

UN SIGLO DE CELEBRACIÓN, **UN FUTURO SIN LÍMITES**

FIFCO

Índice

SECCIÓN A **Somos FIFCO** 4

5 Nuestro propósito

9 FIFCO y sus líneas de negocio

10 Nuestras categorías y productos

11 Resumen financiero

SECCIÓN B **Marco estratégico** 12

13 Mensaje del Presidente de la Junta Directiva

15 Mensaje del Director General

16 Junta Directiva

18 Comité Ejecutivo

31 ODS y nuevas metas en sostenibilidad

37 ¿Con quién nos relacionamos?

47 Certificaciones y reconocimientos

52 Política de calidad e inocuidad

SECCIÓN C **Informe de Gestión** 55

56 Principales resultados financieros

66 Prioridades estratégicas

67 1-Fortalecer los mercados consolidados, enfocados en la innovación

100 2-Impulsar la agenda de expansión

111 3- Continuar con operaciones eficientes, agiles y digitalizadas

124 **Estrategia Ambiental**

169 **Estrategia Social**

169 • Agenda interna

199 • Agenda externa

214 **Gobernanza**

Normas NIIF S1 y S2 233

Anexos 243

¿Cómo leer este reporte?

FIFCO reporta por décimo segundo año consecutivo su desempeño bajo un enfoque de información integrada, es decir, demostrando la interrelación en la creación de valor económico, social y ambiental de forma simultánea.

Este informe se ha elaborado de acuerdo con los Estándares GRI. Además, inició el proceso de alineamiento con las Normas Internacionales de Información Financiera (International Financial Reporting Standards “IFRS”), una organización de interés público sin ánimo de lucro creada para desarrollar normas contables y de divulgación de la sostenibilidad de alta calidad, comprensibles, aplicables y aceptadas en todo el mundo.

FIFCO complementa la guía y recomendaciones del IFRS con los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas y hace referencia a cómo la estrategia e iniciativas de la empresa contribuyen a los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) de las Naciones Unidas. Este reporte presenta a los accionistas y demás públicos de interés el desempeño económico, social y ambiental de la compañía, a la vez que hace un recuento de cómo Florida Ice and Farm Company, conocida como FIFCO, crea valor en términos financieros y no financieros.

FIFCO identifica y reporta su contribución a la sociedad y al medio ambiente, al relacionar sus esfuerzos e iniciativas con los contextos y retos específicos en los que opera.

Alcance

La empresa reporta lo correspondiente al periodo fiscal comprendido entre el 1ero de enero del 2024 al 31 de diciembre del 2024, en todas las jurisdicciones en que opera.

Marcos y criterios utilizados

Los contenidos de este reporte se definieron de acuerdo con los siguientes criterios:

- **Congruencia y continuidad** con lo reportado en el periodo 2023.
- **Definición de la materialidad**, según entrevistas y proceso de consulta a los públicos de interés.
- **Actualización de la estrategia** de sostenibilidad.
- **Logros y programas clave** del periodo anterior.

Proceso de verificación

Somos miembros de la Comunidad GRI y apoyamos la misión de GRI de empoderar a los tomadores de decisiones en todas partes, a través del Reporte de Estándares de Sostenibilidad GRI y su red de públicos de interés, para tomar medidas hacia una economía y mundo más sostenible.

Contactos de reporte

Carlos Morales
Gerente de Comunicación
Correo electrónico:
carlos.morales.vargas@fifco.com

Katherine Elizondo
Coordinadora de Comunicación
Correo electrónico:
katherine.elizondo@fifco.com

Este reporte se encuentra disponible en la página web **www.fifco.com** y en el sitio: **www.fifcosostenible.com**

SECCIÓN

A

Somos FIFCO

Nuestro propósito

“Compartimos con el mundo una mejor forma de vivir”

FIFCO es una empresa costarricense de capital abierto, fundada en el año 1908, dedicada principalmente a producir y distribuir bebidas y alimentos en Centroamérica, Norteamérica y El Caribe, así como a negocios de venta al detalle y hospitalidad en Costa Rica, e inversiones varias.

¿Qué nos diferencia?

Nuestro propósito, la sostenibilidad al centro del modelo de negocio, nuestra gente y productos de la más alta calidad son nuestros principales diferenciadores.



Nuestro propósito corporativo

“Compartimos con el mundo una mejor forma de vivir”, revelado en el año 2014, captura la magia de FIFCO y se convierte en esa fuerza movilizadora que impulsa a la organización hacia una mejor forma de operar, da sentido al porqué hacemos lo que hacemos y busca una conexión más profunda con los diferentes públicos con los que nos relacionamos.

Nuestro modelo de negocios

Desde el año 2008 operamos bajo una estrategia de triple utilidad, es decir, buscamos la creación de valor económico, social y ambiental de forma simultánea. FIFCO apuesta a una evolución de su estrategia al adoptar un nuevo marco conceptual de indicadores Ambientales, Sociales y de Gobernanza (también conocido como ESG por sus siglas en inglés), temas abordados y gestionados desde hace más de 16 años, siempre en búsqueda de una mejora continua.

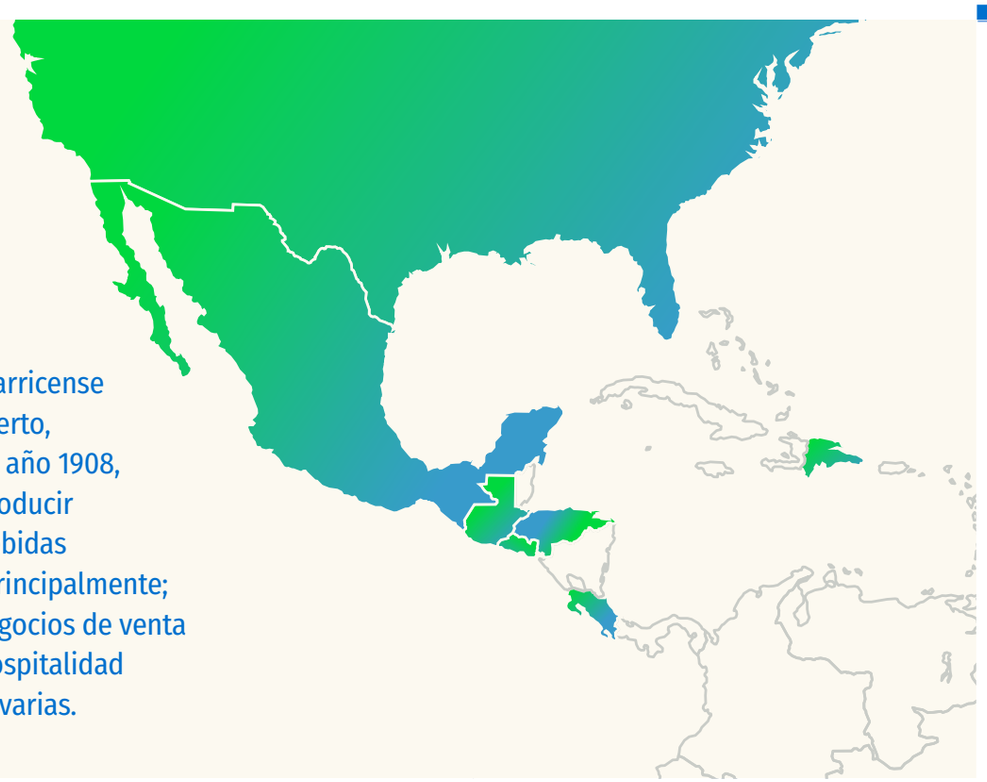
Nuestra gente

FIFCO está compuesto por **6.883** colaboradores y **2.200** accionistas de los cuales ninguno posee más del 10% de las acciones totales de la compañía.

Nuestras marcas y nuestro compromiso con la innovación y calidad

Marcas como Imperial, Pilsen, Tropical, Jet, Ducal, Musmanni y Musi, son impulsadas por un alto compromiso social y ambiental y conectan con sus consumidores con una propuesta holística que trasciende calidad.

FIFCO



Empresa costarricense de capital abierto, fundada en el año 1908, dedicada a producir y distribuir bebidas y alimentos principalmente; así como a negocios de venta al detalle y hospitalidad e inversiones varias.

¿DÓNDE OPERAMOS?

SEDE

- Costa Rica

OPERACIONES

- Estados Unidos
- México
- Guatemala
- El Salvador
- Honduras
- Nicaragua
- Panamá
- República Dominicana

PERSONAS COLABORADORAS

6.883

ACCIONISTAS

2.200

LOGROS DESTACADOS

Continuamos con un balance **Agua Positiva, Carbono Positivo y Cero Desechos Sólidos** en principales plantas y operaciones.

CAPACIDAD

5 Plantas de producción

13 Centros de distribución

EXPORTACIONES

13 Países

PRODUCTOS

2.675 Productos

CADENA DE VALOR

3.471 Proveedores locales e internacionales

***Para más referencia sobre términos y unidades de negocio de la compañía referirse al glosario en página 289.**

SUBSIDIARIAS*

- **Distribuidora La Florida**
  - FIFCO Centroamérica
  - FIFCO CAM
  - Florida Retail (Musmanni, Musi, Vinum Store)
  - FIFCO USA
- **Florida Inmobiliaria S.A.**
  - Proyectos de hospitalidad en Costa Rica
  - Reserva Conchal
  - RePÚBlica Casa Cervecera
- **Florida Capitales**
  - FIFCO México
  - Inversiones en la producción de envases y negocios cerveceros en Centroamérica

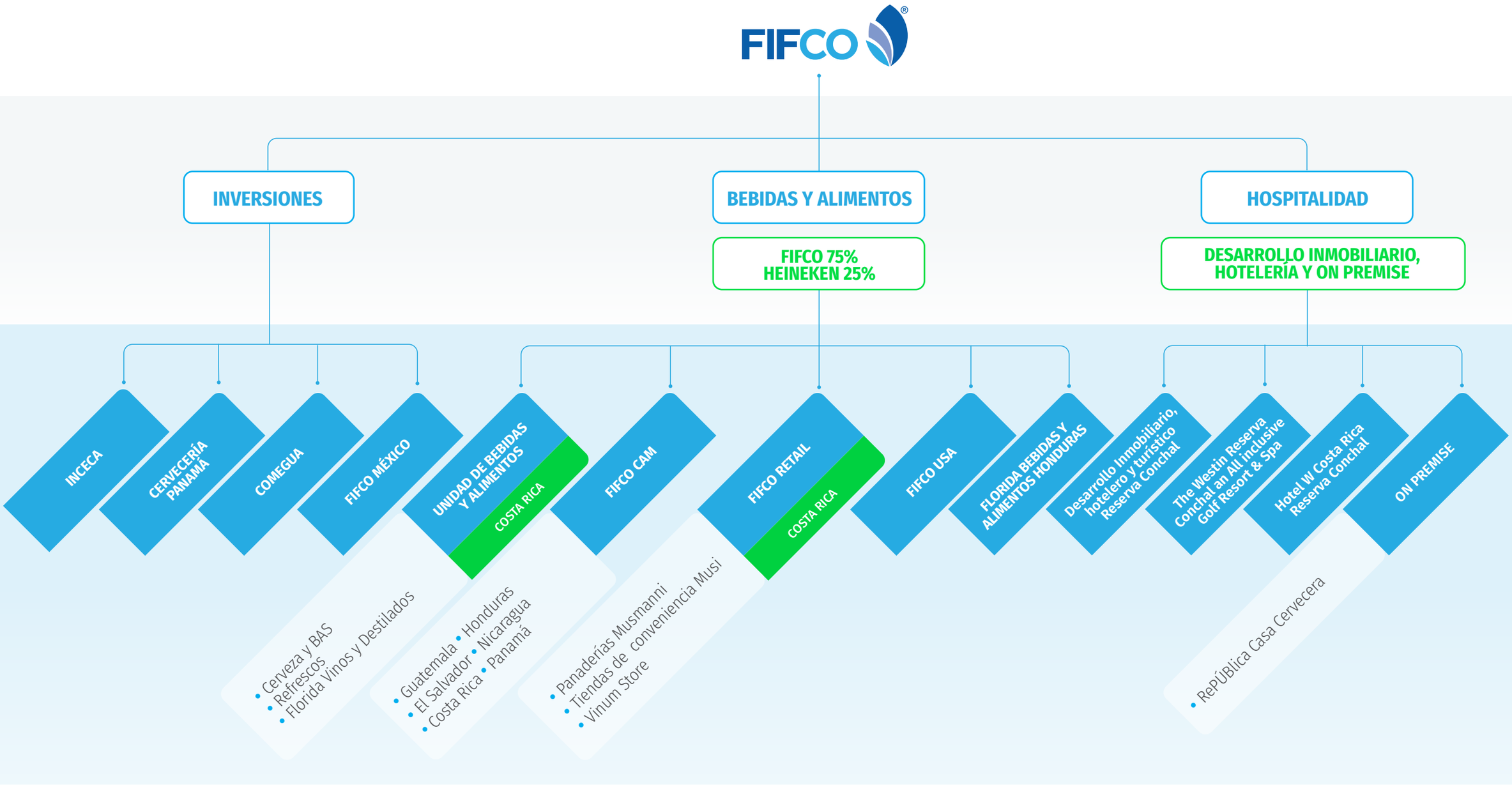
1.094.444
horas de voluntariado acumuladas

8,18g
gramos de azúcar por 250 ml en 2024 vs 10,34g en 2023

71%
de nuestra mezcla de empaques corresponde a envases amigables con el ambiente

100%
de recuperación de envases plásticos postconsumo

FIFCO y sus líneas de negocio



Nuestras categorías y productos



A B C D E F G H I J K

A | Cerveza

- Imperial®
- Pilsen®
- Bavaria®
- Rock Limón®
- Heineken®
- Bohemia®
- Labatt®
- Genesee®
- Sol®
- Guinness®
- Coors Light®
- Toña®
- Samuel Adams®
- Paulaner®
- Red Stripe®

B | Vinos

- Casillero del Diablo®
- Frontera®
- Clos de Pirque®
- Luigi Bosca®
- Navarro Correas®
- Trivento Reserve®
- Terrazas de los Andes®
- Riunite ®
- Fantini®
- Marqués de Cáceres®
- Freixenet®
- Blue Nun®
- 19 Crimes®
- Veuve Clicquot®

Entre otras

C | Destilados

- Johnnie Walker®
- Smirnoff®
- Bailey's®
- Old Parr®
- Buchanans®
- J&B®
- Black&White®
- Crawfords®
- Tanqueray®
- Don Julio ®
- Flor de Caña®

D | Bebidas carbonatadas

- Pepsi®
- Pepsi Black®
- 7UP®
- H20H!®
- Evervess®
- Milory®
- Mirinda®
- Mug®

E | Bebidas alcohólicas saborizadas

- Seagram's Escapes®
- Lipton Hard Iced Tea®
- Adán y Eva®
- Bamboo®
- Smirnoff ICE®
- Cuba Libre®

