títulos
* Eliminar problemas de seguridad (extravío, “gemeleo”)
* Permitir el manejo electrónico del Libro de Accionistas (sujeto a aclaraciones respecto a lo indicado en el Código de Comercio)

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

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

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

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

El Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero (Conassif) modificó el Reglamento sobre Oferta Pública de Valores indicando que todas las acciones que existen aún en soporte físico deben pasar por el proceso de desmaterialización y convertirse en anotaciones electrónicas. Para esto el reglamento indica que su transitorio K un plazo para realizar este proceso cuyo vencimiento original estaba para el mes de abril 2023. Sin embargo, mediante acuerdo CNS-1792/08 del Conassif del 27 de marzo del 2023 se estableció el 31 de mayo del 2024, como plazo para completar la ejecución del proceso de desmaterialización de las acciones que aún se mantienen en soporte físico.

1. **Programa de Recompra de Acciones**

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

Tabla - Mecanismos de Recompra de Acciones

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Mecanismo de recompra:** | **Subasta Inversa** | **Programa de Recompra** |
| **Fecha de aprobación:** | 2 de noviembre del 2021 | 21 de diciembre del 2022 |
| **Monto aprobado:** | US$20.000.000,00 | US$40.000.000,00 |
| **Plazo:** | 36 meses a partir de la aprobación | 36 meses a partir de la aprobación |
| **Monto disponible (1):** | US$20.000.000,00 | US$34.009.901,35 |
| **Estatus:** | Activo | Activo |

(1) Al 31 de marzo de 2023

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

Tabla - Funcionarios involucrados en el proceso de oferta pública

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

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, Word

Descripción generada automáticamente

# Capítulo 2.

# Información esencial

## Factores de riesgo que afectan a la emisión y a la empresa

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

### Riesgos

1. **Riesgos asociados a la empresa emisora.**
2. **Riesgo del Negocio**

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

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

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

1. **Riesgo por modificaciones en la regulación aplicable a la actividad de la Empresa**

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

1. **Riesgo de competencia**

La industria de bebidas pasa hoy en día por un constante movimiento que genera alianzas entre diferentes grupos a nivel mundial. En el caso de FIFCO, las recientes incorporaciones de competidores globales en el mercado centroamericano y estadounidense hacen que la Compañía sea susceptible a amenazas de esta naturaleza y que se materialicen en una pérdida de su participación en el mercado.

1. **Riesgo de continuidad del Negocio**

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

1. **Riesgo operativo**

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

1. **Riesgo de variaciones en los precios de las materias primas**

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

1. **Riesgo de variaciones de tipo de cambio**

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

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

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

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

1. **Riesgo de variaciones en las tasas de interés**

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

1. **Riesgo por ocurrencia de siniestros**

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

1. **Costos de operación y construcción**

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

1. **Contracción del sector turismo**

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

1. **Riesgo Reputacional o de imagen**

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

1. **Riesgos asociados a la emisión de acciones**
2. **Riesgo de volatilidad en el precio**

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

1. **Riesgo de dilución**

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

1. **Riesgo de liquidez**

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

1. **Riesgo de variación en el tratamiento fiscal de los dividendos**

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

1. **Riesgos por la discrecionalidad para decretar dividendos**

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

1. **Riesgos asociados a las emisiones de deuda**
2. **Riesgo de liquidez**

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

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

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

1. **Riesgo de desinscripción**

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

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

1. **Riesgo de cesación de pagos de parte del emisor**

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

1. **Riesgo de variación en el tratamiento fiscal de los intereses**

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

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

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

### Políticas de reducción de riesgo

A pesar de la introducción en Costa Rica de marcas de cerveza provenientes de U.S.A., México, Suramérica y Europa, la solidez y arraigo de las marcas, así como la amplitud y atractivo del portafolio hace que el reconocimiento y fidelidad de los consumidores se convierta en una gran barrera de entrada para cualquier competidor, teniendo una participación del 88,6%[[1]](#footnote-2) en el mercado cervecero de Costa Rica. Además, la alta calidad de los productos de FIFCO, la búsqueda constante de la eficiencia y reducción de costos en todos los procesos productivos y de comercialización, permite mantener una posición competitiva.

La Compañía cuenta 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 obtuvo la certificación ISO 22301 por INTECO-NYCE que acredita que FIFCO cuenta con un Sistema de Gestión que le permite responder oportunamente ante eventos que atenten contra la continuidad de las operaciones en el proceso de manufactura de cerveza; como lo son la ausencia de personal clave, fallo de equipos críticos, caída de sistemas, desbasto de materias primas, entre otros.

Además, la Compañía cuenta con un Lineamiento de Gestión de Riesgos, el cual establece los pasos y las pautas necesarias para la identificación, análisis, evaluación y tratamiento de los riesgos, acorde con lo establecido en el Estándar INTE/ISO 31000:20180 y el cual es de acatamiento obligatorio para toda La Compañía.

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

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tipo de Póliza** | **Bienes Asegurados** | **2021-2022** |
| **(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 | 510.187,47 |
| Calderas | Calderas de la Compañía | 2.042,81 |
| Responsabilidad Civil General | Producción, distribución y venta de los productos de la compañía en territorio nacional y en el extranjero | 13.062,85 |
| Responsabilidad Civil Umbrella | Producción, distribución y venta de los productos de la compañía en territorio nacional y en el extranjero | 49.091,49 |
| Equipo Contratista | Equipo Contratista | 726,67 |
| Carga, Importación y Exportación | Materias primas, material de empaque, repuestos, productos importados y de exportación | 67.712,40 |
| Flotilla de Vehículos | Vehículos propiedad de la compañía | 236.559,70 |
| Riesgos del Trabajo | Funcionarios de la compañía | 44.092,59 |
| Riesgo Nombrado | Máquinas de Reciclaje, Rótulo HA&COM, Plantas Eléctricas Móviles, Bus Maxxx Energy y Tarima Hidráulica | 472,75 |
| Equipo Electrónico | Pantallas LED, equipos electrónicos móviles de Eventos Especiales | 958,48 |
| Fidelidad | Fianza de Fidelidad | 225,71 |
| Básica de Accidentes | Participación de terceros en voluntariados | 5,50 |
| Avión | Avión arrendado por la compañía | 87.355,30 |
| **Monto Total Asegurado en Colones** | | **1.012.493,72** |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tipo de Póliza** | **Bienes Asegurados** | **2021-2022** |
| **(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 | 76.512,02 |
| Responsabilidad Civil General | Producción, distribución y venta de los productos de la compañía en territorio nacional y en el extranjero | 1.128,54 |
| Responsabilidad Civil Umbrella | Producción, distribución y venta de los productos de la compañía en territorio nacional y en el extranjero | 2.821,35 |
| Carga, Importación y Exportación | Materias primas, material de empaque, repuestos, productos importados y de exportación | 16.363,83 |
| Flotilla de Vehículos | Vehículos propiedad de la compañía | 1.617,10 |
| Riesgo Nombrado | Equipo Promocional | 39,93 |
| Fidelidad | Fianza de Fidelidad | 72,05 |
| Transporte Interno | Materias primas, material de empaque, repuestos, productos importados | 59.828,59 |
| **Monto Total Asegurado en Colones** | | **158.383,40** |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tipo de Póliza** | **Bienes Asegurados** | **2021-2022** |
| **(En Millones de Colones)** |
| Carga, Importación y Exportación | Materias primas, material de empaque, repuestos, productos importados y de exportación | 4.401,31 |
| Flotilla de Vehículos | Vehículos propiedad de la compañía | 206,75 |
| Póliza Colectiva de Vida | Ejecutivos de la compañía | - |
| **Monto Total Asegurado en Colones** | | **4.608,05** |

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Tipo de Póliza** | **Cobertura 2022 (En millones de dólares)** |
| Cobertura de todo riesgo a la propiedad | 400 |
| Calderas y Maquinaria | 400 |
| Responsabilidad Civil Umbrella | 25 |
| Compensación para trabajadores | 1 |
| Responsabilidad Civil General | 2 |
| Responsabilidad Comercial Internacional General | 2 |
| Flotilla de Vehículos | 1 |
| Responsabilidad del Licor | 2 |
| **Monto Total Asegurado en Dólares** | **833** |

Adicionalmente, para el período 2022 en Costa Rica, se maneja una póliza médica por un monto máximo asegurable por empleado de $2.000.000 y una póliza colectiva de vida por un monto máximo asegurable por empleado de 36 salarios, con un tope máximo de $500.000, aplicables a los niveles gerenciales. Además, se cuenta con otra cobertura de gastos médicos por $100.000 y vida de $30.000, la cual aplica para mandos medios profesionales.

## Análisis de indicadores financieros

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

Tabla - Razones financieras, en millones de colones

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Razones financieras** | **2020** | **2021** | **2022** |
| **Índices de Liquidez** | | | |
| Liquidez corriente | 1,4 | 1,4 | 1,0 |
| Razón Ácida | 0,9 | 0,9 | 0,5 |
| **Índices de Rentabilidad** | | | |
| Utilidad neta a Activo Total | 1,9% | 7,7% | 9,9% |
| Utilidad Neta a Ventas | 2,7% | 9,5% | 10,8% |
| Utilidad Neta a Patrimonio Neto | 5,0% | 18,9% | 23,6% |
| Utilidad por acción (en colones) | ₡11,8 | ₡63,5 | ₡85,8 |
| **Índices de Actividad** | | | |
| Período medio de cuentas por cobrar (días) | 39,6 | 43,6 | 38,7 |
| Período medio de pago (días) | 53,4 | 62,4 | 61,2 |
| Días de Inventario | 75,5 | 77,0 | 92,8 |
| Rotación de Inventarios | 4,8 | 4,7 | 3,9 |
| Rotación activo fijo | 1,8 | 2,2 | 2,5 |
| Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros | 1,6 | 3,6 | 4,6 |
| Cuentas Incobrables a Ventas | 0,2% | 0,3% | 0,2% |
| **Niveles de Capitalización y Endeudamiento** | | | |
| Pasivo Total a Patrimonio Neto | 2,9 | 2,6 | 2,9 |
| Captación a Pasivo Total | 19,9% | 20,7% | 20,9% |

Fuente: Estados Financieros Auditados al 31 de diciembre de 2020, 2021 y 2022.

### Índices de liquidez

1. **Liquidez corriente**

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

Tabla - Liquidez Corriente

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Liquidez Corriente** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2020** | **2021** | **2022** |
| Activo Circulante | 192.376 | 229.914 | 251.045 | 21.131 | 9,2% |
| Pasivo Circulante | 134.860 | 165.525 | 240.564 | 75.039 | 45,3% |
| Liquidez Corriente | 1,4 | 1,4 | 1,0 | (0,3) | -24,9% |

Para el cierre del período 2022, esta razón disminuyó de 1,4 a 1,0 veces debido a que las obligaciones con los acreedores de corto plazo crecieron más que los activos de corto plazo.

1. **Razón Ácida**

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

Tabla - Razón Ácida

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Razón Ácida** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2020** | **2021** | **2022** |
| Activo Circulante | 192.376 | 229.914 | 251.045 | 21.131 | 9,2% |
| Inventario | 73.898 | 85.736 | 119.334 | 33.598 | 39,2% |
| Pasivo Circulante | 134.860 | 165.525 | 240.564 | 75.039 | 45,3% |
| Razón Ácida | 0,9 | 0,9 | 0,5 | (0,3) | -37,1% |

El resultado de 0,5 veces indica que la Compañía mantiene la capacidad para solventar las obligaciones a corto plazo. Este indicador presenta una variación respecto al año anterior de 0,9 a 0,5. Importante mencionar que por las características del inventario que mantiene la Compañía, este es sumamente líquido.

### Índices de rentabilidad

1. **Utilidad Neta a Activo Total**

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

Tabla - Utilidad Neta a Activo Total

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad Neta a Activo Total** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2020** | **2021** | **2022** |
| Utilidad Neta | 17.420 | 71.701 | 91.365 | 19.664 | 27,4% |
| Activo Total | 895.144 | 925.639 | 926.193 | 554 | 0,1% |
| Utilidad neta a Activo total | 1,9% | 7,7% | 9,9% | 2,1% | 27,3% |

En el 2022, esta razón presentó un aumento con respecto al año anterior, mostrando una mejora en la productividad de las inversiones y la capacidad de generar utilidades de los activos totales.

1. **Utilidad Neta a Ventas**

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

Tabla - Utilidad Neta a Ventas

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad Neta a Ventas** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2020** | **2021** | **2022** |
| Utilidad Neta | 17.420 | 71.701 | 91.365 | 19.664 | 27,4% |
| Ventas | 642.628 | 751.585 | 846.576 | 94.991 | 12,6% |
| Utilidad Neta a Ventas | 2,7% | 9,5% | 10,8% | 1,3% | 13,1% |

El resultado de este indicador en el año 2022 tuvo un aumento de 130 puntos base, originado por un crecimiento en la utilidad neta de 12,6% y en ventas del 27,4% respecto al año 2021.

1. **Utilidad Neta a Patrimonio Neto**

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

Tabla - Utilidad Neta a Patrimonio Neto

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad Neta a Patrimonio Neto** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2020** | **2021** | **2022** |
| Utilidad Neta | 17.420 | 71.701 | 91.365 | 19.664 | 27,4% |
| Patrimonio Neto | 348.173 | 379.627 | 387.883 | 8.256 | 2,2% |
| Utilidad Neta a Patrimonio Neto | 5,0% | 18,9% | 23,6% | 4,7% | 24,7% |

En el periodo anterior, esta razón tuvo un aumento absoluto de 4,7%, producto principalmente de la mejora en la utilidad neta de 27,4%.

1. **Utilidad por Acción**

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

Tabla - Utilidad por Acción

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad por acción** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2020** | **2021** | **2022** |
| Utilidad Neta de la controladora | 10.655 | 56.973 | 75.778 | 18.805 | 33,0% |
| Total promedio ponderado de acciones comunes al inicio y al final del año (en millones de acciones) | 901 | 897 | 883 | (14) | -1,6% |
| Utilidad por acción (en colones) | 11,8 | 63,5 | 85,8 | 22 | 35,1% |

Para el período 2022, se da un aumento de 22 colones en relación con el año anterior producto de la mejora en la utilidad neta de la Compañía.

### Índices de actividad

1. **Periodo medio de cobro de cuentas por cobrar comerciales**

El cálculo de esta razón corresponde a tomar el saldo de las cuentas por cobrar multiplicado por 365 días y dividirlo entre las ventas a crédito (para el año 2022 las ventas a crédito representan el 99% de las ventas totales). Se interpreta como plazo promedio de recuperación de las cuentas por cobrar expresado en días.

