



20 de febrero, 2024

Estimados accionistas:

El año 2023 marca los 115 años de la existencia de Florida Ice and Farm Company, S.A.. La compañía, que nace en La Florida de Siquirres, Costa Rica como una empresa dedicada a la fabricación de hielo y comercialización de productos de naturaleza agrícola, hoy celebra este aniversario como una empresa multinacional con más de 6.300 colaboradores y un portafolio de más de 2.000 productos.

La transformación de la compañía a lo largo de estos 115 años es evidente. FIFCO ha ampliado su presencia geográfica y diversificado las categorías y servicios en los que participa. Hoy estamos orgullosos de contar con marcas de calidad mundial, ofreciendo una amplia gama de bebidas, alimentos y otros productos y servicios que son parte de la vida cotidiana de muchas personas. Al mismo tiempo, nos hemos mantenido fieles a los principios sobre los cuales se fundó la compañía, como son el emprendimiento, la excelencia operativa y la solidaridad, y hoy FIFCO se sigue destacando por su compromiso con la generación simultánea de valor económico, social y ambiental, enmarcado en un actuar ético y transparente.

Esta transformación y generación de valor para los accionistas y demás públicos de interés con los que se relaciona FIFCO ha sido posible gracias al compromiso de los colaboradores de la compañía, quienes día a día trabajan con pasión para ganarse la preferencia de miles de clientes y consumidores en los distintos mercados en los que se tiene presencia.

Los resultados de triple utilidad de la compañía del año 2023, capturan y demuestran ese compromiso, logrando resultados históricos en medio de un contexto de importantes retos locales y globales.

En cuanto a los resultados financieros, en el 2023 la compañía logra resultados sin precedentes en utilidad operativa, la cual creció en un 8%, alcanzando 134 mil millones de colones. De igual forma se logra un resultado récord en utilidad de operación antes de otros gastos, intereses, impuestos, depreciación y amortización ("EBITDA" por sus siglas en inglés), con un 4% de crecimiento versus año anterior. La utilidad neta atribuible a los accionistas aumenta en un 2% contra el 2022, para un total de 78 mil millones de colones y los dividendos por acción alcanzan un rendimiento histórico, con una rentabilidad del 7%, con un pago récord de 40 mil millones de colones en el año. El índice de apalancamiento de bebidas y alimentos de la compañía se ha mantenido un año más, por debajo del promedio de la industria, reflejando un balance fortalecido.

Lo expuesto es acompañado por un crecimiento en ventas en Centroamérica, con mayores precios promedio en cerveza y refrescos Costa Rica por inflación de costos, así como, mayor volumen de bebidas alcohólicas saborizadas y refrescos, afectado por menor desempeño en el negocio de Estados Unidos. La operación de venta al detalle en Costa Rica logra un aumento en las ventas de formato de conveniencia, esto como resultado de una oferta de valor renovada, más tiendas, más transacciones y mejores precios. Hospitalidad registra mayores niveles de ocupación hotelera a mejor tarifa, sin embargo, al estar los ingresos denominados en dólares, la conversión del tipo de cambio afecta negativamente.



En cuanto a las empresas asociadas, Cervecería Panamá cierra el 2023 con crecimiento importante en volumen y participación de mercado, con una mayor inversión en mercadeo y gastos de operación. INCECA, en Nicaragua, mantiene su senda de crecimiento en todas las categorías, con una mayor rentabilidad; y Comegua registra menores exportaciones, pero con menor gasto operativo y financiero.

Los resultados del año 2023 capturan en gran parte el enfoque dado a las prioridades definidas y comunicadas para el año:

1. Recalibración de los negocios
2. Transformar para crecer
3. Liderazgo holístico

La recalibración de los negocios nos llevó a un profundo entendimiento de los retos y oportunidades que presentan tanto las geografías en las que operamos como las categorías en las que competimos. A pesar de seguir operando en un entorno volátil, la mayoría de los negocios mostraron crecimiento.

El 2023 nos trae categorías fortalecidas. La categoría de cerveza en Costa Rica presenta resultados saludables a pesar de un ambiente de alta competencia. Las bebidas refrescantes y funcionales retoman la senda de crecimiento, logrando un crecimiento del 10% contra año anterior y por último, en bebidas alcohólicas saborizadas, continuamos liderando en preferencia en mercados clave como Costa Rica, a la vez que diseñamos el futuro y el mercado de esta categoría de alto potencial, categoría que juega un papel estratégico en la regionalización de nuestro portafolio en geografías como México, Centroamérica y más recientemente, el Caribe.

El negocio de Estados Unidos se ve afectado por mayores costos por inflación y gastos de mercadeo, una caída en el volumen de bebidas alcohólicas saborizadas y el efecto cambiario, principalmente. En respuesta a este contexto, durante este periodo se toman medidas que sientan la base de cara a un replanteamiento del negocio en esta geografía, el cual contempla cambios significativos en la forma de operar y en la propuesta de valor de las principales marcas.

La operación de México, siendo un negocio emergente, reporta una afectación por costos logísticos, propios de hacer negocios en un mercado de esas dimensiones, pero da señales positivas con una evidente preferencia por parte de los consumidores reflejada en mayor participación de un segmento de mercado creciente, en donde FIFCO ya ocupa la segunda posición de mercado.

Esta recalibración de los negocios resulta en un accionar claro y contundente de cara al año 2024, sentando las bases correctas para los años que vienen.