F | Bebidas hidratantes

- Gatorade®
- Maxi Malta®

G | Bebidas energéticas

- Maxxx Energy®
- JET®

H | Bebidas refrescantes

- Tropical®
- Cristal®
- Kern's®
- Ducal®
- Vitaloe®
- Tampico®
- Fun-C®

I | Alimentos

- Ducal®
- Kern's®

J | Tiendas y Panadería

- Musi®
- Musmanni®
- Vinum Store®

K | Hotelería, Inmobiliaria y On premise

- Reserva Conchal®
- RePUBlica Casa Cervecera®
- Hotel W Costa Rica Reserva Conchal®
- The Westin Reserva Conchal an All inclusive Golf Resort & Spa®

Resumen Financiero 2024

Volumen Total Bebidas

-0,3%

Volumen Total de Alimentos

+5,2%

Ventas Netas

-0,4%

Utilidad de Operación antes de otros gastos

+6,5%

EBITDA*

+6,2%

Utilidad Neta atribuible a accionistas

-10,6%

Rotación de Inventarios

3,8x

Índice de Liquidez

1,1x

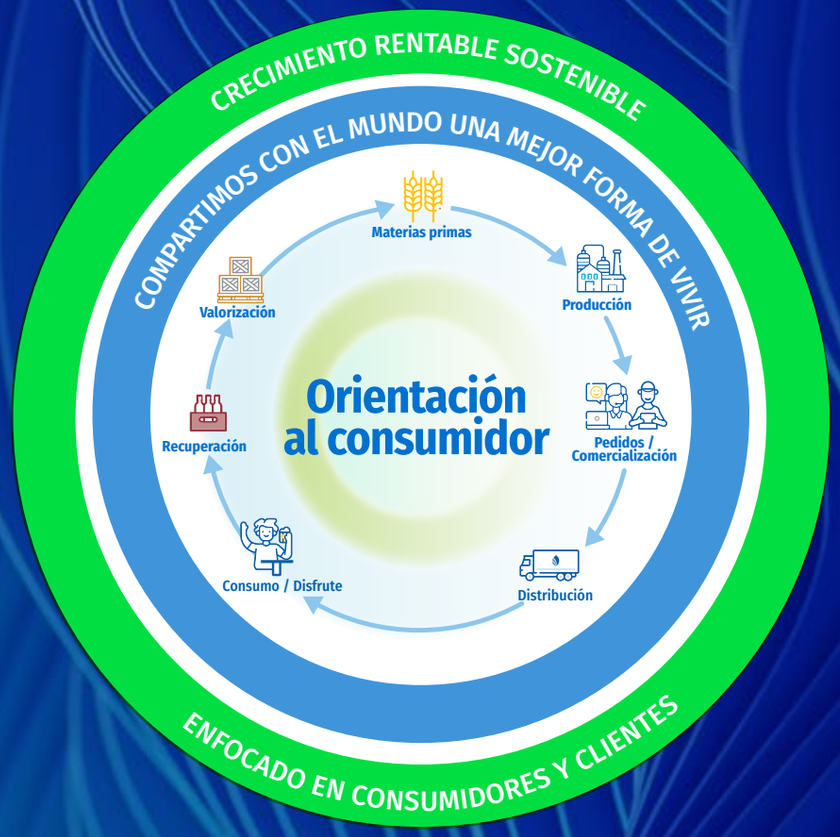
Índice de Apalancamiento Bebidas y Alimentos

1,9x

* Ganancias antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización

SECCIÓN

B



Marco estratégico

Mensaje del Presidente de la Junta Directiva



Wilhelm Steinvorth H.
Presidente de la Junta Directiva de FIFCO

Estimados accionistas:

El 2024 ha sido un año que refleja la fortaleza y resiliencia de FIFCO, marcado por resultados positivos en medio de un entorno dinámico y desafiante. Me complace compartir que la compañía alcanzó un récord histórico en utilidad de operación, ganancias antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (EBITDA, por sus siglas en inglés) y pago de dividendos, superando los **91** millones de dólares, reflejando buen desempeño, solidez financiera y compromiso con nuestros accionistas.

En Costa Rica, aumentamos nuestra participación del valor total del mercado cervecero, con un crecimiento notable en bebidas alcohólicas saborizadas y un desempeño positivo en bebidas carbonatadas, tés, aguas y funcionales. El sector inmobiliario, a pesar del impacto de la apreciación del colón, logró mejoras en tarifas hoteleras. En alimentos y panificación, expandimos nuestra presencia con más puntos de venta y mejores precios. En Centroamérica, destacó el crecimiento en frijoles con una mezcla geográfica favorable, mejores precios y optimización de costos.

Estados Unidos mostró eficiencias en gastos de mercadeo y mejores precios, aunque enfrentó retos importantes que llevaron a un deterioro de activos intangibles por 12.310 millones de colones, resultado de una caída en el volumen de Seagram's Escapes y el retraso en el desplazamiento de Lipton Hard Iced Tea. Sin duda alguna, la búsqueda de una solución sostenible para el negocio de Estados Unidos ha sido y seguirá siendo una prioridad estratégica para la Junta Directiva.

México continúa su trayectoria de crecimiento en volumen, aunque enfrenta retos en descuentos y logística. En cuanto a FIFCO Asociadas, Cervecería Panamá logró un crecimiento de doble dígito en volumen, ventas y utilidad bruta; INCECA Nicaragua creció en todas sus categorías; mientras Comegua enfrentó una reducción en exportaciones.

En cuanto al desarrollo de capacidades para el futuro, la transformación digital y operativa de FIFCO continúa a paso firme, se retomaron inversiones de capital, fortalecimiento de capacidades y simplificación de procesos. Este año también marca un hito importante en la agenda de innovación y expansión geográfica, consolidando la estrategia de diversificación en categorías y mercados.

Particularmente satisfactorio es el reconocimiento de FIFCO como la empresa más responsable según el monitor MERCO, validando nuestro

compromiso con la triple utilidad y el liderazgo en prácticas ambientales, sociales y de gobernanza. Este logro se complementa con una valoración positiva del clima organizacional por parte de nuestros colaboradores, reflejando la solidez de nuestra cultura corporativa.

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 99.5% 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 resalta una transición gerencial exitosa, con lo cual se aseguró la continuidad estratégica y operativa del negocio.

Mirando hacia adelante, mantenemos nuestro compromiso con la creación de valor sostenible, respaldados por un equipo comprometido y una estrategia clara de crecimiento. Los resultados del 2024 no solo demuestran el desempeño de un negocio enfocado en continuar fortaleciendo los mercados consolidados, enfocados en la innovación, seguir impulsando nuestra agenda de expansión y trabajar por una operación cada vez más eficiente, ágil y digitalizada; con lo cual se sientan bases sólidas para el futuro.

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

Mensaje del Director General



Rolando Carvajal Bravo
Director General de FIFCO

Al cerrar mi primer año como director general de FIFCO, me llena de satisfacción compartir con ustedes este Reporte Integrado 2024. Ha sido un año de aprendizajes, logros y sobre todo, un año de nuevos modelos de conexión con nuestra gente.

Durante este periodo, FIFCO ha marcado diversos avances hacia su transformación, hemos dado pasos firmes en innovación y transformación digital, evolucionando hacia una organización más ágil y eficiente. Nuestra estrategia de expansión continúa en su proceso de implementación y consolidación.

Me entusiasma mirar hacia adelante y ver cómo esta organización de 116 años continúa reinventándose, manteniendo vivo su espíritu emprendedor y su compromiso con la triple utilidad. El futuro que visualizo para FIFCO, es un futuro sin límites, con múltiples oportunidades emocionantes sobre las cuales hemos enfocado nuestra estrategia.

Fiel a nuestro compromiso con la transparencia y la rendición de cuentas, los invito a conocer en este reporte nuestro desempeño comercial, ambiental, social y de gobernanza, así como nuestra visión de sostenibilidad expansiva que busca generar valor más allá de nuestra operación.

Rolando Carvajal Bravo
Director General de FIFCO

Junta Directiva



A Wilhelm Steinvorth Herrera
PRESIDENTE

B José Rossi Umaña
VICEPRESIDENTE

C Arturo Alexis Loría Agüero
SECRETARIO

D Shannon Music Gamboa
TESORERA

E Sergio Egloff Gerli
VOCAL

F Phillippe Garnier Diez
VOCAL

G Jaime Jiménez Solera
VOCAL

H Roberto Truque Harrington
FISCAL

A Wilhelm Steinvorth Herrera

PRESIDENTE DE LA JUNTA DIRECTIVA

Año de ingreso: 1997
Formación: Empresario.

Experiencia laboral:
Se ha desempeñado en diferentes posiciones gerenciales de importantes empresas como Punto Rojo S.A.

Participación en otras empresas o juntas directivas:
es miembro de la Junta Directiva de INCECA (Panamá), CCN (Nicaragua), COMEGUA (Panamá) y Farmagro S.A. Actualmente ocupa la presidencia de FIFCO y Vidriera Centroamericana S. A. (VICESA).

B José Rossi Umaña

VICEPRESIDENTE

Año de ingreso: 2003
Formación: Administrador de Empresas.

Experiencia laboral: Socio-fundador de la firma de capital privado y banca de inversión E3 Capital S.A., fue CEO de DHL Express & Logistics para Centroamérica y ocupó la Presidencia Ejecutiva y Gerencia General de Corporación Cormar. Fungió como Ministro de Comercio Exterior de Costa Rica; ocupó la Presidencia de las Juntas Directivas de CENPRO, el Consejo Nacional de Inversiones, la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica y la Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo.

Participación en otras empresas o juntas directivas:
Miembro de la Junta Directiva de Purdy Motor S.A. y Corporación CAFSA, ocupa la Presidencia de la Junta Directiva de Lead University y de ITS Infocom.

C Arturo Alexis Loría Agüero

SECRETARIO

Año de ingreso: 1988
Formación: Ingeniero Industrial.

Experiencia laboral:
Administrador de empresas tales como Coala S.A. y sus subsidiarias.

Participación en otras empresas o juntas directivas:
Coala S.A. y subsidiarias.

D Shannon Music Gamboa

TESORERA

Año de ingreso: 2018
Formación: MBA, Escuela de Negocios de Harvard, Boston, Massachusetts. Maestría en Administración Pública, Escuela de Gobierno de Harvard, Boston, Massachusetts. Bachiller en Arte y Psicología, Universidad de Harvard.

Experiencia laboral: Labora como Directora Ejecutiva de VIVA Idea. Fue Directora de Operaciones en Fundación Latinoamérica Posible y fue consultora y COO provisional del Progreso Social Imperativo en Costa Rica. Además, laboró como consultora en el Boston Consulting Group (Boston, MA) y en New Sector Alliance (Boston, MA), entre otros.

Participación en otras empresas o juntas directivas:
Miembro de Junta Directiva de la Escuela Lincoln en Costa Rica y Secretaria de la Junta Directiva de VIVA Trust. Además, fue parte de la Junta Directiva de Fundación Avina.

E Sergio Egloff Gerli

VOCAL

Año de ingreso: 2006
Formación: Programa de Desarrollo Administrativo (PMD), Universidad de Harvard, Boston, Estados Unidos. Maestría en Administración de Empresas, INCAE, Nicaragua. Licenciatura de Administración de Negocios, Universidad de Costa Rica.

Experiencia laboral:
Ha desempeñado puestos gerenciales en compañías como Holcim y Productos de Concreto.
Participación en otras empresas o juntas directivas:
Es miembro del Comité de Vigilancia del Grupo Nación S.A. y miembro de la Junta Directiva de la Cámara Costarricense de la Construcción.

F Phillippe Garnier Diez

VOCAL

Año de ingreso: 2018
Formación: MBA con énfasis en Marketing, Universidad de Austin, Texas. Bachillller en Ingeniería Industrial con especialidad en Administración, Universidad Purdue.

Experiencia laboral: labora como Vicepresidente Ejecutivo de Garnier & Garnier Real Estate Developers, COO de la Corporación Garnier & Garnier, Co-fundador y CEO de la Fundación CR Endurance y Co-fundador y miembro de Junta Directiva del Banco de Mejoras.

Participación en otras empresas o juntas directivas:
miembro de Junta Directiva del Banco de Mejoras y Alianza Empresarial para el desarrollo AED.

G Jaime Jiménez Solera

VOCAL

Año de ingreso: 2019
Formación: Máster en Administración de Negocios, Bentley College. Bachiller en Administración de Negocios, Boston College.

Experiencia laboral: Se ha desempeñado como Gerente General del Grupo Jotabequ y Gerente de Mercadeo de Florida Ice and Farm Company. Además, fue Director General de la Inauguración del Estadio Nacional.

Participación en otras empresas o juntas directivas:
Presidente de Grupo Jotabequ Miembro de las Juntas Directivas de Grupo Nación, NAVSAT - Sistemas de Navegación Satelital, GTU Desarrollos - Bienes Raíces, Capris S.A. y miembro del Comité Ejecutivo de Grupo Legacy - Century 21/Sothebys.

H Roberto Truque Harrington

FISCAL

Año de ingreso: 2012
Formación: MBA en Banca y Finanzas, INCAE. Licenciado en Administración de Negocios de la Universidad de Costa Rica.

Experiencia laboral: Vicepresidente Financiero de Scott Paper Company de Costa Rica, Contralor de Kimberly Clark de Centroamérica, Director Financiero de AMANCO Costa Rica, Director Financiero Regional de Mabe Centroamérica y Director Financiero de Aldesa. Ha laborado como consultor.

Participación en otras empresas o juntas directivas:
Presidente de Apronics S.A., miembro de la Junta Directiva del Instituto de Gobierno Corporativo de Costa Rica, miembro de la Junta Directiva de Agrosuperior S.A. y Coordinador de su Comité de Auditoría, Fiscal de Continum Datacenter S.A. Participación ad honorem en el Comité Financiero de Cedes Don Bosco.

Comité Ejecutivo



Rolando Carvajal Bravo

DIRECTOR GENERAL

Año de ingreso a FIFCO: 2003

Formación
Ingeniero Industrial egresado de la Universidad de Costa Rica.

Experiencia laboral
A lo largo de casi dos décadas, Rolando ha desempeñado un papel fundamental en la construcción de la visión y la pasión que definen gran parte de lo que es FIFCO en la actualidad.

Su participación se extiende al progreso y desarrollo de diversas áreas de la empresa, así como a su expansión geográfica.

Rolando es Ingeniero Industrial graduado de la Universidad de Costa Rica, con una sólida formación académica. Acumula más de 25 años de experiencia en el ámbito empresarial y en la industria de alimentos, destacándose en áreas como mercadeo y cadena de suministro, entre otras áreas comerciales.



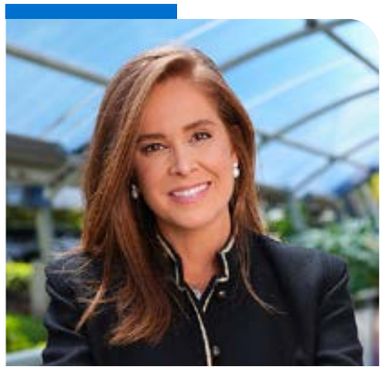
Scarlet Pietri Verenzuela

DIRECTORA DE TALENTO

Año de ingreso a FIFCO: 2007

Formación
Industrióloga egresada de la Universidad Católica Andrés Bello (Caracas, Venezuela), con énfasis en Recursos Humanos.

Experiencia laboral
20 años de ejercicio profesional en diversas industrias y geografías con una vasta experiencia multicultural.