Tabla - Periodo medio de cobro de cuentas por cobrar comerciales

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Período medio de cuentas por cobrar** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2020** | **2021** | **2022** |
| Cuentas por cobrar por 365 días | 25.321.875 | 32.425.505 | 32.399.590 | (25.915) | -0,1% |
| Ventas a crédito | 639.415 | 744.069 | 838.110 | 94.041 | 12,6% |
| Período medio de cuentas por cobrar (Días) | 40 | 44 | 39 | (5) | -11,3% |

FIFCO posee una política de crédito que le permite mantener niveles de recuperación favorables. Sin embargo, este indicador ha experimentado una disminución de 5 días en el periodo de recuperación producto de la recuperación comercial y disminución de los efectos de la pandemia.

1. **Periodo medio de pago**

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

Tabla - Periodo medio de pago

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Período medio de pago** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2020** | **2021** | **2022** |
| Cuentas por pagar por 365 días | 19.053.000 | 25.376.260 | 28.748.130 | 3.371.870 | 13,3% |
| Costo de las Ventas | 357.119 | 406.346 | 469.414 | 63.068 | 15,5% |
| Período medio de pago (días) | 53 | 62 | 61 | (1) | -1,9% |

Para el período 2022, este indicador tuvo una disminución de 1 día, alcanzando 61 días promedio para hacer efectivo el pago a los proveedores, tanto nacionales como del exterior. La Compañía se mantiene en constante negociación para obtener plazos de crédito favorables manteniendo una cartera saludable y una gestión activa de pagos.

1. **Días de Inventario**

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

Tabla - Días de Inventario

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Días de Inventario** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2020** | **2021** | **2022** |
| Inventario | 73.898 | 85.736 | 119.334 | 33.598 | 39,2% |
| Costo de ventas entre 365 días | 978 | 1.113 | 1.286 | 173 | 15,5% |
| Días de Inventario | 76 | 77 | 93 | 16 | 20,5% |

Para el 2022, este indicador presenta un incremento de 16 días respecto a 2021, esto se origina debido al proceso de construcción del inventario con un ejercicio fiscal finalizado al 31 de diciembre sin efectos de pandemia ni restricciones comerciales, este inventario corresponde al stock necesario para cubrir la demanda de las actividades de fin y principio de año, así como las tradicionales fiestas que se realizan por la entrada de la estación seca.

1. **Rotación de Inventario**

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

Tabla - Rotación de Inventario

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Rotación de Inventarios** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2020** | **2021** | **2022** |
| Costo de ventas | 357.119 | 406.346 | 469.414 | 63.068 | 15,5% |
| Inventario | 73.898 | 85.736 | 119.334 | 33.598 | 39,2% |
| Rotación de Inventarios | 4,8 | 4,7 | 3,9 | -0,8 | -17,0% |

Para el 2022, el inventario rotó 3,9 veces en el año, presentando una disminución de -0,8 con respecto al periodo anterior.

1. **Rotación de Activo Fijo**

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

Tabla - Rotación de Activo Fijo

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Rotación activo fijo** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2020** | **2021** | **2022** |
| Ventas Netas | 642.628 | 751.585 | 846.576 | 94.991 | 12,6% |
| Activo Fijo | 354.427 | 338.673 | 334.798 | (3.875) | -1,1% |
| Rotación activo fijo | 1,8 | 2,2 | 2,5 | 0,3 | 13,9% |

Este indicador muestra un incremento de 0,3 con relación al año 2021, lo cual se debe al crecimiento de las ventas netas de la Compañía.

1. **Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros**

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

Tabla - Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2020** | **2021** | **2022** |
| Utilidad Neta | 17.420 | 71.701 | 91.365 | 19.664 | 27,4% |
| Gasto Financiero | 29.638 | 27.315 | 25.190 | (2.125) | -7,8% |
| Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros | 1,6 | 3,6 | 4,6 | 1,0 | 27,6% |

Para el año 2022, el índice pasó de 3,6 a 4,6 veces de cobertura con relación al 2021. Originado por una disminución en los gastos financieros al fortalecer el balance general mediante una gestión activa de la cartera de endeudamiento.

1. **Cuentas Incobrables a Ventas Netas**

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

Tabla - Cuentas Incobrables a Ventas Netas

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Cuentas Incobrables a Ventas** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2020** | **2021** | **2022** |
| Estimación para cuentas de cobro dudoso (Gasto del año) | 1.373 | 2.624 | 1.582 | (1.042) | (39,7%) |
| Ventas | 642.628 | 751.585 | 846.576 | 94.991 | 12,6% |
| Cuentas Incobrables a Ventas | 0,2% | 0,3% | 0,2% | (0,2%) | (46,5%) |

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

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

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

Tabla - Activos y Pasivos en Moneda Extranjera

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Rubros** | **En miles de dólares[[3]](#footnote-4)** | |
| **2021** | **2022** |
| **Activos** | | |
| Efectivo y equivalentes de efectivo | 12.413 | 18.699 |
| Inversiones en instrumentos financieros | - | - |
| Documentos y cuentas por cobrar, neto | 19.616 | 21.844 |
| **Total de activos** | **32.029** | **40.543** |
| **Pasivos** | | |
| Préstamos bancarios | 108.000 | 81.540 |
| Pasivos bajo arrendamiento | 19.463 | 26.122 |
| Cuentas por pagar | 60.562 | 70.610 |
| **Total de pasivos** | **188.025** | **178.272** |

## Endeudamiento y capitalización

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

### Endeudamiento

1. **Pasivo Total a Patrimonio Neto (Excluyendo las Utilidades Disponibles)**

El cálculo de esta razón corresponde a tomar el saldo del pasivo total (incluyendo el total de las emisiones autorizadas colocadas) y dividirlo entre el patrimonio neto (excluyendo las utilidades no distribuidas disponibles). El resultado se interpreta como la exposición de los acreedores en el caso de una posible insolvencia de la Compañía, una vez excluidas las utilidades disponibles. Este cálculo no incluye el interés minoritario.

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

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Pasivo Total a Patrimonio Neto** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2020** | **2021** | **2022** |
| Pasivo Total | 543.698 | 521.225 | 515.605 | (5.620) | -1,1% |
| Patrimonio | 355.784 | 404.414 | 410.588 | 6.174 | 1,5% |
| Utilidades No Distribuidas | 165.930 | 202.641 | 231.818 | 29.177 | 14,4% |
| Pasivo Total a Patrimonio Neto | 2,86 | 2,58 | 2,88 | 0,3 | 11,7% |

En el 2022, este indicador tuvo una disminución absoluta de 0,3 con respecto al 2021. El mismo se encuentra dentro de las disposiciones de la Superintendencia General de Valores.

1. **Captación Efectiva a Pasivo Total**

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

Tabla - Captación Efectiva a Pasivo Total

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Captación a Pasivo Total** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2020** | **2021** | **2022** |
| Captación | 108.000 | 108.000 | 108.000 | - | 0,0% |
| Pasivo Total | 543.698 | 521.225 | 515.605 | (5.620) | -1,1% |
| Captación a Pasivo Total | 19,9% | 20,7% | 20,9% | 0,2% | 1,1% |

Esta razón representa las captaciones de la empresa a largo plazo, respecto del pasivo total. Para el 2022, este indicador presenta un aumento muy leve, debido a la pequeña disminución del pasivo total y a que durante el periodo no se realizaron emisiones de bonos estandarizados.

### Capitalización

1. **Dividendos**

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

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

| **Período**  **(al 30 de setiembre de cada año)** | **Utilidad Neta (1)** | **Dividendos** | **% de la Utilidad Neta** |
| --- | --- | --- | --- |
| 2013 | ¢ 33.594 | ¢ 19.391 | 57,7% |
| 2014 | ¢ 36.507 | ¢ 19.887 | 54,5% |
| 2015 | ¢ 45.856 | ¢ 21.531 | 47,0% |
| 2016 | ¢ 55.932 | ¢ 23.907 | 42,7% |
| 2017 | ¢ 54.784 | ¢ 26.889 | 49,1% |
| 2018 | ¢ 46.170 | ¢ 29.164 | 63,2% |
| 2019(2) | (¢ 1.243) | ¢ 37.298 | -3.000,6% |
| 2020(2) | ¢ 10.655 | ¢ 13.962 | 131,0% |
| 2021(2) | ¢ 56.973 | ¢ 23.272 | 40,8% |
| 2022(2) | ¢ 75.778 | ¢ 35.498 | 46,8% |

(1) Utilidad atribuible a la controladora.

(2) Al 31 de diciembre del año respectivo

La Asamblea General de Accionistas de FIFCO tiene la posibilidad de decretar los dividendos que se pagarán en el período. Asimismo, delega la decisión a discreción de la Junta Directiva para que, de acuerdo con el flujo de efectivo de la Compañía, proceda al pago correspondiente de forma trimestral, pudiendo aumentar o disminuir el dividendo por acción. La declaratoria de los dividendos está sujeta a la existencia de utilidades realizadas y líquidas, resultantes del balance aprobado por la Asamblea de Accionistas, como lo dispone el artículo 27 del Código de Comercio de Costa Rica.

1. **Composición del Capital Social**

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

Al 31 de diciembre de 2022, el Capital Social Autorizado de la Compañía era de ¢89.449.402.500,00 (ochenta y nueve mil cuatrocientos cuarenta y nueve millones cuatrocientos dos mil quinientos colones), representado por 894.494.025 (ochocientos noventa y cuatro millones cuatrocientos noventa y cuatro mil veinticinco) acciones comunes con un valor nominal de ¢100,00 (cien colones) cada una.

Tabla - Historia del Capital Social por los últimos 3 años

(En miles de colones)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Fecha** | **Capital Anterior** | **Aumentos** | **Disminución (1)** | **Nuevo Capital** |
| 13/12/2018 | 93.081.221 | - | 1.064.547 | 92.016.674 |
| 18/3/2021 | 92.016.674 | - | 2.212.009 | 89.804.665 |
| 14/3/2022 | 89.804.665 | - | 355.262 | 89.449.403 |
| 15/3/2023 (2) | 89.449.403 | - | 1.742.964 | 87.706.439 |

1. Corresponde a las acciones mantenidas en Tesorería al cierre del período fiscal anterior.
2. Disminución aprobada en Asamblea, pero pendiente de inscripción en el Registro.
3. **Porcentaje de participación de capital extranjero**

Al 31 de diciembre de 2022, el porcentaje de participación de capital extranjero[[4]](#footnote-5) era de 17,23%.

## Contingencias (al 31 de diciembre de 2022)

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

1. **Contingencias Tributarias en Costa Rica**

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

En agosto del 2022, en Costa Rica, se recibió la resolución administrativa por parte del IFAM sobre impuestos asociados a BA) para los períodos fiscales comprendidos entre 2016 y 2019. El monto de este ajuste asciende a ¢2.202 millones, monto sujeto a intereses. Este caso se encuentra en discusión en el Tribunal Fiscal Administrativo.

En junio del 2022, en Costa Rica se recibieron los fallos administrativos por parte del Tribunal Fiscal Administrativo en contra de una de las compañías del grupo, en los cuales se confirmaron los ajustes al impuesto de utilidades, retenciones sobre remesas, y al impuesto general sobre las ventas, para los períodos fiscales 2016 y 2017, por un monto aproximado de ¢2.281 millones, monto sujeto a intereses y multas. Este caso está siendo discutido en el Tribunal Contencioso Administrativo y las acciones de cobro se encuentran suspendidas por una medida cautelar provisionalísima interpuesta por la empresa.

1. **Otras contingencias**

En contra de la Compañía y sus subsidiarias existen juicios ordinarios laborales cuyas cuantías ascienden a la suma aproximada de ¢1.000 millones, y otros juicios cuya cuantía no se incluye en este monto ya que no fueron estimados en la demanda y que, por lo tanto, son de difícil determinación. Actualmente, todos estos procesos están tramitándose a nivel judicial, y en su mayoría se están impugnando las cuantías reclamadas.

Existe una demanda por competencia desleal que se encuentra pendiente de resolución por parte del juzgado respectivo. En apego a la NIC 37 Provisiones, Pasivos Contingentes y Activos Contingentes, no se detalla toda la información del caso, pues revelar información específica puede perjudicar el desarrollo del proceso vigente.

## Compromisos (al 31 de diciembre de 2022)

Florida Ice and Farm Company, S.A. es garante y avalista solidario por la suma US$35.700 en miles por una operación de crédito que mantiene una subsidiaria con una institución financiera. Además, es codeudora por la suma ¢18.858 millones en una operación concedida a una subsidiaria por una institución financiera.

La Compañía tiene fianzas mercantiles a favor de terceros por la suma de US$24.110 en miles, de los cuales US$6.950 en miles tienen como fecha de finiquito enero 2023, además US$3.796 en miles y ¢73 millones para garantizar el cumplimiento de obligaciones contractuales.

Distribuidora La Florida, S.A. y subsidiarias son garantes solidarios de operaciones por la suma de US$198.250 en miles y ¢50.247 millones por operaciones de crédito que mantienen con instituciones financieras.

Distribuidora La Florida, S.A. mantiene garantías reales por un monto total de US$973 en miles y ¢452 millones por garantías de proyectos.



# 

# Capítulo 3.

# Información sobre la empresa emisora

## Historia y desarrollo de la empresa

|  |  |
| --- | --- |
| **Razón Social:** | Florida Ice and Farm Company, Sociedad Anónima |
| **Teléfono:** | (506) 2437-6700 |
| **WhatsApp** | (506) 7011-7070 |
| **Fax:** | (506) 2437-7000 |
| **Sitio Web:** | www.fifco.com |
| **E-Mail:** | webmaster@fifco.com |
| **Apartado Postal:** | 2046-3000 Heredia |
| **Dirección:** | Heredia, Llorente de Flores, 250 metros sur de la entrada noreste de la planta de cerveza |

### Constitución

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

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

### Breve reseña histórica

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

En octubre 2022 se fusionaron las empresas Premezclas Industriales para Panadería S.A y COMAPAN S.A. prevaleciendo esta última como parte de una estrategia para optimizar el portafolio en esta división de panadería y tiendas de conveniencia.

En 2022 también se anunció que la empresa social Nutrivida, fundada en 2014, continuará su operación bajo una nueva administración. FIFCO concentrará sus esfuerzos y recursos en la atención de sus retos apremiantes como las agendas de diversidad, equidad e inclusión, la disminución de la pobreza multidimensional a lo interno de la compañía, la agenda de envases y empaques, cambio climático y promoción de consumo inteligente de alcohol.