En cuanto a la segunda prioridad estratégica "Transformar para crecer", el año 2023 evidencia una evolución positiva hacia un negocio mucho más apalancado en la tecnología, la digitalización y el aprovechamiento de los datos. Muestra de esto, el año 2023 se convierte en año récord en la adopción de plataformas de venta digitales y asistidas, las cuales representan un 70% de las ventas en Costa Rica. Esta adopción acelerada por parte de los clientes se traduce en una mayor eficiencia operativa, procesos comerciales estandarizados, más ágiles y eficientes. Este acompañamiento consultivo a nuestros clientes y socios comerciales se refleja en una mejora del 12% contra año anterior en el índice de evaluación del servicio comercial en Costa Rica, el "Net Promoter Score", medida utilizada en la industria.



La tercera prioridad, “Liderazgo Holístico” hace referencia al compromiso de FIFCO con la creación de valor, siguiendo una estrategia de triple utilidad, apuntando a cumplir criterios ambientales, sociales y de gobernanza como una forma de gestionar el riesgo y fortalecer la operación, garantizando la sostenibilidad y la permanencia exitosa de la compañía a través del tiempo.

Como parte de la ruta hacia mejores prácticas y con miras a lograr un mayor estándar de excelencia en las agendas ambiental, social y de gobernanza (ESG por sus siglas en inglés), la compañía implementó durante este periodo una serie de mejoras en políticas internas en materia ambiental, talento, cadena de abastecimiento, ciberseguridad, gobierno corporativo, entre otras. Producto de esta agenda, FIFCO pasa de una medición base de 63 puntos en el año 2022 a 81 puntos en el Índice de Madurez ESG, índice de los consultores Price Waterhouse Coopers. Sobresale la calificación lograda de 81 puntos al contrastar con una calificación promedio de 26 puntos para la industria de bebidas y alimentos.

Fiel a su compromiso ambiental, FIFCO mantuvo sus principales operaciones agua positiva, carbono positivo y cero desechos sólidos. Como parte de la agenda Plástico 360°, destaca una mejora significativa en los niveles de recuperación de plástico, logrando un 120% de recuperación posconsumo. Reconociendo el cambio climático como uno de los retos más apremiantes a los que se enfrenta la humanidad, destaca el fortalecimiento de la Estrategia de Acción Climática de la compañía, definiendo acciones puntuales de mitigación, adaptación y gestión de impactos.

En materia social, la compañía continúa liderando la educación en Consumo Inteligente de alcohol y da pasos importantes en su evolución hacia un portafolio de bebidas y alimentos más balanceado en cuanto a niveles de azúcar, grasa y sodio. Un 37% de participación femenina en puestos de liderazgo, la atención de la pobreza multidimensional a lo interno de la compañía, una mayor oferta en programas de formación dual y la agenda fortalecida de voluntariado “Elegí Ayudar” demuestran el compromiso de FIFCO con la promoción de la prosperidad en las geografías en las que operamos.

En relación con el Gobierno Corporativo y los estándares de buena gobernanza, se realizó la evaluación anual de la gestión de la Junta Directiva con apoyo de una firma especializada e independiente. El resultado fue un 99% 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.

Se suman dos acontecimientos importantes para el periodo 2023: la definición de una nueva visión para FIFCO y su respectiva hoja de ruta de cara al año 2027 y como segundo punto, el cambio en la dirección general de la compañía.

Luego de un cuidadoso proceso de revisión del contexto, de las tendencias mundiales y un entendimiento profundo de las geografías y categorías en las que opera FIFCO, se actualiza la visión de la compañía para los próximos 5 años: “Ser una empresa de bebidas y alimentos centrada en el consumidor, que traza camino en la triple utilidad, desafiando fronteras a través de marcas altamente valoradas que inspiran a todos a saborear la vida.”

Esta visión renovada es acompañada por una estrategia clara y detallada, la cual define una aspiración al año 2027: “Ser una de las compañías de más rápido crecimiento en la región con un margen de



EBITDA superior al 20%". Esta aspiración es sustentada por una definición de en cuáles geografías jugar y cómo ganar, identificando, a su vez, las capacidades por fortalecer en los próximos años.

El contar con una visión y ruta para los próximos 5 años nos alinea en una misma dirección, facilitando la toma de decisiones a corto, mediano y largo plazo, y nos permite anticipar y adaptarnos a los cambios propios del mercado y nuestro entorno, habilitando una optimización de recursos al tener visibilidad de las necesidades futuras.

El 24 de octubre del año 2023 se anunció, vía hecho relevante, el cambio en la dirección general de la compañía: Ramón Mendiola Sánchez, quien se desempeñó por 20 años como director general, cerró su ciclo en esta posición el 31 de diciembre del 2023. En línea con los planes de sucesión de la organización, la Junta Directiva de FIFCO anunció a Rolando Carvajal Bravo, quien fungía como director ejecutivo de negocios, como nuevo director general, asumiendo la posición el 1ero de enero del año 2024. En nombre de la Junta Directiva agradecemos profundamente a Ramón por su liderazgo, compromiso y aportes durante esos 20 años y con entusiasmo le deseamos el mayor de los éxitos a Rolando y a su equipo en esta nueva etapa.

Llegamos al 115 aniversario de FIFCO con récords históricos en utilidad de operación, EBITDA, utilidad neta atribuible a los accionistas y pago de dividendos. Se suman a lo anterior, marcas y categorías fortalecidas, así como, importantes e innovadoras agendas que buscan la creación de valor ambiental y social con una sólida gobernanza. Hoy podemos ver con orgullo hacia el pasado y con ilusión hacia el futuro. Estoy convencido que ese espíritu emprendedor que nos diferencia, nuestros valores y nuestro propósito corporativo de compartir con el mundo una mejor forma de vivir, seguirán siendo los pilares de nuestro éxito en los años venideros.

Wilhelm Steinvorth Herrera
Presidente de Junta Directiva
Florida Ice and Farm Company, S.A.