Maria Pía Robles Victory

DIRECTORA DE RELACIONES CORPORATIVAS

Año de ingreso a FIFCO: 2013

Formación
Egresada en Ciencias de la Comunicación Colectiva con especialización en Relaciones Públicas de la Universidad de Costa Rica. Máster en Administración de Empresas de INCAE Business School.

Experiencia laboral
Más de 15 años de experiencia en comunicación corporativa y estrategia social.



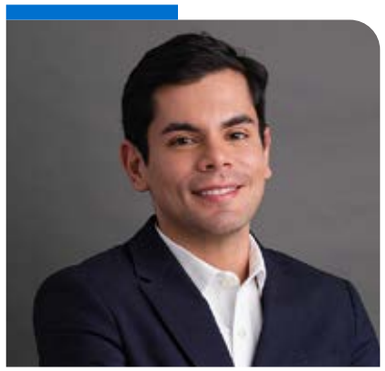
Carlos Manuel Rojas Koberg

DIRECTOR DE FINANZAS Y SERVICIOS CORPORATIVOS

Año de ingreso a FIFCO: 2003

Formación
MBA con énfasis en Finanzas y Mercadeo de The Wharton School, Universidad de Pensylvania, EEUU. Bachiller en Ciencias de la Universidad de Cornell, Ithaca, Nueva York, EE.UU.

Experiencia laboral
Más de 20 años de experiencia en el área de finanzas para empresas multinacionales.



Gabriel Ramírez Loría

DIRECTOR DE MERCADEO

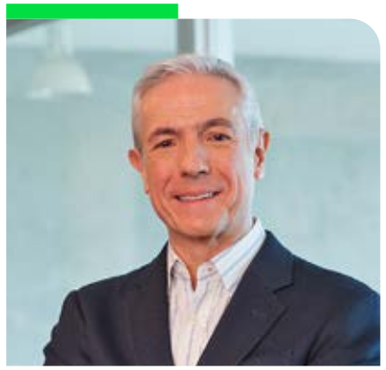
Año de ingreso a FIFCO: 2010

Formación

Licenciado en Marketing y Gestión Empresarial de la Universidad Latina de Costa Rica y Máster Ejecutivo en Marketing y Transformación Digital en INCAE Business School.

Experiencia laboral

Ejecutivo de Marketing e Innovación con una base académica que complementa su experiencia profesional. En la última década, ha desempeñado un rol en la formulación y ejecución de estrategias de marketing para distintas marcas dentro de FIFCO, tanto para las geografías de México y Centroamérica.



Rafael Segovia Fonseca

DIRECTOR
DE TRANSFORMACIÓN

Año de ingreso a FIFCO: 2004

Formación

Administrador de Empresas, énfasis en estrategia y liderazgo. Programa de Marketing aplicado de Kellog, Estados Unidos. Programa de Finanzas para no Financieros de INCAE. Programa de Innovación Disruptiva, Babson, Estados Unidos.

Experiencia laboral

Más de 30 años en empresas de consumo masivo en Costa Rica, Centroamérica, República Dominicana, Ecuador, Perú y Bolivia. Desarrollo de estrategias de negocio, de mercadeo, innovación de productos, planes comerciales, administración de manufactura y dirección de proyectos.



Mariel Picado Quevedo

DIRECTORA
DE SERVICIOS LEGALES

Año de ingreso a FIFCO: 2005

Formación

LLM en Estudios Legales con énfasis en Comercio Internacional y Electrónico de la Universidad de Georgetown, Washington D.C, EEUU. Licenciada de la Facultad de Derecho, Universidad de Costa Rica.

Experiencia laboral

Más de 20 años de experiencia en el área legal para organizaciones privadas y gubernamentales.



Fabián Fernández Faith

GERENTE DE HOSPITALIDAD

Año de ingreso a FIFCO: 2009

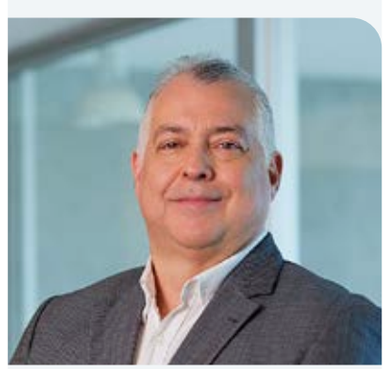
Formación

Licenciatura en Derecho, con mención Cum Laude Probatus, Master en Asesoría Jurídica de Empresas, Executive MBA, Master en Asesoría Jurídica de Empresas.

Experiencia laboral

Más de 20 años de experiencia como abogado corporativo e inmobiliario, además de gerencia financiera.

AUDITOR CORPORATIVO



Fabrizio Papaianni

DIRECTOR DE AUDITORIA
CORPORATIVA
Y CUMPLIMIENTO

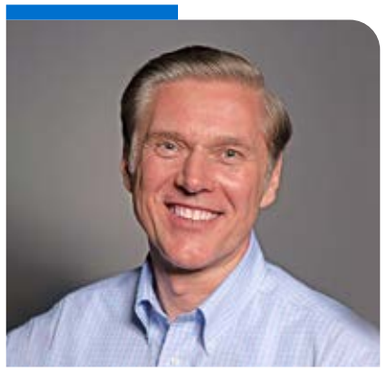
Año de ingreso a FIFCO: 2011

Formación

Maestría en Negocios Internacionales, Universidad Thunderbird. Maestría en administración de proyectos, OBS Business School. Administración de empresas, Universidad del Norte.

Experiencia laboral

Más de 20 años de experiencia en posiciones de auditoría y control interno en distintas compañías multinacionales.



Piotr Jurjewicz

CEO USA

Formación

Egresado de la Universidad A. Mickiewicz en Poznań, Polonia, con un BA en Idioma Español y su Cultura y cuenta con un Máster en Administración de Empresas de la Universidad Nottingham Trent en el Reino Unido y de la Universidad WSB en Polonia.

Experiencia laboral

28 años de experiencia en la industria cervecera y de alimentos y bebidas en América del Sur, Central y del Norte.



Adrián Lachowski

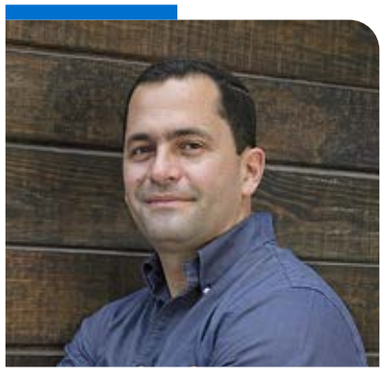
COUNTRY MANAGER CR

Formación

Egresado de la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad de Buenos Aires, Argentina y cuenta con un Máster Ejecutivo en Administración de Empresas de la Escuela de Organización Industrial (Madrid) – Catholic University, Buenos Aires, Argentina.

Experiencia laboral

28 años de experiencia en la industria cervecera y de alimentos y bebidas en América del Sur, Central y del Norte.



Gustavo Adolfo Cornejo Párraga

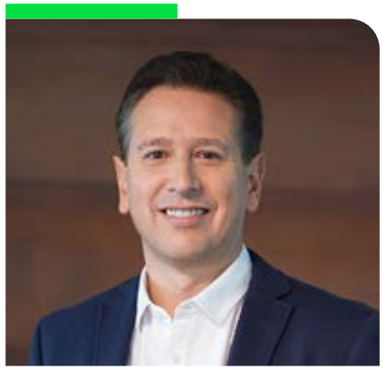
COUNTRY MANAGER CAM Y MÉXICO

Formación

Egresado de Economía y Negocios de la Escuela Superior de Economía y Negocios y cuenta con un Máster en Administración de Empresas de INCAE Business School.

Experiencia laboral

Más de 12 años de experiencia en Consumo Masivo y Retail, actualmente Gerente de País en FIFCO.



Luis Diego Montero Rosabal

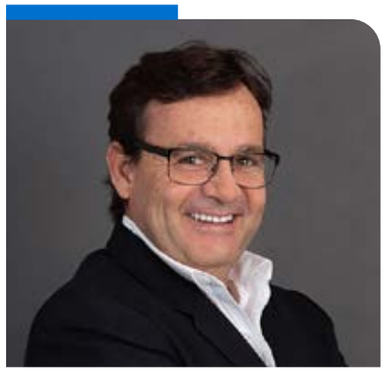
GERENTE FIFCO RETAIL

Formación

Egresado de Purdue University con un Bsc. en Economía Agrícola y Comercio Internacional y cuenta con una Maestría en Administración de Empresas de INCAE Business School.

Experiencia laboral

Más de 20 años de experiencia empresarial liderando negocios en comercio, consumo masivo y bienes raíces y cuenta con más de 12 años de laborar para diferentes áreas en FIFCO.



Arnoldo Prada

DIRECTOR CADENA DE ABASTECIMIENTO

Formación

Ingeniero Industrial graduado de la Universidad Autónoma de Centroamérica en Costa Rica, licenciatura en Administración de Negocios de la Universidad de Stirling, Escocia.

Experiencia laboral

Sara Company, Multinacional Americana por un periodo de 17 años. Gerente de Planta Heredia Costa Rica, Gerente de Operaciones, Winston Salem, Carolina del Norte, Gerente de Planta, El Salvador, Vicepresidente de Operaciones, México, Vicepresidente de Supply Chain, México.
FIFCO, Gerente de Supply Chain Costa Rica, Gerente de Supply Chain Centroamérica, Vicepresidente de Supply Chain FIFCO USA.

Estrategia FIFCO 2023-2027

ESTRELLA DEL NORTE

Ser una empresa de bebidas y alimentos centrada en el consumidor, trazando el camino en la Triple Utilidad, desafiando fronteras a través de marcas altamente valoradas que inspiran a todos a saborear la vida.

NUESTRO PROPÓSITO	MODELO DE NEGOCIO	ASPIRACIÓN 2027
Compartir con el mundo una mejor forma de vivir.	Creamos valor económico, social y ambiental (3BL) simultáneamente.	Ser una de las compañías de más rápido crecimiento en la región con un márgen EBITDA superior al 20%.

PRINCIPIOS GUÍA

Confianza • Emprendimiento • Celebración • Pasión por nuestras marcas • Solidaridad

¿DÓNDE JUGAR?

GEOGRAFÍAS

- **Fortalecer y potenciar** los mercados establecidos CR, CAM.
- **Maximizar** el negocio de la cerveza.
- **Desarrollar Categorías de Alto Valor:** RTDs, RFBs y Alimentos RD, Retail.
- **Alcanzar el éxito** en los mercados en desarrollo: USA, MX, RD, Retail.

¿CÓMO GANAR?

1. **Construir alianzas ganar-ganar** que nos transformen.
2. **Marcas poderosas de alto potencial:** Rentables, escalables y regionalizables.
3. **ESG:** Nuevo estándar en marcas con propósito, creación de valor social y ambiental y modelo de gobernanza más maduro.
4. **Digitalización y eficiencia/agilidad operacional** en procesos claves del negocio.

CAPACIDADES

1. Foco en consumidor **2.** Mentalidad basada en datos **3.** Liderazgo Holístico **4.** Mentalidad Emprendedora

Nuestro Modelo de Negocio

Nuestra evolución estratégica

Desde hace más de una década, FIFCO evoluciona constantemente su estrategia de negocio, marcando grandes hitos en su historia.



FIFCO Sostenibilidad Expansiva







Economía circular: empresas y consumidores se enfrentan a una oportunidad de colaboración creativa

Las empresas y consumidores a nivel global se encuentran ante nuevos desafíos cuyas decisiones marcarán el mundo del mañana.

Los impactos de las actividades diarias están generando presión sobre los ecosistemas; tanto las empresas como las personas consumidoras están tomando conciencia y evolucionando a **modelos de economía circular** que permitan disminuir los **impactos asociados**.

FIFCO, empresa líder en sostenibilidad de la región, abordó el tema en el evento **"FIFCO Sostenibilidad Expansiva 2023".**

El evento contó con la participación de Juanita Mesa, gerente senior para Latinoamérica de *The Consumer Goods Forum,* organización dirigida a minoristas y fabricantes de bienes de consumo del mundo para garantizar la confianza de los consumidores e impulsar cambios positivos en sostenibilidad ambiental y social, así como una mayor eficiencia.

Mesa compartió información de interés para los asistentes, relacionada con las buenas prácticas aplicables para empresas de múltiples formatos y tamaños, tendencias globales y casos de éxito que lideran en la región. Desde reglas valiosas para el diseño de productos, así como ejemplos tangibles ya aplicados en Latinoamérica que están marcando tendencia, en línea con los nuevos conceptos asociados a la sostenibilidad y la Sostenibilidad Expansiva.

Durante la actividad se compartió de forma gratuita una herramienta de autoevaluación cualitativa elaborada por FIFCO, para saber qué tanto aplica la circularidad como empresas y/o consumidor.

DESCARGUE LA HERRAMIENTA DE CIRCULARIDAD

Según Información publicada por la Contraloría General de la República, en Costa Rica, el **93%** de los residuos reciclables que las municipalidades recolectan por aparte, como papel, plástico, vidrio y aluminio, no encuentra un segundo uso y termina siendo arrojado a vertederos comunes, como la basura tradicional.



FIFCO y la circularidad

FIFCO alcanzó su meta de circularidad propuesta al 2027. La compañía mide su nivel de circularidad desde el 2021, con un puntaje base del 45% y una meta del 60% para el 2027. Gracias a las medidas puestas en práctica, la meta se alcanzó cuatro años antes. El reto es mantener la implementación de buenas prácticas para seguir mejorando el indicador.

La compañía obtuvo un 61% en la medición del índice de Circularidad de la Fundación Ellen MacArthur y Granta Design para el negocio de bebidas en Costa Rica.

Además, el Ministerio de Salud de Costa Rica, revela que en el país se generan aproximadamente **4.450** toneladas de residuos ordinarios al día (datos al 2021), el equivalente al peso que llevan 550 vagonetas, de los cuales el **55%** es orgánico que puede ser compostado y un **35%** puede ser valorizado en mecanismos de reciclaje, economía circular y minería urbana, y el **10%** restante puede ser tratado y dispuesto por gestores autorizados.

7 metas de cara al 2027

En el año 2022 FIFCO actualizó su **marco conceptual de sostenibilidad** adoptando los factores Ambientales, Sociales y de Gobernanza (ESG por sus siglas en inglés).

Bajo el nombre "**FIFCO Trasciende**", estableció **9** ambiciosas metas de sostenibilidad. En 2024, tras un proceso de revisión para hacer más eficiente su ejecución, se reorganizaron en **7** metas que contienen los principios inicialmente propuestos.

Nuestra metas

Ambientales

1. Economía circular: empaques y embalajes de menor impacto ambiental.
2. Agenda Agua, Residuos y Carbono Positivo (WEW+).