Durante el 2022 FIFCO presentó sus nuevas metas en sostenibilidad basada en los ejes Ambiental, Social y de Gobernanza. Nueve metas son las que guiarán el trabajo y objetivos estratégicos de FIFCO en su camino sostenible. Estas metas y el trabajo diario impactan todos los días en 10 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

### Actividad

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

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

En la actualidad, la Compañía cuenta con más de 1500 productos, entre ellos: cerveza, vinos, licores, bebidas alcohólicas saborizadas, así como, agua embotellada, jugos, refrescos, néctares, tés, bebidas carbonatadas, bebidas energéticas, frijoles, conservas, salsa de tomate y productos de panadería. Su sede se encuentra en Costa Rica y cuenta con operaciones en Guatemala, El Salvador, Honduras, México y Estados Unidos. Se cuenta con 5 plantas de producción y 13 centros de distribución. La cadena de valor está compuesta por 5,255 proveedores locales e internacionales. Se exportan los productos a 18 países alrededor del mundo (incluido Costa Rica). A continuación, se presenta la distribución de las ventas por zona geográfica:

Tabla - Ventas por zona geográfica

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Zona Geográfica** | **2021** | **2022** |
| Costa Rica | 55,4% | 59,3% |
| Estados Unidos | 34,0% | 28,6% |
| Guatemala | 6,1% | 6,8% |
| Panamá | 1,9% | 1,8% |
| Otros | 2,6% | 3,4% |

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

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

### Principales competidores

El mercado de bebidas en que opera FIFCO es muy competitivo. Actualmente, los competidores directos de los productos de FIFCO en Costa Rica son la Cooperativa de Productores de Leche Dos Pinos (que envasa y comercializa jugos y bebidas), la compañía FEMSA (embotellador de gaseosas y otras bebidas), Dipo S.A., Grupo Ajecen (embotellador de gaseosas y distribuidor de cerveza), la Fábrica Nacional de Licores (productor de bebidas destiladas), Distribuidora La Pampa y Distribuidora La Nacional, Centenario, La Isleña (distribuidoras de licores, destilados y vinos), panaderías y reposterías como Panaderías Samuelito, Panaderías La Selecta, Panaderías Leandro y tiendas de conveniencia. En el segmento de cerveza, la principal competencia se ve reflejada en los importadores de cerveza (principalmente marcas de la cervecera AB InBev) y el mercado de las cervezas artesanales.

En el campo turístico e inmobiliario, la competencia es muy amplia, pero el sector en que se enfoca la Compañía es muy exclusivo. Los competidores principales son Dreams Las Mareas, Hotel Planet Hollywood y Secrets Papagayo, para el caso del Hotel Westin Golf Resort & Spa, Playa Conchal y Four Seasons Papagayo, Hotel Andaz Papagayo y JW Marriott, Guanacaste, para el caso del Hotel W Costa Rica. En cuanto al segmento inmobiliario, los principales competidores son Hacienda Pinilla y Las Catalinas. Es importante indicar que el segmento hotelero tiene su principal estacionalidad en el verano en Costa Rica y el verano en Estados Unidos.

## Visión general del negocio

### Subsidiarias de FIFCO

A continuación, se detallan las subsidiaras que tiene FIFCO al 31 de diciembre de 2022:

|  |  |
| --- | --- |
| **Distribuidora La Florida, S.A.** | La participación de la Compañía en esta empresa es del 75%. Su actividad principal es producir y distribuir bebidas envasadas y alimentos en Costa Rica, Estados Unidos y Guatemala. |
| **Florida Inmobiliaria, S.A.** | La participación en esta empresa es del 100% y se dedica a brindar servicios de hotelería y afines, así como el desarrollo turístico e inmobiliario. |
| **Florida Capitales, S.A.** | La participación en esta empresa es del 100% y se dedica a la administración de inversiones en acciones de compañías asociadas. |

FIFCO mide las operaciones de sus segmentos de negocio, de acuerdo con políticas corporativas y contables. Dicha información se muestra en el siguiente cuadro de segmentos (en millones de colones), al 31 de diciembre de 2022:

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

| **Balance por Segmentos** | **Bebidas** | **Alimentos** | **Inmobiliario** | **Otros** | **Total Consolidado** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ventas netas | 682.542 | 100.907 | 59.445 | 3.682 | 846.576 |
| Costo de ventas | 378.366 | 69.635 | 19.270 | 2.143 | 469.414 |
| Gasto por depreciación | 29.715 | 3.214 | 4.546 | 346 | 37.821 |
| Amortización de activos intangibles | 8.843 | 53 | 30 | - | 8.926 |
| **Utilidad Operativa** | **108.874** | **4.650** | **12.141** | **(1.584)** | **124.081** |

### Estructura organizativa

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

Tabla 32 - Detalle de Subsidiarias

Texto

Descripción generada automáticamente con confianza baja

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

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

Las compañías: Empresas Comegua, S.A.; NBH, S.A.; Cervecería Panamá, S.A. y Desarrollos Inmobiliarios Aromo RTL, S.A., son empresas “asociadas” de FIFCO. La participación accionaria es inferior al 50% en cada una de ellas, a excepción de NBH, S.A. donde se cuenta con una participación del 75%. Además, por la dimensión de la inversión y tener influencia significativa, las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF’s) permiten la consolidación de las empresas asociadas por el método de “Participación Patrimonial”, procedimiento que se aplica para todas ellas en los estados financieros.

### Propiedades, planta y equipo

1. **Plantas**

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

**Planta de Producción #1:** Se encuentra ubicada en el cantón de Belén, en la provincia de Heredia, Costa Rica y cuenta con una dimensión 201.974 m2. Destinada a la elaboración de productos con contenido alcohólico, como cervezas y BAS. La capacidad instalada en cajas equivalentes se muestra a continuación:

Tabla - Capacidad instalada de Planta de Producción #1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Línea** | **Capacidad instalada (HL/año)** | **% de Utilización 2022** |
| Línea 1 Vidrio | 296.290 | 100,00% | |
| Línea 2 Vidrio | 489.126 | 70,20% | |
| Línea 3 Vidrio | 672.410 | 91,60% | |
| Línea 4 Lata | 660.615 | 55,90% | |
| Línea 5 Lata | 962.050 | 78,70% | |
| Línea 6 Barriles | 33.561 | 43,70% | |

**Planta de producción #2:** En esta planta, que está ubicada en San Joaquín de Flores, en la provincia de Heredia, Costa Rica, se elaboran productos sin contenido alcohólico: Cristal, Tropical y Tampico. La misma tiene una dimensión de 161,957 m2. La capacidad instalada de dicha planta es la siguiente:

Tabla - Capacidad Instalada de Planta de Producción #2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Línea** | **Capacidad instalada (HL / Año)** | **% de Utilización 2022** |
| Agua Cristal PET + Tampico PET + Tropical | 294.703 | 71,21% |
| Agua Cristal, Tropical Té (6 litros) | 111.196 | 16,33% |
| Tropical PET Personal | 280.607 | 72,96% |
| Gatorade + Tropical | 714.755 | 75,24% |
| Carbonatadas Personal + Familiares | 938.041 | 84,51% |
| Post Mix | 71.601 | 18,20% |

**Planta de producción #3:** Localizada cerca de la ciudad de Guatemala, tiene una dimensión de 50.000 m2 y se encarga de la elaboración de: néctares, jugos, conservas y frijoles. La capacidad instalada y el porcentaje de utilización de dicha planta es:

Tabla - Capacidad Instalada de Planta de Producción #3

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tipo de Producto** | **Línea** | **Capacidad instalada** | **% de Utilización 2022** |
| Bebidas | Línea 21 | 8.910,00 l/h | 40,69% |
| Línea 22 | 4.239,00 l/h | 36,93% |
| Línea 53 | 1.875,00 l/h | 25,00% |
| Línea 55 | 7.000,00 l/h | 13,42% |
| Línea 56 | 4.800,00 l/h | 41,06% |
| Alimentos | Línea 11 | 80,00 kg/h | 60,47% |
| Línea 35 | 78,00 kg/h | 38,61% |
| Línea 38 | 78,00 kg/h | 41,79% |
| Línea 31 | 476,33 kg/h | 50,69% |
| Línea 34 | 959,46 kg/h | 46,39% |
| Línea 36 | 3.892,26 kg/h | 66,01% |
| Línea 37 | 2.158,78 kg/h | 66,60% |
| Línea 42 | 7.655,23 kg/h | 6,64% |
| Línea 43 | 12.432,10 kg/h | 19,88% |
| Línea 44 | 4.678,20 kg/h | 36,47% |
| Línea 46 | 4.354,98 kg/h | 15,50% |

**Planta de producción #4:** es la encargada de la elaboración de productos de panadería, ubicada en La Uruca, San José, Costa Rica. La capacidad instalada de dicha planta es:

Tabla - Capacidad Instalada de Planta de Producción #4

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Línea** | **Capacidad instalada (kg/h)** | **% de Utilización 2022** |
| Línea 1 – Mecatherm | 576,88 | 122,12% |
| Línea 2 – Mecatherm | 583.72 | 274,35% |
| Línea 3 – Mecatherm | 1.009,09 | 376,52% |
| Línea 4 – Uline | 121,21 | 49,08% |
| Línea 5 – Polyline | 309,82 | 25,66% |
| Línea 6 – Agriflex | 1.537,55 | 19,69% |
| Línea 7 – Cakeline | 253,18 | 20,95% |
| Línea 8 – Batidos | 303,14 | 18,27% |
| Línea 9 – Galletas | 126,64 | 25,25% |
| Línea 11 – Bollería | 498,50 | 13,79% |

**Plantas de producción #5:** North American Breweries Holding LLC y sus subsidiarias (FIFCO USA) tiene su sede en Rochester, Nueva York y cuenta con una fábrica de cerveza ubicada en el estado de Nueva York. La capacidad instalada de esta planta es la siguiente:

Tabla - Capacidad Instalada de Planta de Producción #5.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Línea** | **Capacidad instalada (Barril / Año)** | **% de Utilización 2022** |
| **Planta Rochester- Nueva York** |  |  |
| Línea 1 Latas 24 oz | 629.936 | 68% |
| Línea 2 Botellas | 369.870 | 25% |
| Línea 3 Latas 16 oz | 924.677 | 58% |
| Línea Vidrio | 1.155.847 | 57% |
| Línea "Draft" | 91.448 | 51% |
| Línea "Packs" | 312.953 | 95% |

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.

1. **Sucursales**

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

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

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

1. **Distribución**

El Centro de Distribución del Área Metropolitana en Costa Rica es un edificio con un área de bodega de 35.950m2 y 20.000m2 de alquiler con capacidad para almacenar y distribuir la totalidad de los productos de las fábricas de cerveza, bebidas no alcohólicas y alimentos. Además, dicho centro se encuentra en un sitio de aproximadamente 14 hectáreas, de forma que se cuenta con suficiente espacio de parqueo y área de maniobras de los camiones. El Centro de Distribución ubicado en el Este del Gran Área Metropolitana de Costa Rica cuenta con un área aproximada de 5,500 m2 y fue tercerizado.

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

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

1. **Inmobiliaria**

Actualmente Florida Inmobiliaria, S.A. es propietaria del 100% del proyecto turístico Reserva Conchal. Este se encuentra ubicado en la provincia de Guanacaste e incluye el Hotel Westin Playa Conchal Golf Resort & Spa, el Hotel W Costa Rica y un área cercana a las 900 hectáreas dedicadas al desarrollo inmobiliario.

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

### Empleo y riqueza para los países en los que opera

En la actualidad, FIFCO se ha convertido en una compañía generadora de empleo directo e indirecto. Al 31 de diciembre de 2022 se contaba con 5.181 colaboradores.

Además de pagar impuestos, dividendos y salarios, la Compañía invierte grandes sumas en las compras de bienes y servicios. Por otra parte, hay una gran diversidad de fábricas y empresas que han ido creciendo junto a ella, al suministrarle sus productos o solicitar sus servicios principalmente en Costa Rica donde tiene su mayor operación. De esta forma la Compañía contribuye de múltiples formas al bienestar de las geografías en donde se opera.

En cuanto a los trabajadores se procura que además de una adecuada compensación tengan condiciones seguras de trabajo, gocen de buenos servicios de alimentación y salud, y tengan facilidades recreativas que les sirvan a ellos y a sus familias. Los empleados de FIFCO en Costa Rica están organizados en asociaciones solidaristas que cuentan con el apoyo total de la Compañía y que rinden grandes beneficios a los trabajadores.



# Capítulo 4.

# Resultados de operación y financieros e información prospectiva

## Resultados de Operación - Dimensión Económica

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 opera la compañía. Hoy, en retrospectiva, se puede decir que FIFCO ha logrado sobrellevar con éxito 3 años retadores, enfocándose en tres prioridades estratégicas:

1. **Mejora del portafolio de Bebidas y Alimentos** Se logró un incremento del negocio de cerveza impulsado por aumentos de precio y mezcla favorable. En el portafolio de tés también se incrementaron los volúmenes y se logró incrementar precios. Cabe recordar que toda la estructura de costos se incrementó por lo que este ajuste en CR fue favorable para mantener la rentabilidad de la operación. El negocio de panificación presentó una oferta de valor renovada, competitiva y moderna que fue recibida positivamente por los consumidores.
2. **Foco en la digitalización del negocio:** El aprovechamiento de la tecnología y data como fuentes fundamentales ha permitido fortalecer las plataformas de comercio electrónico, acompañamiento consultivo a nuestros clientes y socios comerciales y mejorar en 9 puntos porcentuales el Net Promoter Score (NPS) respecto al año anterior.
3. **Recuperación récord del negocio de hospitalidad** La reactivación mundial del turismo, el creciente interés en Costa Rica, específicamente Guanacaste, como destino de inversión inmobiliaria favorecieron una mayor ocupación, así como incremento en el interés por las inversiones inmobiliarias. La contribución récord de esta unidad de negocio demuestra una cuidadosa planificación y manejo del negocio con una visión de largo plazo
4. **Potenciar la expansión regional** El negocio en Centroamérica logró 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 llevó a tomar decisiones relevantes para reencausar el negocio, esto con un mejor entendimiento de la realidad y las necesidades de ese mercado. Específicamente, se salió del segmento de cerveza artesanal en el oeste de Estados Unidos, se está remozando el portafolio de bebidas alcohólicas saborizadas con nuevas propuestas de valor, y se potenció la alianza con PepsiCo en el mercado estadounidense para el lanzamiento de la categoría de tés con alcohol en el 2023.
5. **Crecimiento importante de las empresas asociadas:** En cuanto a las empresas asociadas, Cervecería Panamá cerró el 2022 con crecimiento importante en ventas y participación de mercado, con una mayor inversión en mercadeo y puntos de venta. INCECA en Nicaragua mantiene su senda de crecimiento en todas las categorías, en el caso de Comegua logra mayores ventas en mercados domésticos y de exportación con una mejora en la eficiencia y en precios con relación a costos.
6. **Dimensión Social con dos grandes prioridades:** Durante 2022, se trabajó en la reconexión interna de los colaboradores con el propósito corporativo y el reforzamiento del liderazgo. Además, una “presencialidad con sentido” define el nuevo formato de trabajo híbrido que se ha implementado para ciertos roles que funcionan bien bajo esa nueva forma de trabajar.
7. **Estrategia “FIFCO Trasciende”:** Se 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, la empresa se ha comprometido especialmente en desarrollar una estrategia ante el cambio climático con un enfoque sistémico, que permita mitigar, adaptar y gestionar los riesgos que impone el calentamiento global. Esta estrategia, a su vez, permitirá alcanzar un estado de resiliencia climática, que es clave para la sostenibilidad del negocio al largo plazo.
8. **Mejoras continuas en nuestros compromisos con las comunidades**: La compañía sigue 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 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. Continuará 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.
9. **Altos estándares de Gobierno Corporativo:** 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.
10. **Actualización de los principios corporativos por nuevos principios guía**: FIFCO definió como prioridad para el 2022 el programa “Evolución de nuestra cultura ganadora y modelo de triple utilidad- ESG”, atendiendo la agenda interna- cultural de la compañía se hace una actualización de los principales componentes de aquello define a FIFCO como compañía. Específicamente, uno de los principales cambios es la actualización de los valores, entendidos ahora como principios guía, principios que describen la aspiración como empresa y orientan el comportamiento y compromiso de los colaboradores y los demás públicos o grupos con los que se relaciona FIFCO: Confianza, Emprendimiento, Celebración, Pasión por las marcas y Solidaridad.