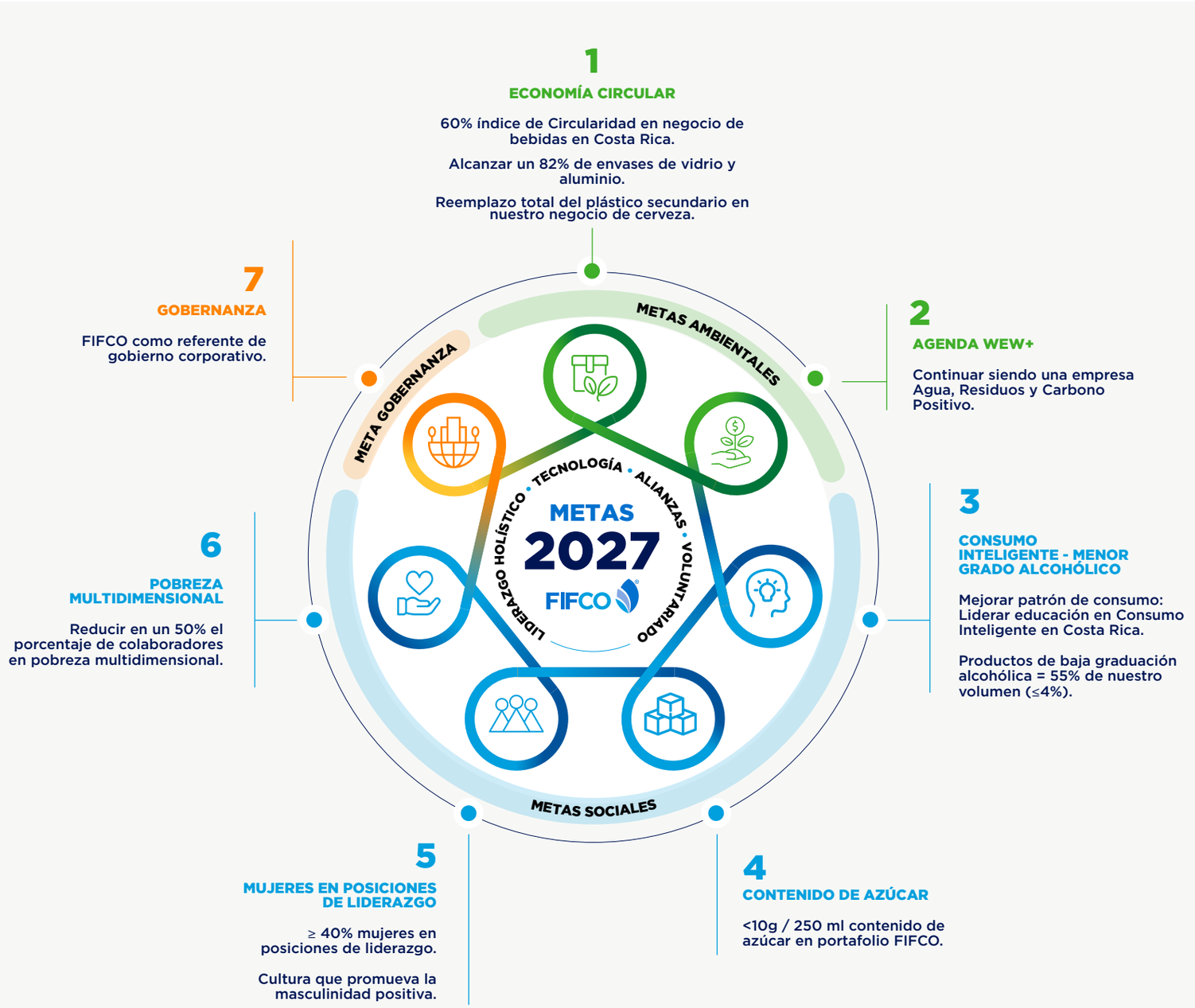
Sociales

3. Consumo Inteligente - Menor grado alcohólico
4. Contenido de azúcar
5. Mujeres en posiciones de liderazgo
6. Pobreza multidimensional

Gobernanza

7. FIFCO como referente de gobierno corporativo

El liderazgo holístico, la tecnología, las alianzas y el voluntariado, se definieron como habilitadores para el cumplimiento de dichas metas.



Avance de las 7 metas

Meta 1 Economía circular: empaques y embalajes de menor impacto ambiental

2022	2023	2024	2027	Progreso
Línea base			Meta	
43% Índice de Circularidad (IC) en negocio de bebidas CR.	**61% IC** en negocio de bebidas CR.*	**61% IC** en negocio de bebidas CR.*	**60% IC en negocio de bebidas CR.**	En 2023 se alcanzó y superó la meta planteada, durante 2024 se mantiene el indicador.
Empaques: 78% (59% CR).	**Empaques: 73%** (55% CR).	**Empaques: 71%** (54,3% CR).	**82% Mezcla FIFCO (65% CR).**	Se continua trabajando en la generación de empaques más amigables con el ambiente.
Utilización de plástico en algunos empaques secundarios.	Actualización caso de negocio.	Piloto de campo realizado, estimación de inversión.	**Remplazo total del empaque secundario en negocio de cerveza.**	Se continúa trabajando en el balance de producción para lograr el mix planteado para envases distintos al plástico.

Meta 2 Agenda Agua, Residuos y Carbono Positivo (WEW+).

2022	2023	2024	2027	Progreso
Línea base			Meta	
Condición: cero residuos, agua y carbono positivo (WEW+).	**WEW+.**	**WEW+.**	**Mantener estado WEW+.**	En 2023 se alcanzó la meta planteada, durante 2024 se mantiene el indicador.

Meta 3 Consumo Inteligente - Menor grado alcohólico

2022	2023	2024	2027	Progreso
Línea base			**Meta**	
Patrón de consumo de alcohol disminuye producto de la pandemia.	**Ligero aumento en el patrón de consumo**, en cantidad de tragos por ocasión como en cantidad de días de consumo a la semana. **Se capacitó al personal FIFCO y sociedad civil** mediante la creación de e-learnings de Consumo Inteligente y el relanzamiento "Aprendo a Manejar" que aborda el consumo de alcohol y la conducción, así como "Vida Saludable" dirigido a personas colegialas y abarca el tema: cero alcohol en la adolescencia.	**Se continua trabajando con los e-learnings** y en el posicionamiento del Consumo Inteligente en las personas mayores de 18 años.	**Mejorar el patrón de consumo: liderar educación en Consumo Inteligente en CR.**	FIFCO continua desarrollando alianzas y fomentando el consumo inteligente a través de todas sus plataformas y canales.
45,99% del portafolio FIFCO corresponde a productos de baja graduación alcohólica (≤4%).	**44,42%** del portafolio FIFCO corresponde a productos de baja graduación alcohólica (≤4%).	**41,95% d**el portafolio FIFCO corresponde a productos de baja graduación alcohólica (≤4%).	**Asegurar que productos de baja graduación alcohólica representan 55% del volumen** (≤ 4%).	Se está trabajando en una mejor articulación de equipos clave para la creación de una estrategia y acercar la compañía a la meta.

Meta 4 Contenido de azúcar

2022	2023	2024	2027	Progreso
Línea base			**Meta**	
10,45g/ 250 ml.	**10,34g/ 250 ml.**	**8,18g/ 250 ml.**	**<10g/ 250ml contenido de azúcar en portafolio FIFCO.**	FIFCO alcanza su meta de contar con menos de **10** gramos de azúcar por porción o bebida promedio.

Meta 5 Mujeres en posiciones de liderazgo

2022	2023	2024	2027	Progreso
Línea base			Meta	
35% de mujeres en posiciones de liderazgo.	**37%** de mujeres en posiciones de liderazgo.	**38%** de mujeres en posiciones de liderazgo.	**≥ 40 mujeres en posiciones de liderazgo.** **Cultura que promueva la masculinidad positiva.**	Se trabaja en la sensibilización y capacitación de líderes, abordando temas como la diversidad de pensamiento, gestión de sesgos inconscientes y el valor de la diversidad, promoviendo un entorno donde se reconoce y celebra la diversidad como motor de innovación y crecimiento sostenible.

Meta 6 Pobreza multidimensional

2022	2023	2024	2027	Progreso
Línea base			Meta	
11,08% colaboradores FIFCO.	**9,52%** colaboradores FIFCO.	**5,80%** colaboradores FIFCO.	**Reducir en un 50% el porcentaje de colaboradores en pobreza multidimensional.**	La compañía está a **0,26** puntos de alcanzar la meta. El programa AstroDesarrollo permitió la mejora integral en la calidad de vida de las personas colaboradoras y la mejora de la condición de 97 hogares FIFCO.

Meta 7 FIFCO como referente de gobierno corporativo

2022	2023	2024	2027	Progreso
Línea base			Meta	
Buen ecosistema de gobernanza. **63** Índice madurez PWC.	**Actualización de políticas asociadas al buen gobierno corporativo** (ciberseguridad, gestión de riesgos, derechos humanos, salud y nutrición). **Fortalecimiento de la gestión de ciberseguridad y en administración de riesgos.** **81** Índice madurez PWC.	**Gestión de riesgos y crisis.** **Proyecto Génesis:** mapeo macroprocesos de la compañía. **Gestión de la cadena de suministros.** **Medición de riesgo de proveedores.** **Ciberseguridad & TI.** Conformación de comité de ciberseguridad, implementación y obligatoriedad de la Política y los lineamientos de Ciberseguridad. **Gestión de relación con clientes:** Inclusividad digital a nivel regional. **Política de relacionamiento con públicos de interés.** **Política de nutrientes y sustancias sensibles.** FIFCO alcanza la categoría de líderes en mejores prácticas de ESG y PWC le otorga un puntaje de **85** en el índice de madurez.	**FIFCO como referente en el gobierno corporativo.**	En 2022, PwC (red de firmas encargadas de brindar auditoría, consultoría de negocios, entre otros servicios) realizó un diagnóstico de madurez ESG para FIFCO. La compañía obtuvo un **63** en el índice de madurez y esa cifra se definió como la línea base. A partir de ese año, FIFCO estableció “subject matter experts” o expertos en cada materia / brecha para que, en conjunto con sus equipos, crearan un plan para cerrar las brechas identificadas. Al cierre de 2024, FIFCO presentó los resultados de cómo fue cerrando dichas brechas y PWC otorgó una nueva calificación: un **85** en el índice de madurez. Esta calificación es un gran logro, porque permite que FIFCO pase de ser un referente en ESG a la categoría de líderes en mejores prácticas de ESG.

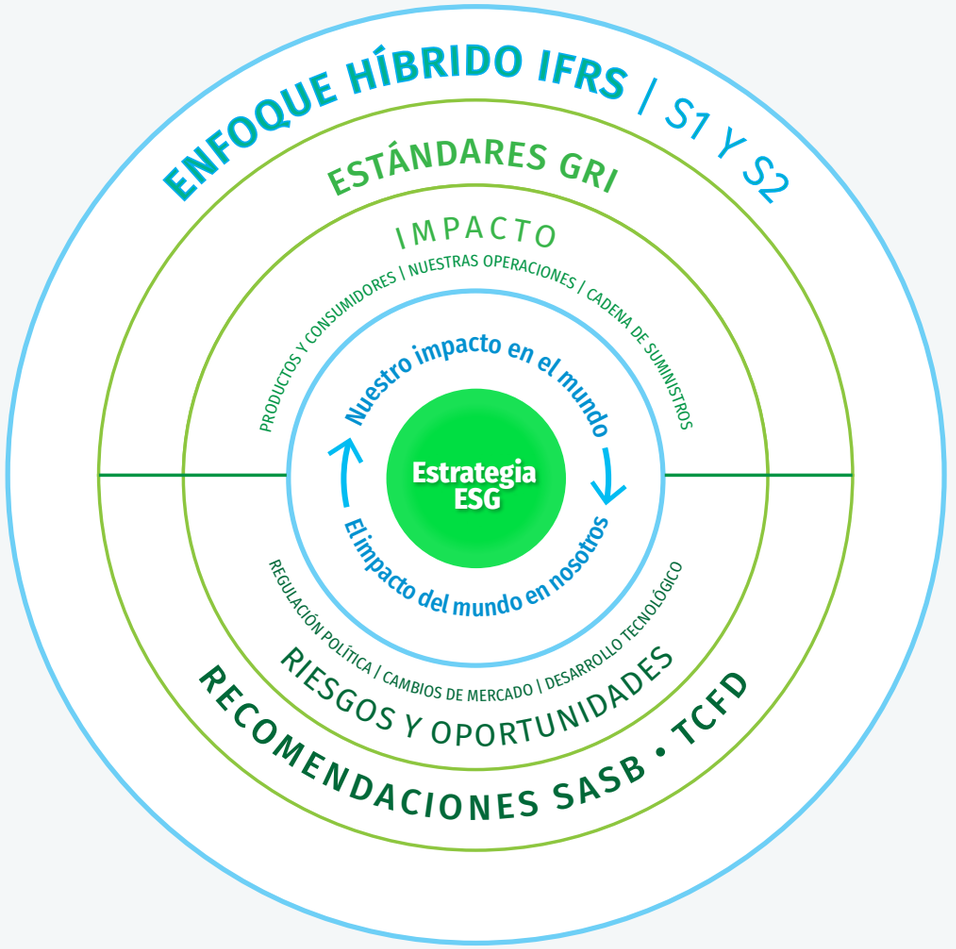
Estrategia ESG FIFCO 2024

En 2023, la compañía posicionó el concepto de **Sostenibilidad Expansiva:**

- **Buscar soluciones innovadoras** a los desafíos sociales y ambientales.
- **Destacar la creatividad, el pensamiento sistémico, la colaboración interdisciplinaria y el aprendizaje continuo** para desarrollar abordajes integrales y sostenibles.
- **Ir más allá** de la prevención de daños; es una nueva forma de pensar, ser resilientes, se trata de generar cambios positivos y duraderos.

FIFCO, siempre a la vanguardia en la implementación anticipada de estándares para reportar sobre sus impactos y cómo estos afectan su operar, inició un proceso de adopción de las normas de divulgación IFRS S1 y S2, las cuales están relacionadas con sostenibilidad y el impacto del cambio climático asociado a riesgos financieros. De la mano de un asesor externo se estudiaron las brechas de los potenciales impactos en las divulgaciones relacionadas a ESG, en el reporte financiero y el control interno.
En este reporte se presentan los principales hallazgos.

Estrategia ESG



Impacto

¿Cómo podemos reducir el impacto eficientizando costos y alineados a las expectativas de nuestros grupos de interés?

Riesgos

¿Cómo es que garantizamos el suministro del negocio y nos adaptamos a la transición regulatoria, tecnológica y de mercados hacia una economía ESG?

Oportunidades

¿Cuáles nuevas oportunidades de negocio podemos capturar en esta transición hacia una economía ESG?

Objetivos de Desarrollo Sostenible y nuevas metas en sostenibilidad al 2027

Siete 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 los **Objetivos de Desarrollo Sostenible**.

Desafíos como una producción y consumo responsable, acción por el clima, alianzas para lograr objetivos, la pobreza, la educación de calidad y el trabajo digno se han magnificado y necesitan de un actuar contundente de parte de los distintos actores sociales, incluido el sector privado.

A diez años del lanzamiento mundial de **17** Objetivos de Desarrollo Sostenible por parte de las Naciones Unidas, FIFCO se dio a la tarea de identificar y afinar aquellas iniciativas ideadas para contribuir de forma positiva a esta agenda mundial.

En congruencia con la estrategia corporativa al 2027 (y las metas en materia ambiental, social y de gobernanza), tras un análisis de impactos, materialidad, consulta a los públicos de interés y considerando los diferentes contextos en los que se opera, FIFCO priorizó **10** ODS.