### FIFCO en el contexto de postpandemia

El año 2022 marcó el regreso a las operaciones prepandemia con un estricto control y cumplimiento de los protocolos, para fortalecer la salud y el bienestar de los colaboradores.

### Florida Bebidas y Alimentos

En 2022 continuó la labor de fortalecer el portafolio de bebidas y alimentos. Las marcas implementaron relanzamientos de imagen, la introducción de nuevas presentaciones y propuestas de valor renovadas para cumplir las expectativas de los clientes.

A pesar de los aumentos en los costos operativos del 2022, impulsados por el contexto internacional, así como condiciones locales de la economía, las marcas lograron mantener el buen dinamismo comercial, sin descuidar las exigencias de los consumidores y logrando responder a sus necesidades de compra. Mezclas más favorables, mayor volumen de comercialización y ajustes de precios lograron compensar el incremento de costos. El comercio electrónico de la compañía continúa al alza, registrando un mayor volumen de transacción.

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

Durante el año 2022 se logró conectar con los consumidores gracias a propuestas de valor renovadas, la creación de experiencias, el fortalecimiento de marcas con propósito y el impulso a nuevos canales y mayor digitalización.

Tabla - Principales hitos de categoría cerveza y BAS

|  |  |
| --- | --- |
| **Imperial:** | El 2022 fue un año vibrante para la marca Imperial. Como punta de lanza se dio el relanzamiento de la imagen. La icónica águila dio un giro hacia la derecha, Mirando Hacia Adelante. Este relanzamiento se acompañó de toda una campaña que hizo un recorrido por la maravillosa historia de Imperial. Otro hito importante para Imperial fue convertirse en la primera marca comercial de Costa Rica en lanzar una colección de NFT’s. Con la intención de convertir una conversación de nicho en algo que fuera popular y atractivo para todas las personas que no supieran qué es un NFT, se utilizó el águila como eje central y por medio de la gamificación se dio a los consumidores una buena excusa para convertirse en artistas y quedar participando por uno de los NFTs de Imperial. La llegada del verano y la reapertura post pandemia, sirvió de base para impulsar la campaña “Despegá a tu manera”. Además de la campaña, se estuvo presente en los momentos más importantes de celebración y disfrute característicos del verano (Coldplay, Picnic, Semana Santa, conciertos y más). |
| **Heineken:** | Febrero sorprendió a los seguidores de la marca Heineken con la llegada de B.O.T. (Beer Outdoor Transporter). Con el fin de construir Brand Power a través de la diferenciación de marca mediante construcción de la afinidad emocional como love brand. La comunicación se realizó a través de redes sociales, influenciadores y publirreportajes que lograron posicionar al BOT como el cooler más codiciado del Costa Rica. La campaña fue la más exitosa de la marca durante el año superando todas las expectativas y rebasando todas las metas planteadas a nivel digital con más de 31.000 registros de consumidores (+141% vrs meta) y un alcance de 10.108.492 en paid media y 6% de interacción (+2pp meta mensual). |
| **Pilsen:** | Pilsen inició el 2022 demostrando que el mejor sabor de la parrilla, es el momento entre compas. Su campaña de verano “Parrilleros Pilsen” mostró una excelente aceptación entre sus públicos de interés. En el segundo semestre, se gestionó otra campaña apalancada de las credenciales cerveceras que hacen de Pilsen una gran cerveza desde 1888. Espuma duradera, color dorado intenso y sabor único, los ejes de esta campaña.  Por noveno año consecutivo, la marca promovió su campaña de lucha contra el cáncer “Es Por Mis Compas”. A inicios de noviembre se inauguraron dos obras realizadas con las donaciones de la campaña del 2021: La Sala del Buen Trato, para abordaje psicológico de pacientes y familiares, y el área para aplicación de quimioterapia en pacientes oncológicos. |
| **Bavaria:** | Este 2022, Bavaria celebró 90 años de trayectoria en el mercado costarricense, siendo la marca líder del segmento premium y reconocida por su alta calidad. Se desarrolló una campaña que consolidó el posicionamiento de la marca como la cerveza premium local experta, ideal para celebrar y recompensarse. Se llevaron a cabo importantes campañas como: **Ruta de Celebración Bavaria**, la cual invitó a gran cantidad de consumidores a celebrar junto con la marca los logros hechos con alma en los mejores puntos de venta del país. **Sabores con Alma** la cerveza perfecta para acompañar y enaltecer cualquier tipo de platillo. Como complemento de la campaña, se realizó el Festival Sabores Bavaria, el picnic más grande que se ha realizado en Costa Rica. (+ de 2.000 personas). **Bavaria Celebración Maestra** Para conmemorar las épocas festivas de cierre de año, Bavaria sorprendió con una innovación de edición limitada. Una cerveza lager con tonos rojizos, aromas frutales y 100% malta con la misma calidad consistente que caracteriza a Bavaria. Para su lanzamiento se realizó una venta exclusiva por medio de Bavaria.cr, el cual en solo tres días vendió 200% del objetivo. Posteriormente se distribuyó en los principales puntos de venta del país con una respuesta muy positiva. |
| **Sol y Coors** | **Sol** llevó de manera contundente energía positiva y auténtica a los consumidores, siendo parte relevante de sus celebraciones, momentos importantes con amigos y familiares volviéndose parte importante de su disfrute. Durante el 2022 Sol participó con sampling y activaciones alineadas al atardecer en las principales playas del país, con el fin de dar a conocer la marca y degustar su buen perfil de líquido.  **Coors Light** lanzó la campaña “Hecha Para Refrescar”, que permitió la construcción de sus credenciales de frío y refrescó a los consumidores costarricenses, que disfrutaron de una pausa en sus días. La marca también se apoderó de fechas relevantes para sus consumidores como el Super Bowl, para promover activaciones. |
| **BAS** | | Durante el 2022, la innovación en la región centroamericana fue uno de los pilares más importantes. Destacan **Bamboo Cocktails,** en donde se estrenaron los sabores de Piña Colada y Margarita. **Adán & Eva** no se queda atrás, pues lanzó al mercado sus sabores de Durazno Rosé con Vodka y Maracuyá & Piña con Ron. También, la marca **Seagram´s Escapes Hard Seltze**r, logró una alianza exclusiva con la cadena Oxxo para poner a disposición del público el nuevo sabor Durazno Paraíso. |

1. **Vinos y destilados**

A pesar de que 2022 fue un año bastante retador en términos logísticos y de mercado, continuó la senda de crecimiento, siendo el mejor año en crecimiento de vinos y algunas subcategorías de destilados como Ron, Tequila y Ginebra; además de seguir siendo líderes en participación de mercado en Vinos y Destilados en todas las categorías en las que se participa. Estos resultados se deben a la continuación de una estrategia clara y definida para las categorías, en donde el reclutar nuevos consumidores y seguir fortaleciendo el posicionamiento por medio de una buena ejecución comercial, permite seguir en la senda de crecimiento.

Con la categoría de vinos la empresa sigue consolidando su liderazgo y marcando tendencia. Se sigue reclutando nuevos consumidores, hablándoles con marcas jóvenes y de manera diferente, para que vean a la categoría como algo fácil y des complicada. También, continua el posicionamiento del portafolio y de las marcas, con un contundente crecimiento en el segmento premium y super premium, con activaciones y eventos orientados a consumidores más especializados, que quieren conocer más de esta apasionante categoría.

Después de 2 años de pandemia regresó la feria más importante de Costa Rica y Centroamérica en el sector, **El Camino del Vino**. Esta feria tiene como objetivo dar a conocer la cultura del vino, al mismo tiempo que “se democratiza” la categoría y la hacemos más interesante y accesible a todo tipo de consumidor. La ocasión sirvió para presentar el portafolio y los principales clientes. La feria reunió más de 3.000 personas entre clientes y consumidores, duplicando las visitas de la edición anterior, teniendo récord de ventas y posibilidad de hacer negocios para el próximo período.

1. **Refrescos**

El foco del portafolio de refrescos estuvo en anticipar y responder a las tendencias de consumidores cada vez más conscientes de la importancia de llevar un estilo de vida saludable y mantener una dieta balanceada. Este portafolio presento una mejora en la mezcla hacia presentaciones personales con volumen ligeramente mayor. Se continuó con el crecimiento de ventas por las plataformas de compra virtual de los socios comerciales, así como procesos de innovación por medio de estrategias disruptivas aumentando la penetración de nuestras marcas y reclutando nuevos consumidores, invitando a vivir y disfrutar de un mundo más natural.

Tabla - Principales hitos de categoría refrescos

|  |  |
| --- | --- |
| **Tropical** | Durante el 2022 Tropical fortificó el portafolio de sus reconocidos Tés, enriqueciendo la fórmula con vitamina C, Zinc y Selenio. Se obtuvo también la certificación de la Asociación Costarricense de Dietistas y Nutricionistas brindando un mayor respaldo al producto cumpliendo el propósito de FIFCO de “Compartir con el mundo una mejor forma de vivir”.  Además, respondiendo a gustos y preferencias de los consumidores, Tropical relanzó su presentación de Cas, en empaque de un litro Tetrapak. Este relanzamiento generó compras a productores locales de alrededor de 80.000 kilos de puré de cas. Incluso, la marca formó parte de uno de los principales eventos de fin de año en Costa Rica, ofreciendo un homenaje a los agricultores, productores y recolectores de cas a lo largo del país con su carroza La Mágica Tierra del Cas, en el Festival de la Luz. |
| **Energéticos** | **Jet** La marca líder en la categoría de energéticos, continúa inspirando a todos los consumidores a seguir volando cada vez más alto. Con su campaña “Ponele Actitud, Seguí Volando” y con un abordaje más emocional, continuó su posicionamiento en 2022. |
| **Carbonatadas** | **Pepsi** potenció las ocasiones de consumo de la bebida a través de una estrategia digital disruptiva y retadora, con dinámicas en redes sociales y promociones en punto de venta. Por su parte, la presentación Pepsi Black continúa año tras año con crecimientos a doble dígito en el país, y CR se posiciona como el país con mayor consumo de productos light en Centroamérica. Un hito importante para la marca en Costa Rica fue un convenio firmado con la Federación Costarricense de Fútbol, mismo que abarca a todas las selecciones de fútbol del país. |
| **Gatorade** | Gatorade como marca líder en la ciencia deportiva, mantuvo un fuerte posicionamiento en su categoría durante el 2022 |
| **Néctares** | Kern’s implementó la reformulación de sus productos en las categorías de néctares y néctares infantiles alcanzando una reducción hasta del 45% en azúcar agregada en comparación con la fórmula original. |

### FIFCO USA

Durante el 2022 los cambios en el patrón de consumo generaron un reto para la operación de Estados Unidos, FIFCO USA (FUSA), que obligó a buscar nuevas estrategias en el negocio. Se logró un hito importante al gestarse una alianza estratégica en octubre 2022 para el desarrollo y comercialización de la marca Lipton Hard Tea en los Estados Unidos.

Tabla 40 - Principales hitos de bebidas FIFCO USA

|  |  |
| --- | --- |
| **Seagram’s Escapes** | inició 2022 con la continuación de su exitosa campaña “Sip Happiness”. Con el objetivo de generar demanda para la marca, el plan se centró en una estrategia de sabores multidimensional para mostrar la versatilidad, ampliar el conocimiento a nuevas audiencias y fomentar la prueba, especialmente durante ocasiones clave. Una campaña de marketing integrado se centró en la colaboración con medios de comunicación multiculturales, la publicidad nacional con la célebre embajadora de la marca Cynthia Bailey y la participación en las redes sociales de personas influyentes.  Tras el éxito del lanzamiento en 2022 de Seagram's Escapes Cocktails y para dar comienzo a 2023, la marca presentó el nuevo envase variado Seagram's Escapes Cocktails Margarita, con 100 calorías y 3 gramos de azúcar. |
| **Labatt** | En 2022, Labatt trabajó con equipos deportivos profesionales, jugadores profesionales, personas influyentes y socios de contenido. Se logró el exitoso lanzamiento de Big Deal Brewing elaborada por Labatt, una colaboración con el magnate de los medios sociales Barstool Sports y su podcast de hockey, “Spittin' Chiclets.” Big Deal Brewing, elaborada por Labatt, se expandirá a otros 17 estados en 2023. |
| **Genesee** | Esta marca aumentó su cuota de participación en 2022 gracias a los buenos resultados de Genesee Specialty que sigue siendo una de las cervezas de temporada de mayor rotación en su mercado principal, con Genesee Specialty Ruby Red Kolsch como la cerveza de verano de mayor sabor en el estado de Nueva York por cuarto año consecutivo |

En 2022, FIFCO USA firmó un acuerdo de licencia con Pepsi-Lipton Partnership para desarrollar y lanzar Lipton Hard Ice Tea, se espera que el producto llegue a los principales puntos de venta en 2023. FIFCO USA será responsable del desarrollo, fabricación y mercadeo de los productos Lipton Hard Iced Tea, que se venderán, distribuirán y comercializarán a través de la red Blue Cloud Distribution.

### Alimentos

En 2022 este segmento enfrentó un aumento importante de costos de materias primas, que fue compensado parcialmente por mayor volumen y precios. El crecimiento del volumen fue de 1%.