FIFCO: ODS prioritarios



Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Dimensión	Metas al 2027	ODS que impactamos	Algunos ejemplos de cómo gestionamos el impacto / programas	Página
Ambiental	**1.** Economía circular **2.** Agenda WEW+	12, 13, 14, 15, 17	• Plástico 360º • Estrategia de Acción Climática • Estrategia de Agua Positiva	**126**
Social	**3.** Consumo inteligente – Menor grado Alcohólico **4.** Contenido de azúcar **5.** Mujeres en posiciones de liderazgo **6.** Pobreza multidimensional	1, 2, 3, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15,16, 17	• Elegí Ayudar • Consumo Inteligente de Alcohol • Astro Desarrollo • Programa Estar Seguro • Capacitaciones • Estar Bien • Código de Ética • Servicio al Cliente • Formación dual	**167**
Gobernanza	**7.** FIFCO como referente en el gobierno corporativo	8, 9, 12, 17	• Riesgo y continuidad del negocio • Desempeño comercial • Comités Técnicos • Comité Ejecutivo • Modelo de Negocio	**214**

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

ODS	Meta	Detalle	Resumen de la iniciativa FIFCO	Página
1 FIN DE LA POBREZA	1.2	Para 2030, reducir al menos a la mitad la proporción de hombres, mujeres y niños que viven en pobreza.	Estrategia social: Programa AstroDesarrollo	**186**
	1.5	Para 2030, fomentar la resiliencia de las personas que se encuentran en situaciones vulnerables.		
2 HAMBRE CERO	2.2	Para 2030, poner fin a todas las formas de malnutrición y abordar las necesidades de nutrición.	Estrategia social: Múltiples iniciativas de apoyo al Banco de Alimentos en CR: Libro tradiciones compartidas, Ayudar es pan comido.	**210**
	2.4	Para 2030, asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos y aplicar prácticas agrícolas resilientes.	Estrategia ambiental: Agricultura sostenible.	**151**
3 SALUD Y BIENESTAR	3.4	Para 2030, promover la salud mental y el bienestar.	Programa Estar Bien.	**190**
	3.5	Fortalecer la prevención y el tratamiento del abuso de sustancias adictivas.	Estrategia social: Programa Consumo Integral Inteligente, Ayudar es pan comido.	**200**
	3.8	Protección contra los riesgos financieros.	Estrategia social: Programa AstroDesarrollo.	**186**
	3.d	Gestión de los riesgos para la salud nacional y mundial.	Programa Estar Bien.	**190**
4 EDUCACIÓN DE CALIDAD	4.2	Para 2030, asegurar que todas las niñas y niños tengan acceso a servicios de atención y desarrollo en la primera infancia y educación preescolar de calidad.	Bilingüismo CENCINAI Uruca	**210**
	4.3	Para 2030, asegurar el acceso igualitario de hombres y mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad.	Educación Dual.	**177, 202**
	4.7	Para 2030, asegurar que todos los alumnos adquieran los conocimientos para promover el desarrollo sostenible, derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz.	Estrategia social: Programa Cultura de Paz, Servicio Comunal Estudiantil y Programa Estilos de Vida Saludable.	**203**

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

ODS	Meta	Detalle	Resumen de la iniciativa FIFCO	Página
5 IGUALDAD DE GÉNERO	5.5	Asegurar la participación de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo.	Meta número 5 a 2027: Mujeres en posiciones de liderazgo: Superar un 40% de mujeres en posiciones de liderazgo, acompañadas por una cultura interna que promueva la masculinidad positiva.	**189**
6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO	6.3	Para 2030, mejorar la calidad del agua reduciendo la contaminación, aumentando considerablemente el reciclado y la reutilización.	Estrategia ambiental: Tratamiento de aguas residuales. Modelo de economía circular. Programa de reciclaje post consumo. Agenda Agua Positiva.	**157** **152**
	6.4	Para 2030, aumentar el uso eficiente de los recursos hídricos.		
	6.5	Para 2030, implementar la gestión integrada de los recursos hídricos.		
7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE	7.2	Para 2030, aumentar la proporción de energía renovable en el conjunto de fuentes energéticas.	Estrategia ambiental: Agenda Carbono Positivo.	**140**
	7.a	Para 2030, aumentar la cooperación internacional para facilitar el acceso a la investigación y la tecnología relativas a la energía limpia.		
8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	8.2	Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación.	Dimensión económica / Excelencia comercial.	**116**
	8.3	Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo.	Estrategia social: Educación Dual.	**177, 202**
	8.4	Para 2030, mejorar la producción y el consumo eficientes de los recursos mundiales.	Estrategia ambiental: Programa de Compras Sostenibles con Clientes.	**120**
	8.8	Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos.	Estrategia social interna. Pulso.	**174**

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

ODS	Meta	Detalle	Resumen de la iniciativa FIFCO	Página
9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	9.2	Promover una industrialización inclusiva y sostenible.	Dimensión Económica / Excelencia Comercial.	**116**
	9.4	Para 2030, modernizar la infraestructura y reconvertir las industrias para que sean sostenibles.	Estrategia Económica / Estrategia Ambiental, ejemplos: cambio a caldera eléctrica.	**124**
10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES	10.2	Para 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas.	Estrategia social interna y externa.	**167**
	10.3	Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, eliminando las prácticas discriminatorias.	Meta número 5 a 2027: Mujeres en posiciones de liderazgo: Superar un 40% de mujeres en posiciones de liderazgo, acompañadas por una cultura interna que promueva la masculinidad positiva.	**189**
11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES	11.1	Para 2030, asegurar el acceso de todas las personas a viviendas y servicios básicos adecuados.	Estrategia social: AstroDesarrollo Programa de voluntariado Elegí Ayudar.	**186, 206**
	11.4	Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural.	Estrategia Social: Programa de voluntariado Elegí Ayudar.	**206**
	11.6	De aquí a 2030, reducir el impacto ambiental negativo per cápita de las ciudades, incluso prestando especial atención a la calidad del aire y la gestión de los desechos municipales y de otro tipo.	Estrategia Ambiental.	**124**
12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES	12.2	Para 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.	Estrategia ambiental: rograma de Compras Sostenibles.	**120**
	12.5	Para 2030, reducir la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.	Estrategia ambiental: Agenda de plástico 360.	**126**
	12.6	Alentar a las empresas a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en sus informes.	Estrategia ambiental: Sostenibilidad en la Cadena de Valor. /Intercambios con organizaciones aliadas.	**87**
	12.b	Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible.	Estrategia ambiental.	**124**

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

ODS	Meta	Detalle	Resumen de la iniciativa FIFCO	Página
13 ACCIÓN POR EL CLIMA	13.1	Fortalecer la resiliencia y la capacidad de adaptación a los riesgos relacionados con el clima y los desastres naturales.	Estrategia ambiental: Estrategia de acción climática.	**138**
	13.2	Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales.		
	13.3	Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana.		
14 VIDA SUBMARINA	14.1	Para 2025, prevenir y reducir significativamente la contaminación marina de todo tipo.	Estrategia ambiental: Agenda de plástico 360º, agenda cero residuos, proyecto de la marca Imperial “De vuelta a casa”.	**126, 133, 209**
15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES	15.3	Para 2030, luchar contra la desertificación, rehabilitar las tierras y los suelos degradados, incluidas las tierras afectadas por la desertificación, la sequía y las inundaciones.	Estrategia ambiental / Estrategia social: Agenda de Inversión Social Estratégica y programa de voluntariado Elegí Ayudar.	**167** **213-216**
	15.4	Para 2020, promover la gestión sostenible de todos los tipos de bosques, poner fin a la deforestación, recuperar los bosques degradados e incrementar la forestación y la reforestación a nivel mundial.		
16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS	16.6	Crear a todos los niveles instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas.	Gobernanza: Rendición de Cuentas y Transparencia.	**214**
	16.8	Ampliar y fortalecer la participación de los países en desarrollo en las instituciones de gobernanza mundial.		
17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS	17.1	Fortalecer la movilización de recursos internos con el fin de mejorar la capacidad nacional para recaudar ingresos fiscales y de otra índole.	Agenda Anti-Contrabando.	**229**
	17.17	Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas.	Estrategia Social y Relaciones Públicas.	**167**

¿Con quién nos relacionamos?

FIFCO se relaciona con diferentes **públicos de interés** con quienes se mantiene una interacción bidireccional constante, cercana y transparente.

Públicos de interés

FIFCO diseñó e implementó una serie de programas y medidas en función de sus públicos de interés. Este contexto llevó a FIFCO a priorizar aquellos públicos claves y aquellos más afectados que ameritaban atención especial, rediseñó procesos y exploró nuevos canales y servicios para continuar generando valor. Las alianzas con gobierno, sector empresarial, asociaciones gremiales y no gubernamentales cobraron especial importancia. Tener definidos los públicos de interés permitió priorizar, canalizar esfuerzos y multiplicar el respaldo a estos grupos.

Públicos de interés | Modelo Grunig y Hunt



¿Con quién se relaciona FIFCO?

Luego de un exhaustivo análisis de nuestra cadena de valor y de los puntos de interacción entre la compañía y los diferentes públicos de interés, tanto internos como externos, analizamos cómo nuestras operaciones los impactan (positiva y negativamente). Este análisis nos permite una oportuna priorización en la que consideramos no solo el nivel de dependencia sino también la influencia de la compañía hacia ellos y viceversa. FIFCO agrupa los diferentes públicos dentro de cuatro clasificaciones, según el modelo de Grunig y Hunt:

- **Funcionales**

  Permiten la actividad de la organización mediante mecanismos de intercambio, que pueden ser de entrada o salida.

- **Difusos**

  Vínculos con diversos grupos de la sociedad que surgen cuando la organización enfrenta consecuencias positivas y negativas.

- **Normativos**

  Se hacen con otras organizaciones parecidas, a veces a través de asociaciones, que disponen de un conjunto de normas explícitas o no para una actuación común.

- **Posibilitadores**

  Unen a la organización con grupos que hacen posible que la organización exista, fijan sus objetivos, proporcionan recursos y, en algunos casos, controlan la organización mediante normas y leyes.

Política de relacionamiento con partes interesadas

FIFCO realiza evaluaciones periódicas para identificar y priorizar a las partes interesadas en función del análisis de doble materialidad.

En estas evaluaciones, identificamos sus intereses, expectativas y el impacto potencial en nuestro desempeño empresarial y de sostenibilidad.

Grupos vulnerables

FIFCO ofrece igualdad de oportunidades a todos los grupos de interés, asegurando que puedan presentar quejas y establecer relaciones con la compañía en igualdad de condiciones. Reconocemos la importancia de atender especialmente a los **grupos vulnerables** en términos socioeconómicos, entre ellos, los grupos indígenas, las poblaciones en zonas rurales y otros grupos considerados minoritarios.
En este sentido, FIFCO se basa en el concepto de "Consentimiento Libre, Previo e Informado" (FPIC por sus siglas en inglés), un principio promovido por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en relación con los derechos de los pueblos indígenas y tribales.

Estrategias y Métodos para la Participación de las partes interesadas

a. Enfoques Personalizados

FIFCO reconoce la diversidad de intereses y necesidades de las partes interesadas. Desarrollamos estrategias específicas y planes de participación para cada grupo de partes interesadas, incorporando las ideas obtenidas de nuestro Informe Integrado y las consultas periódicas.

b. Métodos

FIFCO emplea diversos métodos de participación, como encuestas, grupos de enfoque, consultas comunitarias, alianzas y canales de comunicación regulares, incluyendo plataformas de redes sociales. Estos nos permiten comprender las perspectivas de las partes interesadas y fomentar un diálogo significativo.

c. Mecanismos de Quejas y Resolución de Conflictos

1. **Retroalimentación de las partes interesadas:**

   FIFCO alienta a las partes interesadas a plantear inquietudes a través de múltiples canales: líneas telefónicas dedicadas, contactos por correo electrónico y formularios en línea. FIFCO toma como referencia los mecanismos de reclamación del Management Led Grievance Mechanism, propuesto por el Banco Interamericano de Desarrollo. Los mecanismos de reclamación de FIFCO buscan:

   i. Acceso a la información justa y transparente de una forma sencilla y ágil.

   ii. Se fomenta la comunicación abierta y el diálogo entre las partes.

   iii. Se establece un procedimiento de atención de quejas.

   iv. Se garantiza que todas las reclamaciones o quejas sean evaluadas y se brinde una respuesta de manera oportuna.

2. **Resolución justa y oportuna:**

   FIFCO se compromete a abordar las quejas y conflictos de manera justa, transparente y oportuna. Priorizamos la mediación y buscamos soluciones mutuamente beneficiosas, reconociendo la importancia de resolver los problemas de manera pronta para mantener la confianza.

Canales de comunicación con los públicos de interés

Mecanismos para fomentar una comunicación abierta y ágil

Canales de comunicación y temas de interés

● Diario ● Semestral ● Mensual ● Trimestral ● Anual

Público de Interés	Canal	Mecanismo de participación	Temas de interés*
Colaboradores	Correo electrónico y teléfono	Líneas directas de atención ●	• Contaminación • Desempleo y Pobreza • Transparencia • Residuos • Agua
	Encuentros por departamento y total compañía	Actividades lúdicas ● ● ●	
	Pizarras	Evaluación de desempeño ●	
	Sitio web	Encuestas ● ●	
	Intranet	Sesiones uno a uno ●	
	Reporte Integrado	Microclima ●	
	Aplicación móvil/Whatsapp	Webinars con líderes ● ●	
Proveedores	Portal de proveedores en línea	Acceso digital ●	• Cambio Climático • Contaminación • Residuos • Desempleo • Transparencia• Educación
	Encuentros presenciales y virtuales	Líneas de servicio al cliente ●	
	Sitio Web	Chat en línea ●	
	Reporte Integrado	Encuentros presenciales y virtuales ●	
Clientes	Reporte Integrado	Encuentros presenciales y virtuales ●	• Contaminación • Uso de plásticos • Pobreza • Social • Cambio Climático
	Encuentros presenciales y virtuales	Líneas de servicio al cliente ●	
	Sitio web	Chat en línea ●	
	Webinars	Herramientas digitales ●	
	Llamada telefónica	Encuestas digitales ●	
	Plataformas digitales comerciales		
	Encuestas		
Consumidores	Reporte Integrado	Encuentros presenciales y virtuales ●	• Contaminación • Uso de plásticos • Pobreza • Social • Cambio Climático
	Encuentros presenciales y virtuales	Líneas de servicio al cliente ●	
	Sitio web	Redes sociales ●	
	Redes sociales	Chat en línea ●	
Comunidades	Redes sociales	Líneas de servicio al cliente ●	• Calentamiento global • Biodiversidad • Seguridad • Pobreza • Desempleo
	Reporte Integrado	Encuentros presenciales y virtuales ●	
	Correo electrónico	Correos y cartas ●	
	Encuentros presenciales y virtuales	Estudios / encuestas ●	
Gobierno, agrupaciones gremiales y medios de comunicación	Redes Sociales	Línea de servicio al cliente ●	• Transparencia • Social • Seguridad • Pobreza • Biodiversidad • Cambio Climático • Equidad de Género • Social
	Sitio Web	Chat en línea ●	
	Reporte Integrado	Encuentros presenciales ●	
	Correo electrónico	Correo electrónico y cartas ●	
	Encuentros presenciales y virtuales	Estudios / encuestas ●	
	Contactos vía digital	Digital online ●	
Accionistas e Inversionistas	Reporte Integrado	Líneas de servicio al accionista ●	• Uso de plástico • Progreso del negocio • Contaminación • Transparencia • Pobreza • Desempleo
	Correo electrónico	Correo electrónico y cartas ●	
	Encuentros virtuales trimestrales		
	Sitio web		
	Oficina de atención a inversionistas		

* Según consulta aplicada en 2023

Públicos de interés: sobre el proceso de consulta

Cada 2 años, se aplica una **consulta** entre los públicos con los que la empresa se relaciona, esto como paso fundamental en la definición de nuestra **doble materialidad**.

Se realiza bajo una metodología cuantitativa y cualitativa, por un proveedor externo; **la consulta fue aplicada entre septiembre y diciembre de 2023.**

El objetivo era conocer la percepción de los diferentes públicos acerca del posicionamiento y reputación de FIFCO, además de la forma en que la compañía se comunica con cada uno de ellos. La información se obtuvo mediante entrevistas a profundidad y sondeos.

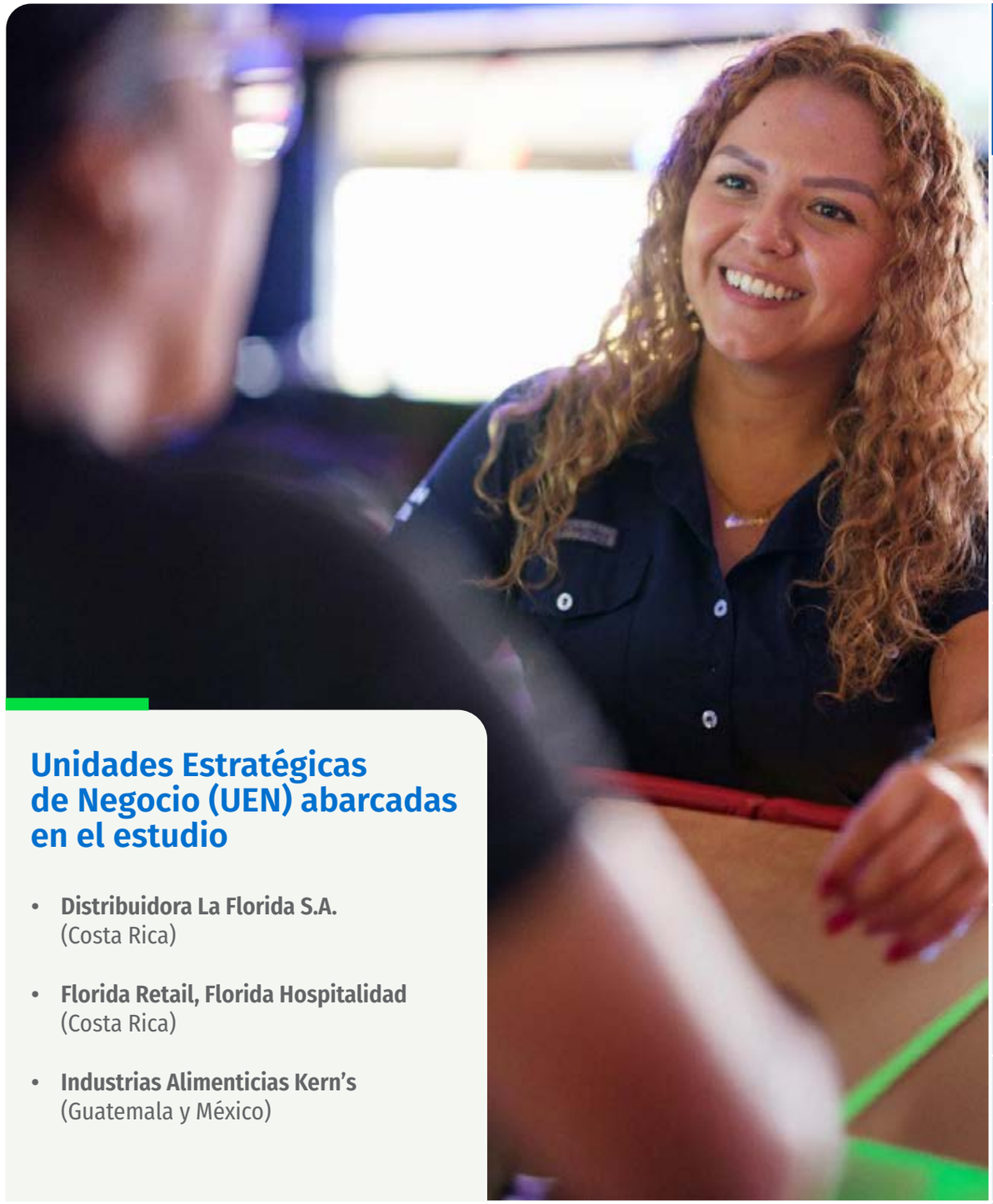
Dentro de los públicos consultados, se encuentran: colaboradores, proveedores, medios de comunicación, gobierno, cámaras y asociaciones, consumidores finales, inversionistas, clientes, industria Retail, personas consumidoras de Costa Rica, México y Guatemala.

En esta comunicación validamos intereses, expectativas y necesidades, siendo un insumo valioso a la hora de diseñar las iniciativas claves del periodo y puntualizar aquellos temas considerados materiales.

Los resultados del estudio de públicos de interés 2023 nos permiten realinear prioridades y crear proyectos específicos para acercarnos a las expectativas de los grupos examinados. Los resultados de estas consultas son objeto de análisis y de reflexión por parte de la Junta Directiva, Dirección General, el Comité Ejecutivo y los líderes de la compañía.

Esta valiosa información sobre qué piensan y esperan los grupos sirve como base para orientar los campos de acción y las prioridades de FIFCO, y para definir cuáles son aquellos compromisos con sus públicos.

FIFCO ya inició el proceso de consulta 2025, resultados que serán incluidos en los reportes para el 2026.



Unidades Estratégicas de Negocio (UEN) abarcadas en el estudio

- **Distribuidora La Florida S.A.** (Costa Rica)
- **Florida Retail, Florida Hospitalidad** (Costa Rica)
- **Industrias Alimenticias Kern's** (Guatemala y México)

Públicos de interés: resumen de hallazgos

Principales impactos de FIFCO

Los públicos identifican 5 grandes temas como los principales impactos de la operación de FIFCO:

1

Impacto sobre el desarrollo

Tiene un impacto positivo en el desarrollo económico y social en los países en los que opera.

2

Ambiente

Uso de recursos naturales como el agua, así como el impacto sobre el medio ambiente por los procesos productivos, específicamente emisiones y colocación de envases (plástico).

3

Pobreza - generación de empleo

La empresa como generadora de empleo y bienestar otorga herramientas para el desarrollo de sus personas colaboradoras.

4

Salud

Tiene un impacto en la salud pública de los países en los que opera, específicamente por la comercialización de bebidas con contenido alcohólico y productos con azúcar.

5

Transparencia

La rendición de cuentas a sus diversos stakeholders es fundamental para generar confianza.

¿Qué esperan que haga FIFCO?



Apoyo a causas sociales a través del voluntariado

Abordaje del tema de pobreza en general.

Una mayor protección del ambiente

Mediante diferentes iniciativas como reciclaje de envases, siembra de árboles, manejo adecuado de los recursos naturales y educación ambiental.

Generar empleo, tanto directo como indirecto

Apoyo a proveedores y emprendedores.

Educar y promover el uso o consumo responsable

Desarrollo de productos saludables (reducción y eliminación de azúcar), alcohol y la educación en temas de nutrición y bienestar.

Algunos hitos relevantes

FIFCO obtiene el **primer puesto en ranking MERCO 2024** por su compromiso Ambiental, Social y con la buena Gobernanza

La edición 2024 del **Índice de Responsabilidad y Gobierno Corporativo** en Costa Rica ratifica la solidez de la estrategia de sostenibilidad de FIFCO, pues obtuvo el primer lugar en el prestigioso ranking.

Esta medición, elaborada por el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCO), evalúa el desempeño de las empresas en las dimensiones Ambiental, Social y de Gobernanza. La lista consta de un total de **100** empresas, cuya posición se establece al ponderar el criterio de directivos, especialistas en responsabilidad corporativa, analistas financieros, periodistas, funcionarios de gobierno y organizaciones no gubernamentales, entre otros.

Además de encabezar el ranking general, FIFCO, por segundo año consecutivo, se destacó como la empresa más responsable con el ambiente.

E Ambiente
Environment

FIFCO continúa siendo Agua, Residuos y Carbono Positivo

La compañía mantiene un **61%** en el Índice de Circularidad (IC) en el negocio de bebidas Costa Rica.

Se logra la recuperación de un **100%** de los envases colocados en el mercado costarrricense. Para entender cómo se calcula este indicador, puede revisar la página 130.

S Social

Avances en la reducción de la pobreza multidimensional

Gracias a las estrategias sociales internas implementadas, FIFCO está a solo **0,26** puntos de alcanzar la meta propuesta para 2027 de reducir en un **50%** el porcentaje de colaboradores en pobreza multidimensional.

G Gobernanza

Liderando

FIFCO alcanza un **85** en índice de madurez de PwC, pasando de ser un referente en ESG, a una categoría mucho más alta, la de líderes en mejores prácticas de ESG.

Impactos y materialidad en la cadena de valor

La materialidad o temas materiales son aquellos que tienen un impacto directo o indirecto en la capacidad de la organización para crear, preservar o compartir valor económico, social y ambiental, ya sea para sí misma, sus públicos de interés o la sociedad en general.

El reporte integrado revela información sobre los asuntos que afectan sustancialmente la capacidad de la organización para crear valor en el corto y mediano plazo.

Este análisis, se convierte en un valioso insumo para los procesos de planificación estratégica y así enfocar los recursos de una forma más eficiente en aquellos temas críticos para la sostenibilidad económica, social y ambiental de cada unidad de negocio.

Procedimiento para confección de la materialidad del Reporte Integrado 2024

FIFCO presenta avances importantes en el entendimiento de las nuevas aplicaciones de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) S1 y S2; la metodología establecida por la norma S1 relacionada con la sostenibilidad establece que en la identificación de los temas materiales de la organización, se deben considerar los riesgos y oportunidades del negocio en términos ambientales, sociales y de gobernanza (ESG).

Es por esta razón que en el 2024 se llevó a cabo una actualización de la matriz de materialidad presentada en el año 2020, donde se incorporó la identificación de riesgos empresariales asociados a ESG. Cabe resaltar que se continúa utilizando la metodología base para el análisis de materialidad que FIFCO diseñó en el 2014.



Pasos de construcción de la matriz de materialidad

1. En 2024 FIFCO incluyó dentro de su proceso de materialidad nuevos temas relevantes para el negocio asociados a los riesgos relacionados con la sostenibilidad y el clima.

2. Estos nuevos temas se conjugaron con los que anteriormente el negocio había definido como prioritarios y fueron clasificados según su criticidad mediante una matriz de criterios de valoración y posteriormente calibrados con un panel de expertos técnicos en cada tema.

3. Se realizó un proceso de consulta externa entre los públicos de interés de FIFCO, clasificados mediante la metodología de Grunig y Hunt (noviembre de 2023).

4. La encuesta externa identificó los temas materiales correspondientes al estudio de públicos de interés.

5. Se realizó un cruce de información entre los temas materiales previamente identificados por la organización y los hallados en el estudio de públicos de interés. En este paso, se revisa nuevamente la información con las personas expertas en cada tema.

6. Para cuantificar la doble materialidad, se analizó el impacto que tiene cada tema material a nivel de ESG en la línea de la “x”, contra el impacto financiero en el negocio en la línea de la “y”.

7. Se establecieron categorías para agrupar cada tema material, en las siguientes dimensiones: ambiental, social interno, social externo, económico y gobernanza.

8. Se contrastaron las subcategorías de la matriz con el estándar GRI correspondiente.

9. Se aprobó la matriz.

Matriz de doble materialidad 2024

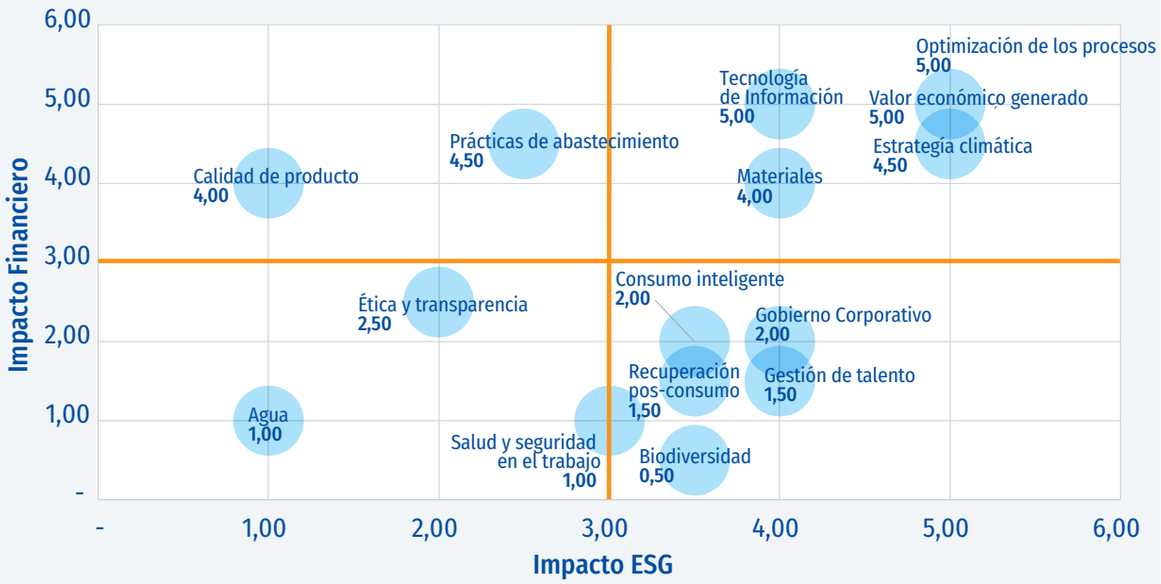
La matriz de doble materialidad describe la priorización de cada tema según el cuadrante en el que se encuentra ubicado.

De esta manera, el **cuadrante superior derecho** contiene los temas que son materiales estratégicos estos tienen el mayor impacto financiero y el mayor impacto en ESG, el cuadrante superior izquierdo contiene aquellos que se considera que tienen un impacto hacia afuera y son puntos críticos en la cadena de valor.

El **cuadrante inferior derecho** contiene los temas asociados a riesgos y oportunidades para la compañía con impacto alto en ESG.

Por último, el **cuadrante inferior izquierdo** son temas considerados como no materiales, pero que de igual manera requieren gestionarse. Por lo tanto, los **cuadrantes superiores y el inferior derecho** son los temas seleccionados como materiales para la compañía.