Tabla 41 - Principales hitos de la categoría de alimentos

|  |  |
| --- | --- |
| **Ducal** | Ducal presentó su más reciente innovación, ¡Chips a base de Frijol! Manteniendo su esencia, calidad y sabor casero para descubrir todas las posibilidades del frijol. Los productos ya están disponibles en Costa Rica y Guatemala. La marca logró además alcanzar su liderazgo regional. Todos los años, la compañía Kantar corre un estudio de posicionamiento llamado Top of Mind. Ducal se posicionó como la marca #1 en la categoría de frijoles y dentro del Top 10 de recordación de marcas centroamericanas de todas las categorías participantes. |
| **Kern’s** | La marca innovó su portafolio de alimentos al presentar la nueva ketchup Kern’s Cero, ofreciendo beneficios como: elaboración con puro tomate, cero azúcares añadidas, bajo en calorías, bajo en sodio, sin colorantes ni sabores artificiales. Una propuesta alineada a las nuevas demandas del consumidor informado. Esta nueva presentación ya está liderando el segmento de bienestar en la categoría de Ketchup en Guatemala, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica. |

### Florida Retail

FIFCO Retail se enfocó en redefinir las formas de operar el negocio con los Socios Franquiciados e implementó proyectos estratégicos que permiten seguir construyendo un negocio saludable y sostenible, ajustando la agenda de innovación con cada vez mayor enfoque en la salud y conveniencia.

El norte estratégico del formato de conveniencia fue posicionar mejor la marca MUSI, pulir la operación y sentar las bases del crecimiento esperado para 2023-2025. El relanzamiento obtuvo resultados muy satisfactorios.

Tabla - Principales hitos de Florida Retail

|  |  |
| --- | --- |
| **Musmanni** | Durante 2022 el negocio de panadería tuvo como objetivo repotenciar su imagen, conectando y dinamizando la operación y aprovechando la coyuntura para solidificar el liderazgo en el canal. El año de transición post pandemia presentó con grandes retos debido a la guerra Rusia-Ucrania y sus efectos en los precios del trigo (+45% PTC). Se realizó el remozamiento de la fachada, iluminación y el área de ventas de más de 100 tiendas, el cual continuará en 2023. También se enfocaron esfuerzos en el consumidor, mejorando el servicio al cliente y la operación. Se trabajó en una nueva identidad visual de la marca cambiando para conectar con público más joven y se logró capturar nuevos clientes a través del liderazgo en innovación y promociones.  Dos de las innovaciones fueron Melcochón Integral y Dona Pops. |
| **Musi** | Listos para crecer y con fuerza se lanzó la campaña de reposicionamiento “MUSI, el minisúper que está en todas” potenciando las misiones de compra de “fiesta” y “relleno”, manteniendo el liderazgo en panificación y precio justo. También se culminó de forma exitosa la reconversión del 100% de tiendas, además de pulir la operación y mejorar la experiencia de compra y el servicio al cliente.  Tras estas mejoras, se presentaron grandes crecimientos en ventas contra 2021 destacando: Bebidas Alcohólicas +13%, Bebidas No Alcohólicas +16%, Panificación +22% y Cafetería +23% Se dieron 6 aperturas para acabar con 53 tiendas, articulando la estrategia de expansión hacia 2025 donde se espera triplicar la cantidad actual de tiendas, integrando herramientas de inteligencia artificial y realizando alianzas con socios comerciales para dicho desarrollo. |
| **Tienda La Birra** | La Tienda la Birra se mantiene como una tienda especializada en regalos con productos de las marcas FIFCO. La tienda sigue apostando en sus canales de venta y distribución fuertemente por una modalidad virtual apoyado en la plataforma WhatsApp web. |

### Florida Hospitalidad

Tabla - Principales hitos de Florida Hospitalidad

|  |  |
| --- | --- |
| **Hoteles** | El Hotel Westin Reserva Conchal, an All-Inclusive Golf Resort & Spa y el Hotel W Costa Rica, Reserva Conchal, operaron con normalidad durante todo el año 2022, logrando satisfacer la alta demanda de visitación del destino. Se retomó el proceso de remodelación del Hotel Westin durante los meses de baja ocupación, logrando renovar todas las habitaciones bungalow con el estándar que se había definido en el 2019 y una renovación completa de su restaurante Mitra, para convertirlo en un mercado gastronómico de primer nivel. El proceso de remodelación continuará durante el 2023 en su última etapa.  Gracias a su posicionamiento, alto nivel de servicio y calidad de los activos, ambos hoteles lograron un porcentaje de ocupación y una tarifa mayores a las obtenidas durante el 2021, lo cual generó resultados récord para el negocio. Ambos hoteles lograron las máximas distinciones otorgadas por la cadena hotelera Marriott, como los mejores hoteles en su categoría en la región. El Hotel W logró la máxima distinción dentro de la categoría de hoteles de lujo y el Hotel Westin obtuvo el reconocimiento en la categoría premium. Asimismo, el Gerente General de ambos Hoteles obtuvo la distinción como mejor Gerente General de la región. |
| **Reserva Conchal: proyecto inmobiliario** | Durante el 2022 se retomó la venta de parcelas de desarrollo como parte del portafolio inmobiliario de Reserva Conchal. Se realizó una revisión profunda del plan maestro, con su proyección de ventas a 10 años. Se concretó la venta de las siguientes parcelas de desarrollo (DPs) DP6 Cocobolo, Sauco, Solaris fase I y II. Y se realizó el lanzamiento y reserva de 9 lotes en Guayacán Real, de los cuales se vendieron 4 en el año. Se realizó la comercialización y venta de 10 lotes en Ceibo (parcela de desarrollo vendida a un tercero y comercializada por RC). Se inició la comercialización del residencial Sauco (propiedad de un tercero) con 11 lotes reservados. |
| **RePUBlica Casa Cervecera** | Se mantuvo la operación de tres puntos de venta de República Casa Cervecera que lograron incrementar sus ventas en comparación con 2021. El negocio fue afectado por el incremento de costos y desaceleración económica del mercado. |

### Florida Capitales

Tabla - Principales hitos de Florida Capitales

|  |  |
| --- | --- |
| **Cervecería Panamá** | Incremento en ventas debido a una mayor participación de mercado versus 2021 así como a incrementos de precios para compensar el encarecimiento de materias primas. Menores gastos financieros asociados a menor nivel de deuda. |
| **INCECA – Nicaragua** | La rentabilidad durante el 2022 tuvo un crecimiento a doble dígito, originado en todas las categorías, neto de mayores gastos de mercadeo y ventas. |
| **Comegua** | Incremento de doble dígito en ventas principalmente por mayor volumen y aumentos de precios. Así como aumento de productividad asociado al incremento de ventas neto de un incremento de gastos principalmente por mayores costos de fletes. |

### Otros resultados de operación

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

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

* Auditorías Internas y externas de socios comerciales Heineken con LSS (Laboratory Star System) y HPQ (Heineken Process and Quality), Diageo con LTO (Licences to Operate) y PepsiCo con AIB International, FSM (Food Safety Mandates) y QAS S (Quality Audit System).
* Auditorías externas aplicadas por entes reconocidos (INTECO, NSF), para verificación de cumplimiento de las normas implementadas por el Sistema de Gestión de Inocuidad Alimentaria.
* Trazabilidad de los lotes de producción, análisis fisicoquímicos, microbiológicos y sensoriales de acuerdo con los sistemas de gestión respectivos.
* En el caso de FIFCO Retail, la planta recibe auditorías para los sistemas de gestión de calidad e inocuidad con base en la norma internacional BRC Global Standar.

El 100% de los productos producidos y comercializados durante el periodo 2022, brindan en sus etiquetas o cajas de empaque información correcta y accesible de acuerdo con la legislación y reglamentación vigente establecida por el Ministerio de Salud de Costa Rica, Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica, los Reglamentos Técnicos de Centroamérica, así como las normas aplicables en cada país de operación.

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

Se definieron los siguientes compromisos con la seguridad y salud de los consumidores:

* Desarrollar iniciativas que fomenten el acceso a alimentos económicamente accesibles y saludables, promoviendo bienestar en las comunidades.
* Desarrollo de productos con bajos contenidos de sodio, grasas trans, saturadas y azúcar adicionada.
* Desarrollo de productos que contienen fibra, vitaminas, minerales y otros aditivos alimenticios funcionales.
* Aumentar la cantidad de productos del portafolio que contemplen un menor impacto social y ambiental.

En el año 2022 todas las plantas de manufactura continuaron trabajando en proteger la salud y seguridad de los consumidores, colaboradores y clientes, garantizando la calidad de los productos y enfocados siempre en la mejora continua.

En las plantas de producción de Refrescos y de Cerveza, a nivel de inocuidad se aprobaron satisfactoriamente las auditorías de seguimiento para la certificación bajo el esquema FSSC 22000, y la auditoría de AIB International, y en el área de calidad se aprobó la auditoría QAS de Pepsico. La planta de producción de Cerveza renovó su certificación bajo los estándares de LSS de Heineken.

La Planta de manufactura Retail mantiene la certificación de calidad e inocuidad bajo la norma mundial de inocuidad alimentaria BRC Global Standar, marca global líder bajo un esquema de protección al consumidor, y que evalúa la calidad e inocuidad del sistema de producción completo. Esta certificación reúne y sintetiza todos los estándares de manera más minuciosa en temas de calidad e inocuidad.

1. **Atención al Cliente**

El Centro de Experiencia al Cliente (CX) nació en setiembre del 2020 como un proyecto del Área de Transformación. En el Departamento de Soporte al Cliente se atienden consultas, requerimientos, reclamaciones y quejas de los consumidores finales y clientes. En promedio mensual a lo largo del periodo se atendieron 14.700 interacciones entre llamadas IN, OUT y canales de WhatsApp Empresarial, así como correo electrónico y autogestión de la herramienta de CRM Salesforce. Importante destacar que el canal de WhatsApp está tomando cada vez más relevancia en la atención de clientes y consumidores con un promedio de 5.700 interacciones mensuales.

Los indicadores de Tasa de Respuesta continúan bastante estables con un 92%, a pesar de que este año el número de interacciones vrs año anterior, aumentó un 35%.

Tabla 45 – Interacciones con Servicio al Cliente

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Indicadores de atención** | **2020** | **2021** | **2022** |
| Cantidad de interacciones promedio mensuales | 4.411 | 9.522 | 14.706 |
| Nivel de Servicio | 93% | 91% | 92% |
| Abandono | 4,5% | 9% | 8% |
| Nivel de resolución primer contacto | 21% | 38% | 50% |
| NPS | No se medía | No se medía | 85% |

En el período en cuestión, ninguna de las unidades de negocio de FIFCO ha sido sujeta a sanciones administrativas o judiciales relacionados con temas ambientales en los países en que se opera.

1. **Sostenibilidad de la Cadena de Valor**

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

Las siguientes iniciativas de sostenibilidad existen a lo largo de la cadena de valor:

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Compras Sostenibles** | Para el periodo 2022, 11 nuevos proveedores ingresaron al proceso de evaluación de sostenibilidad del Programa de Compras Sostenibles de FIFCO, lo anterior como un esfuerzo por homologar las categorías críticas de sostenibilidad de proveedores. Para el 2022, el 58% de todos los proveedores están sobre el nivel de aprobado (notas mayores a 80), teniendo una disminución en comparación con el año anterior de un 13%. Lo que nos demuestra este dato es la capacidad que han tenido las empresas para recuperarse luego de la emergencia nacional vivida en los últimos 3 años.  Todos los proveedores que son parte del Programa de Compras Sostenibles cuentan con acceso gratuito al programa de desarrollo para proveedores en temas de sostenibilidad, impartido por FIFCO. |
| **Clientes Sostenibles** | A partir del 2020, se modificó el enfoque del Programa de Clientes Sostenibles de la mano del área de excelencia comercial y el desarrollo del Canal On Premise, por medio de la colaboración en la plataforma FIFCO Asesoría, donde los clientes tienen acceso a material relevante en temas ambientales, sociales y desarrollo de negocio. Para el negocio de FIFCO Retail, se comenzó a trabajar en el proyecto de mejora integral para los puntos de venta de FIFCO Retail llamado Go Green, donde en conjunto con las áreas de Ambiente, Salud y Seguridad, Mantenimiento y otros departamentos, se trabajó en diversas aristas de la sostenibilidad que significaron una mejora de la forma en que se desarrolla el negocio. |
| **Florida Asesoría** | Durante el 2022 el rol de Florida Asesoría ha estado centrado en cómo fortalecer prácticas de operación de los negocios a nivel empresarial por medio de foro de desarrollo empresarial y capacitación abierta en temas de manejo fiscal en los negocios con una participación de 654 clientes y más de 4.000 descargas de capacitación virtual. |

## Resultados de Operación - Dimensión Social Interna

Dentro de las 9 metas planteadas al 2025, destacan 3 relacionadas a mujeres en posiciones de liderazgo, pobreza multidimensional y desarrollo de liderazgo holístico. Estas tres metas son fuertemente impulsadas desde programas FIFCO dirigidos a promover el desarrollo de su gente y el brindarle las herramientas necesarias para su crecimiento. Todas estas metas contribuyen a su vez a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y son el marco de referencia para el desarrollo de los programas que a continuación detallaremos.

### FIFCO Oportunidades

Este programa atiende y brinda acompañamiento a colaboradores y su núcleo familiar en condiciones de vulnerabilidad. Por otro lado, se promueve la educación y capacitación en temas que fomenten la prosperidad integral. Los temas se centran en los ejes de trabajo, finanzas y protección social, educación, salud y vivienda.

En 2022 se estableció la Estrategia Organizacional de Género (FIFCO Hospitalidad). Se efectuó un diagnóstico organizacional que orientó el desarrollo de planes de acción género-conscientes en las operaciones de hospitalidad. La primera etapa de este proceso involucró el desarrollo de entrevistas gerenciales, autodiagnóstico y creación de comités internos de género. La propuesta de este proceso es constituir a Reserva Conchal en un referente de la industria turística en cuanto a la implementación de medidas de equidad, creando a su vez una cultura organizacional positiva que desde lo interno inspire a nuestros colaboradores y proveedores a multiplicar este enfoque positivo en sus familias y sociedad.

Los principales hitos del 2022 en FIFCO Oportunidades fueron:

* Se aplicó por tercera ocasión la “Astro Encuesta” (IPMe – Índice de Pobreza Multidimensional) a todos los colaboradores FIFCO Costa Rica, con un 67% de participación, superando el porcentaje de participación con respecto a la última aplicación. El porcentaje de incidencia de Pobreza Multidimensional de 2022 fue de un 11,08% vs 14% de Costa Rica, y un 12,13% en la aplicación del 2020.
* Graduación del 29% beneficiarios del programa FIFCO Oportunidades.
* Nuevo consultorio de psicología clínica y psicóloga exclusiva para beneficiarios.