Matriz de materialidad y riesgo



Priorización y gestión de temas materiales

Dimensión	Aspecto	Detalle
Ambiental	**Estrategia climática**	Desde una perspectiva de administración del riesgo, aborda: mitigación, adaptación, daños y pérdida ante los impactos climáticos.
	Biodiversidad	Garantiza recursos vitales en los servicios ecosistémicos: regulación del clima, la polinización, la prevención de la erosión y la depuración de residuos.
	Recuperación post consumo	El proyecto consiste en recolectar en peso la misma cantidad de material puesto a la venta; es decir con la proyección de la cantidad de bebidas y alimentos que se van a distribuir en el mercado, se calcula cuántos kilogramos de los materiales se tiene que recolectar a lo largo del año, distribuido en metas mensuales.
	Materiales	Consumo de materiales, empaque y embalaje, reciclado.
Social Externo	**Consumo inteligente**	Promoción del consumo inteligente de bebidas alcohólicas, no alcohólicas y alimentos altos en azúcar, grasa y sodio.
	Prácticas de abastecimiento	Fortalecimiento de la sostenibilidad en la cadena de suministro, mediante el programa Compras Sostenibles.
	Calidad de producto	El 100% de los productos que produce FIFCO son evaluados para verificar su impacto en la salud y seguridad de los consumidores.
Social Interno	**Salud y seguridad en el trabajo**	Políticas de salud y seguridad ocupacional en todos los puntos de trabajo.
	Gestión de talento	Fortalecimiento del liderazgo holístico en las personas colaboradoras.
Económico	**Valor económico generado**	Balance entre los ingresos y la repartición de pagos a diferentes públicos de la compañía.
Gobernanza	**Tecnología de la información**	Compromiso y responsabilidad de salvaguardar los activos digitales y garantizar la seguridad en línea.
	Optimización de procesos	Uso eficiente de los recursos.
	Gobierno corporativo	La empresa está dirigida bajo los principios de transparencia, rendición de cuentas y sostenibilidad.



Cambios en la organización



Nuevo Director General asumió funciones

A partir de enero de 2024, Rolando Carvajal asumió la posición de Director General de FIFCO y conformó su comité ejecutivo (ver página 18).

Durante más de dos décadas, el nuevo director ha sido una figura clave en la configuración de la visión y la calidad que definen la identidad de FIFCO en la actualidad. Su influencia se ha dejado sentir en el progreso y la evolución de diversos aspectos de la empresa, así como en su expansión a nuevos territorios.

Apuesta a la innovación, diversificación y expansión

La dirección general cree fielmente en las estrategias de **innovación, diversificación y expansión**. Es por ello que FIFCO trabaja para brindar a la persona consumidora propuestas validadas que garanticen crecimiento.

Tras 117 años de historia, FIFCO fortalece su diversidad geográfica y de categorías de producto para ampliar su huella, en 2023 alcanzó el mercado dominicano, una plaza relevante para su fortalecimiento en el Caribe. Esta incursión nació de un minucioso plan estratégico ejecutado en las últimas dos décadas.

También lo hizo en la adopción de metodologías, tecnologías y prácticas comerciales y adoptó un norte que apunta a la búsqueda de oportunidades, algunas de las que ha encontrado con empresas líderes globales como Heineken, PepsiCo, Diageo, Marriott o Goya Foods, acuerdos que le permiten crecer en plazas relevantes como la estadounidense.

Esta movida clave, sin embargo, no significa descuidar Centroamérica, un mercado donde también ha crecido mediante un importante plan de adquisiciones que incluye a marcas icónicas como Kern's y Ducal.



Certificaciones y reconocimientos



- **Ranking Monitor Empresarial de Reputación Corporativa, MERCO**
  - FIFCO, empresa más sostenible de Costa Rica.
  - FIFCO, empresa más responsable con el medio ambiente.

- **Licencia Esencial Costa Rica para las marcas:**
  - Agua Cristal

- **Certificación FSSC 22000 para el sistema de gestión de inocuidad:**
  - Planta Cerveza
  - FIFCO CAM
  - Planta Refrescos

- **Certificación BRCGS para el sistema de gestión de calidad e inocuidad:**
  - Planta Retail

- **Certificación de Heineken para laboratorio de Calidad "Laboratory Star System":**
  - Planta Cerveza

- **ISO 22301 Sistema de Gestión de Continuidad del negocio:**
  - Planta Cerveza

- **Reconocimientos PepsiCo**
  - Premio de Calidad Caleb Bradham en categoría plata | Planta Refrescos Innovation Silver | Planta Refrescos.
  - PEP+ RPET Bronce | Planta Refrescos

- **Programa de Sello de Calidad Sanitaria A y A para entes operadores:**
  - Planta Refrescos

- **ISO 14001: 2015 Sistema de Gestión Ambiental**
  - Planta Cerveza y BAS
  - Planta Refrescos
  - Planta Florida Retail
  - Hotel W Costa Rica Reserva Conchal
  - The Westin Reserva Conchal, an All-Inclusive Golf Resort & Spa

- **ISO 14046 Huella de Agua (organización y producto)**
  - Planta Cerveza y BAS
  - Planta Refrescos
  - CEDI GAM
  - CEDI Rural
  - FIFCO CAM
  - Agua Cristal
  - Cerveza Imperial

- **ISO 14064 Huella de Carbono Organización**
  - Planta Cerveza y BAS
  - Planta Refrescos
  - CEDI GAM
  - CEDI Rural
  - Planta Florida Retail
  - Hotel W Costa Rica Reserva Conchal
  - The Westin Reserva Conchal, an All-Inclusive Golf Resort & Spa

- **ISO 50001 Eficiencia Energética**
  - Planta FIFCO Retail

- **INTE ISO 14067:2015 Huella de Carbono de Productos**
  - Agua Cristal
  - Cerveza Imperial

- **Certificación de Zero Waste to Landfill por Carbon Trust**
  - Planta Cerveza y BAS
  - Planta Refrescos
  - CEDI GAM
  - CEDI Rural
  - Planta Florida Retail

- **Certificación de Sostenibilidad Turística del ICT**
  - Hotel W Costa Rica Reserva Conchal
  - The Westin Reserva Conchal, an All-Inclusive Golf Resort & Spa

- **Certificación Audubon**
  - Reserva Conchal

- **Programa Sello de Calidad Sanitaria AyA**
  - Reserva Conchal
  - FIFCO CAM

- **Galardón de Bandera Azul Ecológica**
  - Categoría Playas, Playa Conchal
  - Categoría Comunidades
  - Categoría Hogares Sostenibles
  - Categoría Áreas Protegidas, Refugio Nacional de Vida Silvestre Mixto Conchal

- **INTE B5 Sistema para demostrar la Carbono Neutralidad**
  - Planta Cerveza y BAS
  - Planta Refrescos
  - CEDI GAM
  - CEDI Rural
  - Planta Florida Retail
  - Hotel W Costa Rica Reserva Conchal
  - The Westin Reserva Conchal, an All-Inclusive Golf Resort & Spa
  - Reserva Conchal

Nuestro compromiso con la calidad e inocuidad

FSSC 22000

Contar con un sistema de gestión de inocuidad certificado en FSSC 22000 promueve la mejora del desempeño global de la empresa en términos de inocuidad y la calidad de los alimentos y bebidas que se comercializan, asegurando el cumplimiento de estándares reconocidos a nivel mundial; además, proporciona confianza a clientes y personas consumidoras, al mismo tiempo que se contribuye con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

En Costa Rica, Planta Refrescos y Planta Cerveza de FIFCO tienen 10 y 7 años respectivamente de contar con la certificación FSSC 22000. En Guatemala, FIFCO CAM tiene 3 años.

FSSC 22000 y su relación con los ODS

La disponibilidad de alimentos seguros para las poblaciones garantiza el bienestar al ingerir alimentos y bebidas elaborados bajo un sistema de gestión de inocuidad robusto (Objetivo #3 de los ODS), que a su vez se traduce en reducir el impacto social sobre la pobreza por incapacidad laboral y pérdida de ingresos (Objetivo 1 de los ODS).

La certificación FSSC 22000 aumenta la productividad y la disponibilidad de alimentos y bebidas inocuos; contribuye a formar sistemas alimentarios sostenibles y resistentes, favoreciendo el acceso a alimentos y bebidas inocuos hasta para las poblaciones más vulnerables (Objetivo 2 de los ODS).

Al cumplir los requisitos FSSC 22000 reconocidos mundialmente, se abre el acceso a los mercados nacionales e internacionales, se ofrece trabajo decente a los colaboradores, se optimizan los procesos y se mejora la eficiencia en la producción de alimentos y bebidas inocuos y de calidad, reforzando la presencia en el mercado y apoyando con el desarrollo económico sostenible en el sector de la industria alimentaria (Objetivo 8 de los ODS)

Con la gestión eficiente de los recursos y las medidas de reducción de la pérdida y el desperdicio de alimentos en los procesos de producción (Objetivo #12 de los ODS), la certificación FSSC 22000 exige al Sistema de Gestión de Inocuidad alcanzar una administración que fomente la reducción de las emisiones de GEI (Gases con Efecto Invernadero) y la mitigación de los impactos del cambio climático, abordando directamente el Objetivo 13 de los ODS.



Sello de Calidad Sanitaria del Agua

A mediados de 2024 A y A otorgó a Planta Refrescos el **galardón celeste** del programa de **Sello de Calidad Sanitaria del Agua para Entes Operadores**.

Este reconocimiento reconoce las herramientas implementadas para la optimización de la gestión del recurso hídrico, por medio del mantenimiento y mejora en las estructuras de los sistemas de abastecimiento de agua, involucrando a la población en los temas ambientales. Planta Refrescos obtuvo una nota de **97,5** puntos en los parámetros obligatorios y 1 estrella blanca + 1 estrella azul.

Algunos de los premios recibidos

En febrero de 2024 Planta Refrescos recibió el premio **Caleb Bradham** categoría Plata por su excelente desempeño durante el 2023 en las auditorías PepsiCo de calidad (QAS) e inocuidad (AIB International), y por cumplir los estándares de calidad.

El compromiso y la consistencia de Planta Refrescos le hacen destacar entre los embotelladores centroamericanos que producen las bebidas de PepsiCo. En agosto de 2024, FIFCO recibió 2 reconocimientos:

- **Premio Innovation** categoría Plata por la gestión realizada en Planta Refrescos al producir Gatorade Zero de manera ágil, cumpliendo los requisitos de calidad e inocuidad, envasando en un lapso muy corto de tiempo y asegurando la disponibilidad del producto en el mercado local.
- **Premio PEP+RPET** categoría Bronce. Por segundo año consecutivo se reconoció el esfuerzo y la trayectoria de FIFCO por su liderazgo como empresa comprometida con el uso del plástico reciclado bajo el cumplimiento de estándares que aseguran las mejores prácticas ambientales y de manufactura.

Las marcas PepsiCo son evaluadas en laboratorios internacionales y los laboratorios internos de Planta Refrescos y Planta Cerveza participan en pruebas de proficiencia internacionales bajo las categorías de microbiología, sensorial y parámetros físico-químicos de calidad.

Nuevas certificaciones y reconocimientos 2024

FIFCO es la empresa de bebidas y alimentos #1 en sostenibilidad gracias a metas ESG específicas y medibles

La edición 2024 del índice de Responsabilidad y Gobierno Corporativo en Costa Rica ratifica la solidez de la estrategia de sostenibilidad de FIFCO, que obtuvo el **primer lugar en el prestigioso ranking.**

Esta medición, elaborada por MERCO, evalúa el desempeño de las empresas en las dimensiones Ambiental, Social y de Gobernanza. La lista consta de un total de 100 empresas, cuya posición se establece al ponderar el criterio de directivos, especialistas en responsabilidad corporativa, analistas financieros, periodistas, funcionarios de gobierno y organizaciones no gubernamentales, entre otros. **Además de encabezar el ranking general, FIFCO, por segundo año consecutivo, se destacó como la empresa más responsable con el ambiente.**

FIFCO y sus líderes destacan en los prestigiosos rankings Merco Empresas y Merco Líderes 2024

MERCO publicó su ranking anual de empresas y líderes corporativos en Costa Rica, el cual destaca a dos de las personas integrantes del comité ejecutivo **entre las figuras mejor posicionadas del país.**

Rolando Carvajal, Director General; y Maria Pía Robles, Directora de Relaciones Corporativas, sobresalieron en la clasificación al ocupar los puestos **9** y **21**, respectivamente.

Carvajal ingresa al **top 10 del ranking de líderes** en su primer año como director de la compañía de alimentos y bebidas, puesto que asumió el 1° de enero del 2024. Por su parte, Robles recibió una mención especial por debutar entre las **10 mujeres mejor posicionadas** en la lista.

El resultado obtenido en ambas mediciones es reflejo del compromiso de FIFCO por fomentar en todos sus niveles un liderazgo holístico, que impulse la creación de valor desde una estrategia de triple utilidad y la Sostenibilidad Expansiva.



FIFCO destaca en el Top 3 de empresas más atractivas para trabajar en Costa Rica

FIFCO destacó en la primera edición del ranking Merco Talento Costa Rica, ubicándose en el top 3 de la lista de empresas más atractivas para trabajar.

Otros reconocimientos

- **Top 10** de empresas de alta confianza y negocios en Costa Rica, por la revista Estrategia y Negocios.
- **Empresa con el mejor clima organizacional**, por la revista Summa.

Primera generación de comunicadores centroamericanos concluye con éxito programa en sostenibilidad promovido por FIFCO e INCAE

FIFCO e INCAE Business School, por medio de sus centros de impacto CELIS y CLACDS, cerraron con éxito el **primer programa sobre sostenibilidad para comunicadores centroamericanos**.

Durante 5 sesiones en modalidad mixta, **30** profesionales de la comunicación lograron culminar este novedoso programa educativo que les brindó herramientas y conocimiento con el fin de facilitar su labor diaria y coberturas en sostenibilidad.

Se abordaron los principios fundamentales, estrategias para lograr la sostenibilidad ambiental y social; y la importancia de colaborar con diversos actores interesados, todo desde la perspectiva de los comunicadores y sus necesidades.

Alianzas expansivas

Costa Rica Recupera

En un esfuerzo colaborativo del sector bebidas, FIFCO se unió a el Sistema Coca-Cola y Dos Pinos, junto a la Fundación ALIARSE. Se trata del principal esfuerzo voluntario, colaborativo del sector de bebidas, cuyo objetivo es aumentar las tasas de recuperación del plástico colocado en el mercado y aportar a las metas país mediante estrategias conjuntas de recuperación.

Plástico Circular

Desarrollado gracias a una alianza entre FIFCO, PEDREGAL, CRDC, NESTLÉ, VEINSA, INTEL, el Ministerio de Salud de Belén y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), celebró su primer año con un logro destacado: **la recuperación de 40 toneladas de plástico no valorizable que, de no ser por esta iniciativa, habrían terminado en rellenos sanitarios, el equivalente a llenar 80 camiones de basura con plástico.**

Este plástico, recolectado de comercios, escuelas, salones comunales, iglesias y empresas de Belén, fue transportado de manera sostenible mediante un **camión eléctrico** y transformado en **RESIN8**, un agregado sintético utilizado como materia prima en la construcción, contribuyendo así a la promoción de la economía circular.

Estaciones de reciclaje

FIFCO es parte de este proyecto de la Alianza Empresarial para la Sostenibilidad, “Estaciones de reciclaje” cuyo objetivo es impulsar acciones concretas para educar a las personas hacia hábitos más sostenibles y amigables.