### Derechos Humanos, Diversidad e Inclusión

Durante el 2022, FIFCO afianzó la presencia de sus comités de diversidad e inclusión tanto en Estados Unidos como en Centroamérica. En Costa Rica como parte de las iniciativas del comité, se realizaron grupos focales para profundizar en la percepción de los colaboradores en temas de diversidad e inclusión. A lo largo de todo el año la compañía estuvo reforzando comunicados relacionados con respeto.

En Costa Rica y en Guatemala se desarrolló un programa piloto de promoción de masculinidades más igualitarias y positivas, con el fin de propiciar espacios que permitan a los hombres, adquirir y desarrollar habilidades para el crecimiento personal y profesional para la construcción de relaciones pacíficas, saludables y equitativas. El programa se dirigió a un grupo de 80 hombres de diferentes áreas y niveles. Se implementó tanto en modalidad virtual como presencial, y generó aprendizajes para continuar con otras poblaciones en el 2023.

Destacan las siguientes acciones:

* FIFCO ratifica su compromiso con la inclusión y respeto a la población LGBT con la firma de la Declaración de San José.
* Se lanza un programa piloto para promover el desarrollo de habilidades para la vida que fomenten la vivencia de masculinidades más positivas e inclusivas.
* Se lanza el programa “FIFCO Sin Límites” en Guatemala con el fin de incluir en la fuerza laboral personal con discapacidad auditiva y para conocer la percepción de los colaboradores sobre diversidad e inclusión.

Durante el periodo 2022 no se reportan casos legales de discriminación en materia laboral.

### Alineamiento Organizacional

Durante el 2022, la empresa continuó con el compromiso de impulsar espacios de formación de calidad para desarrollo de habilidades estratégicas y técnicas en beneficio de los colaboradores y el negocio. Durante el año se potenció la modalidad virtual sincrónica, asincrónica e híbrida. Además, se tuvo un retorno controlado a las capacitaciones en la modalidad presencial.

Se implementaron nuevas formas de visualizar contenidos por medio de recorridos virtuales 360° en tres de las plantas de producción, así como la creación de innovadoras formas de evaluar competencias por medio de juego-simuladores virtuales para el área de Cadena de Abastecimiento.

**UFIFCO** continúa fortaleciéndose como la herramienta de formación on-line, y como una excelente herramienta para dar trazabilidad a las capacitaciones. Actualmente cuenta con más de 115 contenidos de libre acceso para todos los colaboradores. En total se completaron más de 8.500 horas de formación on-line durante el año.

### Teletrabajo y trabajo híbrido

Aprovechando las bondades de la tecnología y los aprendizajes obtenidos después del periodo de pandemia, FIFCO oficializó el modelo de trabajo híbrido que permite aprovechar las ventajas de la virtualidad y asegurar el aprovechamiento al máximo de la presencialidad.

El modelo considera el teletrabajo como la modalidad principal para los roles en que sea posible. Además, se promueve que las personas y los equipos tengan interacciones presenciales con una intención. Para este fin se definieron las 5C’s o las 5 razones por las cuales es importante reunirse presencialmente.

Con el fin de fortalecer los espacios de conexión, se implementaron espacios de integración de equipos en Costa Rica. En Guatemala se implementaron “cafés virtuales” para fomentar la conexión y sintonía entre los equipos, además se generó una alianza con un co-work externo con opciones de salas de reuniones y espacios de capacitación exclusivos para el personal.

### Gestión del Talento

En el 2022 se obtuvieron los siguientes logros:

* Desarrollo del liderazgo. Este año se priorizó el trabajo relacionado con la conexión de las personas con el propósito de la compañía que está directamente ligado al Modelo de Triple Utilidad. Este proceso busca promover el descubrimiento del propósito personal, entendiendo este como un elemento fundamental que potencia el trabajo, la motivación y la energía. Se desarrolló una nueva generación del programa Safari.
* Formación Comercial. Los equipos comerciales en Costa Rica continuaron su desarrollo en Venta Consultiva a través del programa “ALAS En Vuelo”, un programa realizado con el apoyo de expertos del negocio, consultores externos y el área de Talento. El programa PEX (Programa de excelencia comercial) enfocó la formación en las rutinas comerciales para diferentes canales a través de la metodología “Diamante”. En Guatemala se continúa con el programa PEX University, una plataforma de excelencia operativa enfocada en certificar a los vendedores al detalle y mayoristas por medio de capacitaciones en las que se trabaja la cultura de excelencia en las ventas. En Estados Unidos se realizó un programa seminarios virtuales enfocados en competencias técnicas y personales dirigido al equipo de ventas.
* Durante el año se implementaron programas especializados para desarrollar habilidades para gestionar los retos actuales como por ejemplo el análisis de datos. Se implementó un programa en la herramienta Tableau. En la Cadena de Abastecimiento se continuó reforzando entrenamientos técnicos y regulatorios clave para garantizar una correcta ejecución.
* En Costa Rica, se implementó para el área de Cadena de Abastecimiento un programa de formación DUAL en alianza con el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), institución de gran reconocimiento en formación técnica. Esta iniciativa permite que los colaboradores accedan a formación de calidad respaldadas por una de las instituciones formativas más sólidas, aplicando los nuevos conocimientos en el trabajo diario.

### FIFCO Segura

Para FIFCO el 2022 significó un año de transición, en donde se pasó de mantener una atención absoluta a la emergencia sanitaria por la enfermedad COVID-19 a retomar la normalidad en la gestión de salud, seguridad y ambiente.

Uno de los mayores retos que ha enfrentado el área de seguridad, es la complejidad en el desarrollo de iniciativas, capacitaciones, programas y campañas, bajo un modelo híbrido de trabajo. Trabajar fuertemente en la cultura de prevención y la sensibilización, por medio de una estrategia innovadora y dinámica, fue principal objetivo del 2022, en el área de seguridad.

En comparación con el 2021, se redujo la accidentabilidad en términos de accidentes asociados a días, en las operaciones de Distribuidora la Florida y Hospitalidad. No obstante, se identifican retos en la operación comercial del negocio de Retail en Costa Rica (formatos Musmanni, Musi, Vinum y Tienda de la Birra) donde se tuvo un ligero incremento, fenómeno que se explica por la apertura de nuevos puntos de venta del formato Musi, que implicaron riesgos adicionales, adicionalmente en la operación de IAK donde se pasó de 2 accidentes en el 2021 a un cierre de 4 accidentes para el 2022.

Principales Logros:

* Creación de una campaña corporativa bajo un concepto de Rally Dakar, para reforzar la cultura en Seguridad bajo una metodología más lúdica.
* Consolidación del Pilar de Safety Corporativo en el área de bebidas y alimentos.
* Evaluación de condiciones del Sistema Contra Incendios en todas las instalaciones.
* Implementación de herramientas de identificación de riesgos (HLRA).
* Consolidación de la cultura de TPM (Total Productive Management) por medio de Handshakes, Gifts and gets con otros pilares.
* Compra de equipo de protección especializado para la brigada de atención de incendios forestales en el área de Hospitalidad.

## Resultados de Operación - Dimensión Social Externa

Durante el 2022, se logró dar un gran impulso al programa de voluntariado, el cual deja a la organización a las puertas de alcanzar la meta del millón de horas. Se mantuvieron los programas de voluntariado orientados en temas ambientales y sociales.

Por otro lado, se tuvo importantes avances en materia de consumo inteligente, mejorando los niveles azúcar presente en bebidas y el consumo responsable de bebidas alcohólicas entre los mayores de edad.

Durante el 2022 4% de las utilidades fueron destinadas a inversión social.

### Consumo Inteligente Integral

El programa Consumo Inteligente Integral se crea con el fin de sensibilizar a la población adulta sobre estilos de vida saludables y activos, patrones de consumo de alcohol, bebidas y alimentos, así como la promoción de la salud en general.

Tabla - Agendas de Consumo Inteligente Integral

|  |  |
| --- | --- |
| **Plataforma Virtual Vida Saludable FIFCO-MEP** | E-learning Vida Saludable: Impactó a 6.533 estudiantes de secundaria acumulado al 2022. Durante el 2022 se incluyó nuevo módulo de Salud Mental en el 2022. Stakeholder Ministerio de Educación Pública bajo el convenio FIFCO – MEP |
| **Fortalecimiento del portafolio de bebidas y alimentos más nutritivos** | Nuevos sabores Adán y Eva, (Coco Limón, Frutos Rojos, Limón Jengibre) sin azúcar añadido y con 4% de alcohol.  Fortificación de familia de tés Tropical (Vitamina C, Selenio y Zinc) con aval de la de Asociación Costarricense de Dietistas y Nutricionistas (ACDYN).  Melcochón con harina integral (10% de la recomendación diaria de fibra).  Chips de frijoles Ducal horneados.  Ketchup Kern´s Cero azúcares añadidas |
| **Azúcar (Bebidas)** | Una bebida de FIFCO tiene en promedio 10,45 g de azúcar por porción de 250ml (acumulado anual 2022). Durante el 2022 se redujo en promedio 10,61% el contenido de azúcar respecto al 2021, esto representa 1,13 gramos de azúcar menos en la bebida promedio FIFCO. Se dejó de poner en el mercado 843 toneladas de azúcar respecto al 2021, esto representa una disminución del 7% de azúcar.  Las Bebidas Alcohólicas Saborizadas (BAS) redujeron el contenido de azúcar por porción en un 34,35% respecto al 2021. |
| **Grasa y Sodio** | Disminución de Sodio y Grasa en Alimentos IAK  • Sodio: 17% menos respecto al año 2021.  • Grasa: 9% de reducción vs 2021 |
| **Patrón de consumo de alcohol (Costa Rica)** | 53% de las personas adultas dijeron haber consumido un trago en el último año. Hay una reducción significativa versus el año pasado de –11% (0,11 p.p.) Regresando a niveles del 2009.  La frecuencia de consumo aumentó en un 5,3% vs el año anterior, lo que significa que se subió 0,11 días por semana. Hoy en día el consumidor promedio toma 2,18 días por semana. |

### Programa de Formación Dual

El programa de Formación Dual en Reserva Conchal cumplió en 2022 ocho años de ejecución continua, sin embargo, también durante este 2022 se convirtió en la primera empresa turística en desarrollar un programa de formación dual bajo los principios de la nueva Ley de Formación Técnica Profesional Dual Costarricense (Ley 9728) para el área de gastronomía.

En esta oportunidad se egresaron 13 estudiantes, de los cuales el 90% fue contratado al terminar su ciclo formativo. Para el año 2023, se prevé iniciar 2 grupos en las modalidades de operaciones de asistencia en la cocina y salonero-bartender profesional, cada uno integrado por al menos 15 participantes.

* Construcción de la Escuela de Brasilito: Como parte de los compromisos sociales, en 2022 se concretó la construcción de 3 aulas y una infraestructura de servicios sanitarios para la Escuela de Brasilito, comunidad en la que opera Reserva Conchal. Esto, permitirá que, tras 4 años de espera en modalidad virtual y más de 12 años sin centro educativo, los más de 180 niños matriculados en primaria de la comunidad puedan ingresar a lecciones en 2023.
* Proyecto Bilingüismo CENCINAI: En el año 2021 Reserva Conchal, la Dirección Nacional de Centros de Educación y Nutrición Infantil (CENCINAI) y la Universidad Latina de Costa Rica en conjunto ejecutaron un plan piloto para bilingüismo en niños y niñas del cantón de Santa Cruz, una alianza público-privada que inició con 23 menores y 2 centros formativos. Durante el año 2022 esta iniciativa logró extenderse a 8 centros infantiles e impactar a una población superior a los 300 niños y niñas. Adicionalmente se concretó por medio de esta alianza el acceso a una plataforma en línea que permita la formación paralela en idioma inglés para 24 profesores de estos centros infantiles, lo que permite a largo plazo un impacto en dos vías y generaciones para el mejoramiento de las capacidades en la comunicación de un segundo idioma.

FIFCO y el INA anunciaron la implementación de un nuevo programa de formación dual en procesos productivos. El 20 de setiembre de 2022 arrancó oficialmente el curso en FIFCO para formar a profesionales. El programa cuenta con 3 módulos de aprendizaje con una duración de 683 horas de entrenamiento ejecutadas desde una metodología dual en la que los estudiantes ponen en práctica los conocimientos adquiridos en el aula en la realidad de una planta de producción.

El INA formó a 8 mentores los cuales ayudarán a 6 estudiantes del programa piloto a alcanzar su proceso de formación.

### Programa de Voluntariado Elegí Ayudar

El programa “Elegí Ayudar” es el brazo ejecutor de iniciativas sociales y ambientales de FIFCO a nivel de voluntariado, además de ser el mecanismo a través del cual los colaboradores viven la sostenibilidad de primera mano.

Tras dos años de alinearse con la emergencia sanitaria global por COVID-19 en 2022, Elegí Ayudar, el programa de voluntariado de FIFCO volvió a atender diversas necesidades de la sociedad.

Este programa de voluntariado se ejecuta en Costa Rica, Guatemala y Estados Unidos.

En el 2017 FIFCO, como parte de sus 7 Compromisos Ambientales y Sociales, se propuso acumular un millón de horas de voluntariado al año 2020. Al cierre del 2022 la compañía estaba a un poco menos de 4,000 horas de la meta.

Se han desarrollado iniciativas en recolección de residuos, siembra de árboles, voluntariado en parques nacionales como proyectos tradicionales, pero también se ha trabajado en proyectos tales como:

* Apoyo en campañas de vacunación COVID-19 (modalidad virtual y presencial).
* Tres voluntariados masivos con personal de Distribución, Ventas y Tercerizados; impactando a más de 5.000 clientes en todo el país, compartiendo el mensaje: “No venta de alcohol a personas menores de edad” y “Embajadores Consumo Inteligente: con el cual se educa al cliente sobre mitos/verdades acerca del consumo de alcohol”.
* Mentorías Financieras mensuales para beneficiarios del programa FIFCO Oportunidades (Costa Rica y Guatemala).
* Proyecto Guatemala “Entre Chapines Nos Ayudamos”, cuyo objetivo fue generar cambios significativos en pro de la alimentación en el Corredor Seco -Baja Verapaz, Zacapa, El Progreso, Jalapa, Chiquimula, Jutiapa y Santa Rosa.
* Voluntariado con la marca Pilsen “Es Por Los Compas”, impactando a más de 1.000 personas sobre la prevención de cáncer de próstata.
* Apoyos múltiples a escuelas, parques y organizaciones sin fines de lucro con impacto social.
* Se retomó voluntariado con nuestros accionistas, teniendo la participación de 140 voluntarios en 5 jornadas realizadas durante el año en parques nacionales.
* Apoyo humanitario a clientes afectados por desastres naturales, así como apoyo a inmigrantes latinoamericanos en condición de vulnerabilidad y con menores de edad bajo su cuido.

### Nutrivida

En noviembre del 2022, FIFCO, anunció que la empresa social Nutrivida, fundada en 2014, continuará su operación bajo una nueva administración. Luego de 8 años, la empresa social cumplió su ciclo dentro de la compañía.

FIFCO concentrará sus esfuerzos y recursos en la atención de sus retos apremiantes como son las agendas de diversidad, equidad e inclusión, la disminución de la pobreza multidimensional a lo interno de la compañía, la agenda de envases y empaques, cambio climático y promoción del consumo inteligente de alcohol.

### Agenda de Sostenibilidad basada en la gobernanza.

Como parte de la nueva estrategia Ambiental, Social y Gobernanza (ESG por sus siglas en inglés) al 2025, FIFCO estableció una ruta clara para convertir a la organización en un referente de Gobernanza. La agenda de trabajo respalda el actuar de la compañía y garantiza la continuidad del negocio. FIFCO estableció la meta número 9 como parte del eje de Gobernanza mostrando avance en 2022. Los siguientes son los pilares del programa:

* **Gobierno Corporativo**: Establece el conjunto de políticas bajo las cuales se dirige y controla la compañía; se regula el accionar de la Junta Directiva, sus comités técnicos, la Administración y las Unidades de Control Interno con el fin de procurar que las decisiones sean transparentes y protejan los intereses de la empresa y sus accionistas. La Junta Directiva cuenta con dos comités de apoyo, uno de Gestión de Capital Humano y el comité de Auditoría y Riesgos. Bajo este último esta soportada la estructura de Control Interno.
* **Gestión de Riesgos:** Su fin es garantizar el alcance de los objetivos definidos en la compañía, a la vez que se protejan los recursos de los inversionistas. Procura la viabilidad financiera apoyando la eficiencia de la operación, mitiga los efectos negativos cuando se presenta un incidente de riesgo y permite optimizar las fuentes de fondeo disponibles.

Durante el 2022 los esfuerzos de riesgo se enfocaron en trabajar tanto en planta cerveza como en planta refrescos. Como parte de nuestro alineamiento al modelo ESG, el concepto de riesgos lo hemos ido evolucionando a un modelo de GRC (gobernanza, riesgos y cumplimiento) y todo el proceso de gestión del cambio ha girado en torno a este concepto. Los principales avances son la generación de mapas de procesos, y procedimientos bajo estándares documentales corporativos y mapeos de riesgos y cumplimiento ligados a esto.

Nuestra meta para el 2023 es poder diseñar dashboard con key risk indicators que nos permitan apoyar de una mejor forma la gestión de las gerencias en ambas plantas y mejorar el esquema de control interno que tenemos.

* **Ciberseguridad:** FIFCO inició en 2021 y fortaleció en 2022 el diseño de Shield, un programa creado para controlar y proteger activos digitales, asegurar integridad y confidencialidad de datos, garantizando la continuidad del negocio. Se han identificado tres pilares: (i) Organización y Cultura, (ii) Procesos Políticas y Procedimientos y (iii) Tecnología.

Durante el segundo trimestre de 2022 se presentó una alerta nacional en Costa Rica por motivo del ciberataque de varios grupos criminales a instituciones gubernamentales a nivel latinoamericano. Este acontecimiento impulsó en FIFCO el aceleramiento de la estrategia de Ciberseguridad iniciada en 2020 y consolidada en 2021. La aplicación de estas medidas de seguridad permitió, en un primer momento, minimizar la huella de exposición para amenazas de Ciberseguridad, en segunda instancia, continuar con la concientización de los colaboradores de FIFCO en temas de seguridad informática. Con el programa Shield, FIFCO se encamina a implementar una filosofía de Zero Trust (Cero Confianza en seguridad) en su forma de trabajar para garantizar la seguridad de nuestros accionistas, colaboradores, clientes y consumidores.

* **Estrategia Climática**: Desde la adopción del modelo de triple utilidad y producto del compromiso carbono positivo, FIFCO ha venido trabajando en la mitigación de las emisiones que las operaciones generan en la atmósfera y que son reconocidos como los gases de efecto invernadero que generan el cambio climático. Para el 2022, se tomó la decisión de integrar este componente de mitigación en una estrategia de integración de acción climática, la cual, además de seguir trabajando de forma muy intencionada en la reducción de las emisiones, incorpora los elementos de adaptación y un tercer elemento de daños y pérdidas antes los impactos climáticos.
* **Continuidad del negocio**: Se ejecutó la primera fase de la auditoría para obtener la certificación ISO: 22301, en la misma los auditores concluyeron que el sistema cuenta con un grado alto de eficiencia. Los avances a la fecha incluyen: políticas, lineamientos, metodologías y procedimientos documentados e implementados. Se dispone de un análisis de riesgo e impacto de negocio para los procesos en la cadena productiva asociada a cerveza y bebidas alcohólicas saborizadas en Costa Rica. Se consolida la estructura organizacional que le brinda gobernanza a este proceso, por medio de los comités: Continuidad y Crisis, Comunicaciones, Emergencias y Recuperación ante Desastres por Recuperación Tecnológica. Se han elaborado los siguientes planes: Continuidad del Negocio, Gestión de Crisis y Recuperación ante Desastres por Recuperación Tecnológica. Ya se cuenta con una herramienta tecnológica para el control y registro de toda la información (implementada). Se realizó un proceso de gestión de cambio bajo el lema “FIFCO no para” bajo el cual se han reforzado conceptos asociados a gestión de riesgos, gobernanza, cumplimiento y continuidad del negocio
* **Trasparencia en impuestos**: La transparencia es un pilar fundamental en FIFCO, dar claridad sobre las responsabilidades tributarias es parte de su estrategia de Triple Utilidad y su compromiso con sus accionistas y demás públicos de interés.

Durante el 2022 se continúa trabajando bajo los estándares GRI 207, Fiscalidad (Tax) 2019.

La gestión fiscal se construye sobre fundamentos que de forma pública FIFCO comunica, tales como: (i) Declarar y pagar lo correcto en tiempo y forma, (ii) Actuar con transparencia y colaboración ante las autoridades fiscales, (iii) Operar bajo una delegación de autoridad competente, (iv) Estimular la actualización constante en áreas de transcendencia fiscal, (v) Operar bajo un ambiente de control permanente con auditorías internas y externas.

### Ética y Transparencia

La ética y transparencia son pilares fundamentales y transversales de la operación de FIFCO. En cada acción proyecto y relación, permea la integridad y honestidad.

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

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

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

FIFCO, es respetuosa de la legalidad de los países donde opera. Por lo cual constantemente efectúa capacitaciones que ayuden a su personal a entender y respetar las normas que regulan su actuar. Distribuidora La Florida S.A. está especialmente comprometida con el cumplimiento de las reglas que regulan la competencia sana en el mercado costarricense. Así como se ha realizado durante muchos años, en el 2022, se llevaron a cabo capacitaciones masivas que incluyeron a los equipos comerciales. Estas capacitaciones tuvieron como objetivo reforzar el conocimiento sobre las reglas aplicables de libre competencia, y compartir buenas prácticas comerciales.

## Resultados de Operación - Dimensión Ambiental

Como parte de la nueva estrategia Ambiental, Social y Gobernanza (ESG por sus siglas en inglés) al 2025, FIFCO estableció una ruta clara para convertir a la organización en un referente de la gestión ambiental. La agenda de trabajo respalda el actuar de la compañía y garantiza la continuidad del negocio. FIFCO estableció las metas uno, dos y tres a impulsar temas relevantes de la agenda ambiental de la compañía. Entre los temas que la compañía ha identificado como prioritarios, según su análisis de materialidad y su estrategia al 2025 destacan el recurso hídrico, el manejo de residuos, la energía y emisiones.

Los objetivos estratégicos en ESG se definen en 5 categorías: Materias Primas, Agua Positiva, Envases, Carbono Positivo y Residuos.

### Uso de materiales

FIFCO mantiene su compromiso de hacer un uso racional de todos los recursos que se utilizan en sus operaciones, basándose en un enfoque sistémico de economía circular, donde se estudia el flujo de materiales utilizados en la elaboración de sus productos, con el objetivo de aprovechar su valor real y evitar así la extracción y dependencia de materiales vírgenes.

Algunos de los esfuerzos realizados incluyen:

* Reducción del gramaje e incorporación de resina reciclada en envases PET/RPET, Mix de PET reciclada al 15%, 50% y 100% en envases de agua, tés y carbonatada.
* 80% aluminio reciclado en nuestras latas de aluminio.
* 45% de vidrio reciclado en las botellas.
* Algunos embalajes de cartón hasta un 5% de su contenido es reciclado.
* El fleje por su parte tiene un contenido de 15% de PET reciclado.
* Procesos colaborativos con proveedores a través del programa de Compras Sostenibles
* Iniciativas de sensibilización y concienciación del personal en todas las operaciones.

### Desechos Post Industriales y Estrategia Cero Desechos

Actualmente, todos los residuos generados en las instalaciones físicas de FIFCO se administran a través de gestores autorizados de residuos. La compañía realiza un seguimiento de la operación de estas empresas a través de la solicitud de los permisos correspondientes, así como en algunos casos, la ejecución de auditorías de sostenibilidad de la mano del Programa de Compras Sostenibles.

La certificación Zero Waste To Landfill otorgada por Carbon Trust se mantiene para Distribuidora La Florida y FIFCO Retail, asegurando por medio de una verificación de un tercero, los esfuerzos que se han venido realizando desde hace varios años con el fin de reducir el impacto asociado a las operaciones. Por su parte la operación de IAK en Guatemala, disminuyó el indicador en un 2%, gracias a la mejora continua en el proceso de generación, clasificación y disposición de residuos, mejorando el indicador y reduciendo la generación de residuos. En las operaciones de FIFCO Hospitalidad se reporta un aumento en la cantidad de residuos ordinarios y co-procesables, debido al aumento que se ha tenido en la ocupación de los hoteles. Sin embargo, se mantienen las acciones del programa interno de manejo de residuos como capacitaciones, rotulación y estaciones de reciclaje.

### Portafolio de envases sostenibles

Se trabajan tres iniciativas: Empaques amigables con el medio ambiente, Reciclaje post consumo e Investigación

La inclusión del uso de resina reciclada de PET (RPET) en las preformas de los envases plásticos se mantuvo durante el 2022 para las presentaciones de agua Cristal y Tropical, y en algunas presentaciones de carbonatadas Pepsi, Milory y Mirinda. Debido al desabastecimiento de la resina de RPET en nuestros proveedores de preforma durante el 2022, el porcentaje se redujo a un promedio de uso por preforma del 45%. Lo que representa una cantidad de 2.111 TM de envases con esta resina.

En el 2022 y en línea con la estrategia de sostenibilidad de FIFCO al 2025, se continuó con el plan que pretende reducir aún más las presentaciones en plástico de los productos que vende la compañía. El indicador corporativo que mide la presentación de envases de plástico versus otros envases del portafolio de productos tuvo como resultado un 75%. Es decir; 75 de cada 100 envases utilizados por FIFCO son distintos al plástico.

Este año el Programa de Reciclaje de Envases Post-Consumo de FIFCO, logró recuperar el 119% de los envases plásticos colocados en el mercado. Este logro significó que de cada 119 envases FIFCO recuperó aproximadamente 100 botellas propias y 19 botellas adicionales de otras compañías. Además de un 91% de recuperación global en otros materiales distintos al plástico que FIFCO gestiona a través del programa de recolección de envases post consumo.

Durante el 2022 con base en los resultados obtenidos del estudio piloto se tomó la decisión de postergar el desarrollo de un nuevo prototipo del envase de PLA, eso con la finalidad de evaluar en el 2023 el uso de envases de bebidas elaboradas de PET 100% de base biológica, lo que significa un envase hecho a base de plantas y totalmente reciclable. Además, se realizó el estudio de factibilidad para la sustitución del plástico en el empaque secundario en el negocio de Cerveza para sustituirlo por empaques más amigables con el ambiente.

### Agua y saneamiento

La estrategia de Agua Neutralidad se resume en 4 etapas, basadas en el proceso de mejora continua y respaldada por una verificación externa que permite rendir cuentas acerca del desempeño.

La operación de bebidas y alimentos en Costa Rica realiza un proceso adicional de compensación de su huella de agua y mantiene la condición de Agua Neutralidad. Este proceso de verificación de la huella de agua se realiza de manera anual desde el 2012 y a partir del 2017 se alcanzó el reconocimiento de agua positivo que se mantiene en la actualidad.

1. Medición: El 100% del agua que se utiliza en todos los procesos de FIFCO se mide y se controla a lo largo del año, incluso el nivel de detalle de medición se ha ido afinando con los años, con el fin de identificar aquellas oportunidades de reducción de consumo y de optimización que permitan hacer el uso más responsable de este valioso recurso. Las fuentes de agua que se utilizan en las instalaciones de bebidas y alimentos en Centroamérica y USA, el negocio de Retail y de Hospitalidad en Costa Rica provienen primordialmente de fuentes subterráneas. En las operaciones de bebidas en Costa Rica, se utiliza agua de manantiales para los productos, subterránea para los procesos productivos, y por último, suministro de acueductos y agua de lluvia para algunos centros de distribución y áreas administrativas. En el caso de IAK (Guatemala) el 100% de las fuentes son de origen subterráneo. Hospitalidad divide su extracción entre agua subterránea y aprovechamiento de agua de mar, mientras que en el caso de las operaciones de panificación de FIFCO Retail y FIFCO USA, el agua es provista por el acueducto local.
2. Control y reducción: Si bien es cierto, se observa un aumento en el consumo absoluto de agua por ubicación, el indicador de control para la totalidad de las unidades de negocio de bebidas y alimentos pasa de un 7,66 en 2021 a un 7,04 en 2022, exceptuando el caso de FIFCO USA. Esto quiere decir que algunas operaciones lograron ser más eficientes, a pesar del incremental de producción como fue el caso de IAK y Retail. El indicador corporativo para este periodo exclusivamente del negocio de bebidas es de 3.47 hectolitros consumidos/ hl producidos.
3. Compensación: Se mantiene el proceso de compensación externa mediante la protección de cuencas hidrográficas a través del mecanismo de Pagos por Servicios Ambientales (PSA’s) del Fondo Nacional de Financiamiento Forestal (FONAFIFO). Esta cuantificación es verificada anualmente por el Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica. Adicionalmente y como otro mecanismo que contribuyen a la mitigación de consumos, FIFCO desde el 2015 participa del primer fondo de agua en Costa Rica denominado Agua Tica.
4. Agua Positiva: Luego de lograr una huella hídrica neutra gracias al mecanismo de compensación, FIFCO decide realizar un esfuerzo adicional y llegar al valor positivo. Esto se alcanza por medio de los proyectos de fijación de agua con la finalidad de devolver más agua al sistema hídrico de la que toma de este. Hay dos proyectos de fijación de agua: Cuenca alta del Barva y Península de Osa.

Saneamiento: Para todas las operaciones y unidades de negocio, los criterios utilizados para garantizar la calidad del vertido de efluentes son los parámetros mínimos definidos por ley, actualmente no se poseen operaciones en países con ausencia de regulaciones para este tema, ni se hace vertidos de aguas en zonas con estrés hídrico. Los sistemas de tratamiento de agua residual de todas las instalaciones se encuentran en operación continua y normal.

### Energía, emisiones y carbono positivo

La estrategia de Carbono Positivo se mantiene en 4 fases que se continuó ejecutando durante el periodo 2022 en todas las operaciones según el nivel de madurez de cada una.

1. **Energía eléctrica**

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

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

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

Para este período el área de manufactura de la Planta de Retail mantuvo la certificación ISO 50001. Y se implementaron una serie de iniciativas de reducción de consumos ya que la vuelta a la producción prepandemia generó un incremento en el consumo de energía eléctrica.

1. **Energía térmica**

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

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

A nivel de resumen, con respecto al consumo de energía total de las operaciones de FIFCO de bebidas y alimentos en Centroamérica, para el período 2022, se tiene una disminución en el indicador de energía promedio (térmica y eléctrica), pasando de 0,69 a 0,67 GJ / unidad producida, debido a la eficiencia mostrada en AIK y Retail según se comentó anteriormente.

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

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

De estas tres unidades de negocio FIFCO Retail y FIFCO Hospitalidad con los Hoteles Westin y W, alcanzaron en el 2022 el estatus de Carbono Neutral Plus, del Programa País de Carbono Neutralidad 2.0 del Gobierno de Costa Rica. En el caso de Distribuidora La Florida, el proceso de certificación de la huella 2022 se trasladó para el mes de abril 2023. Por lo tanto, para 2022 se actualizó el inventario y se está a la espera del proceso de verificación de tercera parte.

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

### Certificaciones ambientales y otros reconocimientos

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

FIFCO mantiene las certificaciones ambientales para productos seleccionados en cuanto a sus huellas de agua y de carbono según la normativa internacional. A saber, ISO 14046-1:2006 Huella de Agua, ISO 14067:2015 Huella de Carbono de Producto y Etiquetado Ambiental de Productos.

### Quejas, denuncias y sanciones

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

### Biodiversidad

Adicionalmente, la crisis climática que está intrínsecamente relacionada origina consecuencias mayores para el planeta y los seres humanos. Por esta razón y en conocimiento de las dependencias ecosistémicas para garantizar una sostenibilidad en las operaciones, FIFCO ha venido adoptando iniciativas y programas para garantizar la utilización sostenible, la conservación y la protección de la biodiversidad en su modelo de negocio.

Las iniciativas enfocadas en la protección de la biodiversidad en sus áreas y operaciones de influencia y sus estrategias incluyen: Protección de Hábitats en Planta Cerveza, Planta Refrescos y Reserva Conchal, (ii) Protección a cuerpos de agua en las mismas plantas y el Centro de Distribución Regional de Guápiles, también la planta de Rochester y la Reserva Conchal, (iii) Inversión en Biodiversidad, para lo que se mantiene los Certificados de Servicios Ambientales (CSA) de FONAFIFO en la Cuenca Alta del Barva dentro Del Valle Central (650 ha) y en el Parque Vivo (150 ha) en la Península de Osa, en el pacífico sur del país, sitio de alta importancia biológica donde se alberga el 5% de la biodiversidad mundial, (iv) Programa Simbiosis, de educación ambiental en el Refugio de Vida Silvestre Mixto Conchal y (v) el Proyecto Ecolecta para concientizar a la comunidad de Brasilito, Guanacaste, Costa Rica, en la importancia de separar los residuos y garantizar que estos estarán disponiéndose de manera adecuada, considerando que estos pueden valorizarse. Este proyecto lo realizamos con el apoyo de la Asociación de Desarrollo Integral de Playa Brasilito.

Durante el 2022 se colocaron 8 pasos de fauna por parte de Reserva Conchal en la zona, donde mejoramos los existentes e instalamos nuevos en puntos identificados donde existía la necesidad. La instalación de estos pasos de fauna tiene como objetivo mantener el movimiento libre y seguro de los animales, permitiendo así su sobrevivencia en el ecosistema.

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, Word

Descripción generada automáticamente

# Capítulo 5.

# Directores, personal gerencial y empleados

La Junta Directiva de la empresa está compuesta por 7 miembros, los directores fueron electos según acuerdo tomado en Asamblea General Ordinaria de Accionistas celebrada el 2 de noviembre de 2021 por el periodo del 1 de enero del 2022 al 31 de marzo de 2024. A continuación, información de cada director, así como su fotografía:

Ilustración 1 - Junta Directiva vigente

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

Descripción generada automáticamente**

Tabla - Junta Directiva vigente hasta el 31 de marzo 2024

| **Cargo** | **Persona** | **Detalles** |
| --- | --- | --- |
| Presidente | Wilhelm Steinvorth Herrera | Año de nacimiento: 1953 |
| Ingresó a la Junta Directiva en 1997 |
| Vicepresidente | José Rossi Umaña | Año de nacimiento: 1961 |
| Ingresó a la Junta Directiva en 2003 |
| Secretario | Arturo Alexis Loría Agüero | Año de nacimiento: 1953 |
| Ingresó a la Junta Directiva en 1988 |
| Tesorera | Shannon Music Gamboa | Año de nacimiento: 1979 |
| Ingresó a la Junta Directiva en 2018 |
| Vocales | Sergio Egloff Gerli | Año de nacimiento: 1954 |
| Ingresó a la Junta Directiva en 2006 |
| Philippe Garnier Diez | Año de nacimiento: 1980 |
| Ingresó a la Junta Directiva en 2018 |
| Jaime Jiménez Solera | Año de nacimiento: 1962 |
| Ingresó a la Junta Directiva en 2019 |

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Comité de Auditoría y Riesgos** | |
| Sergio Egloff Gerli | Presidente |
| Arturo Alexis Loría Agüero | Secretario |
| Roberto Truque Harrington | Miembro |

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

## Personal Gerencial

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

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

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

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

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

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

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

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

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Fabián Fernández Faith**  Gerente de Hospitalidad |  |
| Nacionalidad: Costarricense  Año de nacimiento: 1978  Ingreso: 10 de agosto 2009 |

|  |  |
| --- | --- |
| Imagen que contiene persona, hombre, edificio, traje  Descripción generada automáticamente | **Fabrizio Papaianni Martínez**  Director de Auditoría y Cumplimiento |
| Nacionalidad: Colombiano  Año de nacimiento: 1969  Ingreso: 10 de enero 2011 |

### Representación Judicial y Extrajudicial

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

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

## Políticas generales de compensación de los directores y personal gerencial

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

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

Las acciones que se utilizan en el plan de compensación por logros obtenidos se compran en el mercado secundario. Este esquema funciona como un plan de retención debido a que las acciones se asignan a los beneficiarios en un plazo de 4 años (la asignación se realiza en acciones y no como opción de compra). Un mayor detalle de este plan de compensación se incluye en la nota 24 de los Estados Financieros Auditados.

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

Tabla - Paquete compensación ejecutiva

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Rubro** | **En millones de colones** | |
| **2021** | **2022** |
| Salario base | 16.712 | 16.877 |
| Bonificación ejecutiva | 2.604 | 5.158 |
| **Total** | **19.316** | **22.035** |

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

Tabla - Acciones adjudicadas y traspasadas

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Periodo** | **Cantidad adjudicada** | **Cantidad traspasada** | **No utilizadas** | **Saldo** | **Fecha valor** | **Vencimiento final** |
| 2018-2019 | 1.086.345 | 497.360 | 291.056 | 297.929 | 30 setiembre de 2019 | 31 de octubre 2023 |
| 2020 | 1.851.662 | 1.691.346 | 67.749 | 92.567 | 31 diciembre de 2019 | 31 de diciembre 2023 |
| 2021 | 95.050 | 26.441 | 36.401 | 32.208 | 31 diciembre de 2020 | 31 de diciembre 2024 |
| 2022 | 1.406.633 | 269.040 | 61.438 | 1.076.155 | 31 diciembre de 2021 | 31 de diciembre 2025 |
| Total | 5.274.175 | 3.138.776 | 636.540 | 1.498.859 |  |  |

## Personal

FIFCO emplea directamente a 5.181 personas entre personal de planta, distribución, administración y servicio, ya sean fijos, temporales o de medio tiempo. Adicionalmente, miles de personas trabajan en empresas que directa o indirectamente se relacionan con la Compañía.

Tabla - Distribución del personal por país

|  |  |
| --- | --- |
| **País** | **Colaboradores** |
| Costa Rica | 3.747 |
| Estados Unidos | 826 |
| Guatemala – El Salvador-México | 608 |
| **Total, Empleados** | **5.181** |

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

Tabla - Porcentaje de colaboradores afiliados a Asociaciones Solidaristas

|  |  |
| --- | --- |
| **Asociación Solidarista** | **Porcentaje de Colaboradores** |
| Asociación Solidarista de Empleados de Reserva Conchal y Afines  (ASORESERVA) | 70,00% |
| Asociación Solidarista de Empleados de Panificadora Nacional  (ASEPAN) | 83,82% |
| Asociación Solidarista de Empleados de Florida Ice & Farm Co., S.A. y Afines (ASOFLORIDA) | 73,00% |

## 

## Participación social de directores, personal gerencial y empleados

Al 31 de diciembre de 2022, los empleados de FIFCO a través de la Asociación Solidarista de Empleados (ASOFLORIDA, S.A.) tienen una participación de 0.40% del capital accionario total.

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

En lo que se refiere al personal gerencial de la Compañía su participación es de 0.39% del capital accionario total.

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

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



# Capítulo 6.

# Participaciones significativas y transacciones con partes relacionadas

## Participaciones significativas

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

## Transacciones con partes relacionadas

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

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

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

Tabla - Saldos con partes relacionadas

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Saldos (En millones de colones)** | **31 diciembre** | **31 diciembre** |
| **2021** | **2022** |
| ***Por cobrar:*** | | |
| Compañía Cervecera de Nicaragua S.A. | 351 | 706 |
| Heineken Internacional, BV | 189 | 221 |
| Compañía Distribuidora Nicaragua, S.A. | 93 | 340 |
| H.A. Logística de Carga, S.A. | 81 | 42 |
| Vidriera Centroamericana, S.A. | 14 | 52 |
| **Total** | **728** | **1.361** |
| ***Documentos por cobrar*** | | |
| Cervecería Panamá, S.A. | **5.192** | **5.622** |
| ***Por pagar:*** | | |
| Vidriera Centroamericana, S.A. | 451 | 566 |
| H.A. Logística de Carga, S.A. | 571 | 506 |
| Compañía Cervecera de Nicaragua, S. A. | 125 | 395 |
| Vidriera Guatemalteca, S.A. | - | 371 |
| Heineken Internacional, BV | 51 | 193 |
| Compañía Distribuidora Nicaragua, S.A. | 89 | 99 |
| Jiménez Blanco y Quirós, S.A. | 138 | 25 |
| **Total** | **1.425** | **2.155** |

Fuente: Estados Financieros Auditados al 31 de diciembre del 2022.

En el 2022, las tasas de interés para créditos en colones oscilan entre 2,90% y 12,55% y en dólares entre 1,20% y 6,82%, (en el 2021, las tasas en colones oscilaron entre 2,90% y 4,50%, y en dólares entre 1,20% y 5,56%).

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

Tabla - Transacciones con partes relacionadas

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Transacciones (En millones de colones)** | **Por el periodo de doce meses terminado al 31 de diciembre** | **Por el periodo de doce meses terminado al 31 de diciembre** |
| **2021** | **2022** |
| ***Compras de envases y producto:*** | | |
| Vidriera Centroamericana, S.A. | 7.114 | 10.429 |
| Heineken Internacional, BV | 2.569 | 3.616 |
| Compañía Cervecera Nicaragua, S.A. | 764 | 1.609 |
| **Total** | **10.447** | **15.654** |
| **Ingreso por venta de producto** | | |
| Heineken Internacional, B.V. | 2.262 | 2.551 |
| Compañía Cervecera de Nicaragua, S.A. | 2.494 | 5.372 |
| Compañía Distribuidora de Nicaragua, S.A. | 2.430 | 3.130 |
| Cervecería Panamá, S.A. | 29 | 323 |
| **Total** | **7.215** | **11.376** |
| ***Ingreso por intereses:*** | | |
| Cervecería Panamá, S.A. | **346** | **323** |
| ***Reintegro de gastos:*** | | |
| Heineken Internacional, B.V. | **203** | **292** |
| ***Dividendos recibidos:*** | | |
| Inversiones Cerveceras Centroamericanas, S.A. | 9.125 | 11.696 |
| Empresas Comegua, S.A. | 2.371 | 3.292 |
| **Total** | **11.496** | **14.988** |
| ***Gastos por servicios:*** | | |
| H.A. Logística de Carga, S.A. | 2.906 | 3.240 |
| Jiménez Blanco y Quirós, S.A. | 684 | 489 |
| Compañía Distribuidora de Nicaragua, S.A. | 421 | 500 |
| Heineken Internacional, B.V. | 365 | 181 |
| Compañía Cervecera Nicaragua, S.A. | 73 | 220 |
| **Total** | **4.449** | **4.630** |

Fuente: Estados Financieros Auditados al 31 de diciembre 2022.



# Capítulo 7.

# Información financiera

## Anexos al prospecto

* Estados Financieros Consolidados Auditados 2020
* Estados Financieros Consolidados Auditados 2021
* Estados Financieros Consolidados Auditados 2022

## Periodicidad de la información a los inversionistas

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

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

Logotipo, nombre de la empresa

Descripción generada automáticamente

1. Fuente: Share of Market AC Nielsen, Enero-Diciembre 2022. [↑](#footnote-ref-2)
2. Las variaciones que se muestran en esta sección corresponden al comparativo 2020 vs. 2021 vs. 2022. [↑](#footnote-ref-3)
3. Al 31 de diciembre de 2022 y 2021, se utilizaron los tipos de cambio de ¢601,99 y ¢645,25 por US$1,00, respectivamente, para valorar los activos y pasivos monetarios denominados en moneda extranjera. [↑](#footnote-ref-4)
4. Contempla: Personas Físicas Extranjeras Residentes, Personas Físicas Extranjeras No Residentes y Personas Jurídicas Extranjeras [↑](#footnote-ref-5)