Las estaciones de reciclaje se ubicaron en las tiendas Walmart Alajuela, Cartago y Guadalupe; recibiendo empaques post consumo de plástico PET, aluminio, papel, cartón, tetrapack, electrónicos y polilaminados. Los residuos se recolectan periódicamente para ser reciclados por una empresa certificada y autorizada, que cuantifica el impacto y garantiza que van a ser parte de otros procesos, entre ellos la economía circular.

- **Miembro fundador de la Alianza Empresarial para la Sostenibilidad**.
- **Miembro fundador del primer fondo de agua de Costa Rica: Agua Tica**.
- **Miembro del Consejo Asesor de Sostenibilidad** (CAS) del Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica (MEIC) en representación de Unión Costarricense de Cámaras y Asociaciones del Sector Empresarial Privado (UCCAEP).
- **Miembro del Círculo de Empresas de la Mesa Redonda Latinoamericana** sobre Gobierno Corporativo. Este grupo es impulsado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD) y la Corporación Financiera Internacional (IFC). El Círculo está compuesto por 15 empresas de cinco países, que han demostrado su liderazgo y adoptado buenas prácticas de gobierno corporativo.
- **Miembro de la iniciativa “Global Growth Companies”, del Foro Económico Mundial**. Creada en el 2007, esta comunidad pretende involucrar a empresas dinámicas, de alto crecimiento, que tienen el potencial para ser los líderes de la industria del mañana y para convertirse en una fuerza motriz de cambio económico, social y ambiental.
- **Miembro del Global Compact** de las Naciones Unidas desde el año 2014.
- **Miembro de la Comunidad GRI**. FIFCO apoya la misión de GRI de empoderar a las personas tomadoras de decisiones a través del Reporte de Estándares de Sostenibilidad GRI y su red de públicos de interés, para tomar medidas hacia una economía y mundo más sostenible.
- **Miembro de la comunidad de empresas SBTi** (Science Base Target Initiative).
- **Firmantes del Pacto Nacional** por el Cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible Costa Rica, 2016.



Organizaciones a las que pertenecemos

- Alianza Empresarial para el Desarrollo (AED).
- Alianza Empresarial para la Sostenibilidad.
- Alianza del sector de bebidas para mejorar la recolección de envases en Costa Rica.
- American Society of Brewering Chemists (ASBC).
- Asociación de Productores e Importadores de Bebidas Alcohólicas de Costa Rica (APIBACO).
- Asociación Cámara Nacional de Comerciantes detallistas y afines (CANACODEA).
- Asociación GS1 de Costa Rica.
- Beer Institute.
- Bolsa Nacional de Valores.
- Cámara Costarricense de Emisores de Títulos Valores (CCETV).
- Cámara Costarricense de Hoteles.
- Cámara de Comercio de Costa Rica (CCCR) .
- Cámara de Comercio de Heredia.
- Cámara de Industrias de Costa Rica (CICR).
- Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria (CACIA) .
- Cámara Costarricense de Restaurantes (CACORE) .
- Cámara de Turismo Guanacasteca (CATURGUA).
- Centrarse Guatemala.
- Cerveceros Latinoamericanos.
- Comité Técnico Nacional de Inocuidad de los Alimentos de INTECO.
- Comunidad de Empresas de Comunicación.
- Consejo Consultivo Nacional de Responsabilidad Social.
- Costa Rican American Chamber of Commerce (AmCham).
- Ecolones.
- Foro Económico Mundial.
- GRI Community.
- International Life Sciences Institute (ILSI).
- Jóvenes por Costa Rica.
- Master Brewers Association of America (MBAA).
- Redcicla.
- Red Local, Pacto Global Costa Rica.
- Science Based Targets Initiative.
- Siebel Institute.
- Unión Costarricense de Cámaras y Asociaciones del Sector Empresarial Privado (UCCAEP).

Política de calidad e inocuidad



Una política corporativa que refleja el propósito de FIFCO para cumplir con los **requisitos de calidad e inocuidad** que merecen quienes comercializan y consumen sus bebidas y alimentos.

Compromisos de nuestra política

FIFCO, a través de sus sistemas de Gestión de Calidad e Inocuidad Alimentaria, se compromete a:

- Elaborar, almacenar y distribuir productos inocuos, auténticos y de calidad.
- Mantener personal y proveedores competentes e involucrados.
- Promover su cultura de calidad e inocuidad.
- Cumplir con los requisitos legales y normativas aplicables.
- Establecer comunicación eficaz con todas las partes interesadas.
- Asegurar la mejora continua.

Calidad e inocuidad

El **100%** de los productos que produce FIFCO son evaluados para verificar su impacto en la salud y seguridad de las personas consumidoras.

¿Cómo es el proceso de verificación?

El compromiso de Planta Cerveza, FIFCO CAM, Planta Refrescos y Planta Retail para satisfacer al consumidor con bebidas inocuas, auténticas y de calidad conlleva ejecutar auditorías periódicas por medio del departamento de auditoría interna de FIFCO, donde se evalúan diferentes criterios:

- **RTCA 67.01.33:06** de Buenas Prácticas de Manufactura para alimento y bebidas procesados.
- **FSSC 22000** (aplica para Planta Cerveza, FIFCO CAM y Planta Refrescos).
- **BRCGS** (aplica para Planta Retail).
- Las normas consolidadas de **AIB** para inspección en embotelladoras de bebidas (aplica para Planta Cerveza y Planta Refrescos).
- **FSM** (Food Safety Mandates) de PepsiCo (aplica para Planta Cerveza y Planta Refrescos).

Entre las auditorías externas de inocuidad está la certificación FSSC 22000 realizada por organismos de certificación reconocidos (NSF e INTECO), y que confirma el cumplimiento con los lineamientos establecidos en las normas (ISO 22000, ISO/TS 22002-1 y requisitos adicionales de FSSC 22000).

En Planta Retail, por quinto año consecutivo se cuenta con la certificación de calidad e inocuidad que concede la norma BRCGS, y en el 2024 se realizó bajo la modalidad de auditoría NO anunciada, en la cual, con el esfuerzo de sus colaboradores, se obtuvo la nota máxima posible que otorga la categoría (AA+).

Además, Planta Cerveza y Planta Refrescos, reciben varias auditorías externas anualmente, para asegurar el cumplimiento de altos estándares solicitados por los socios comerciales:
Heineken: LSS (Laboratory Star System)
Diageo: LTO (Licences to Operate)
PepsiCo: AIB International, FSM (Food Safety Mandates) y QAS (Quality Audit System).





Etiquetado responsable de nuestros productos

El empaque de los alimentos y bebidas que FIFCO produce, incluye los requisitos obligatorios de etiquetado según las regulaciones aplicables. El etiquetado de productos cumple con los requisitos 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, COFEPRIS y Secretaría de Salud en México.

Como parte de la información relevante del etiquetado responsable de los alimentos y bebidas comercializados por FIFCO se puede encontrar:

- Nombre del alimento.
- Lista de ingredientes.
- Información nutricional (cuando aplique).
- Contenido neto.
- Nombre y dirección del fabricante .
- País de origen.
- Identificación de lote.
- Fecha de vencimiento.
- Registro sanitario.
- Beneficios del producto (cuando aplique).
- Instrucciones de consumo y almacenamiento.
- Número telefónico de servicio al cliente.
- Logo del Programa de Reciclaje.
- Leyendas precautorias de consumo para bebidas alcohólica.

Seguridad y salud de las personas consumidoras

A través del **Sistema de Gestión de la Calidad e Inocuidad** de las plantas productoras de FIFCO se da la implementación y mantenimiento de programas de calidad e inocuidad que cuidan a la persona consumidora al incorporar diversos procedimientos.

Procedimientos de calidad e inocuidad.

- Evaluación de proveedores y materias primas
- Prevención del fraude alimentario.
- Evaluación y control de peligros en las etapas de producción.
- Defensa de los alimentos.
- Limpieza y desinfección.
- Planes de muestreo microbiológico, físico-químico y sensorial.
- Análisis de causa raíz e implementación de acciones correctivas y preventivas.
- Trazabilidad y retiro/recuperación de productos.
- Manejo integrado de plagas.
- Higiene y capacitación del personal, entre otros.





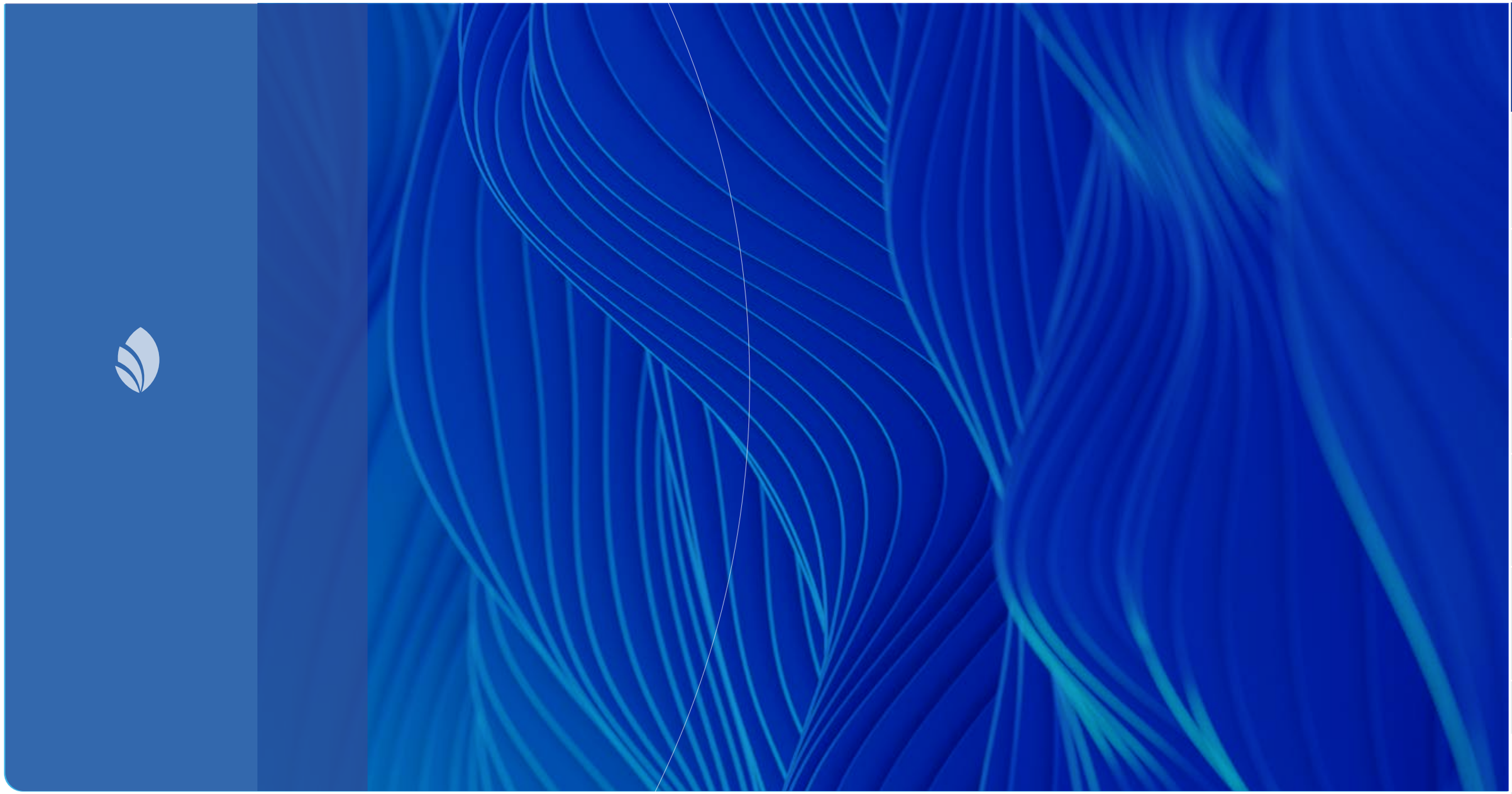


SECCIÓN

C

Informe de gestión: resultados financieros

Principales resultados financieros



Estados Consolidados de Pérdida y Ganancia y Otros Resultados Integrales*

FLORIDA ICE AND FARM COMPANY, S.A. Y SUBSIDIARIAS

Estados Consolidados de Pérdida y Ganancia y Otros Resultados Integrales

(En Millones de Colones)

Por el período de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2024 y 2023

	Nota		2024	2023
Ventas netas	24	¢	823.950	827.387
Costo de las ventas			403.590	425.606
Utilidad bruta			**420.360**	**401.781**
Gastos de ventas y mercadeo	18		193.657	185.860
Gastos generales y administrativos	19		83.788	81.704
Gastos de operación			277.445	267.564
Utilidad de operación antes de otros gastos			**142.915**	**134.217**
Otros gastos, neto			13.873	6.768
Utilidad de operación			**129.042**	**127.449**
Gastos financieros			21.816	26.723
Ingresos financieros			(860)	(887)
Diferencias de cambio, neto			(1.285)	(9.216)
Ganancia en participación de asociadas, neto	10		(16.409)	(19.262)
Utilidad del período antes de impuestos			**125.780**	**130.091**
Impuesto sobre la renta:	21			
Corriente			42.435	40.612
Diferido			(2.663)	(5.787)
Total impuesto sobre la renta			39.772	34.825
Utilidad del período		¢	**86.008**	**95.266**
Otros resultados integrales:				
Partidas que pueden ser reclasificadas posteriormente al resultado del período:				
Diferencias de cambio al convertir negocios en el extranjero de la controladora		¢	(5.533)	(23.931)
Diferencias de cambio al convertir negocios en el extranjero de la no controladora			(552)	(4.555)
Otros resultados integrales del período			**(6.085)**	**(28.486)**
Resultado integral total del período		¢	**79.923**	**66.780**
Utilidad atribuible a:				
Propietarios de la controladora		¢	69.377	77.619
Participaciones no controladoras			16.631	17.647
		¢	**86.008**	**95.266**
Resultado integral total atribuible a:				
Propietarios de la controladora		¢	63.844	53.688
Participaciones no controladoras			16.079	13.092
		¢	**79.923**	**66.780**
Utilidad básica por acción	17d	¢	**80,67**	**89,11**

Las notas que acompañan a los estados financieros consolidados son parte integral de los mismos.

*Si desea ver el reporte completo con sus respectivas notas, puede descargar el documento ingresando a www.fifco.com sección inversionistas.

Comentarios al Estado de Resultados

Los comentarios que se presentan corresponden a los períodos comparables de doce meses terminados el 31 de diciembre de 2024 y 2023.

Ventas Netas

Las ventas netas se mantienen en línea con el año anterior. Se muestra un impacto desfavorable por el efecto de conversión en operaciones fuera de Costa Rica y el segmento inmobiliario, mayores dinámicas comerciales en Cerveza Costa Rica, menor volumen en EE.UU., así como menores ventas inmobiliarias parcialmente compensado por ingresos por aperturas de nuevas tiendas de Retail, efecto favorable de precio en EE.UU. y Panificación, mayor volumen en México e ingresos hoteleros.

Utilidad Bruta

En Centroamérica, mayores precios promedios en Costa Rica Centroamérica y EE.UU. en todas las categorías a excepción de cerveza, mayor volumen en refrescos y bebidas alcohólicas saborizadas, costos favorables en Costa Rica y Centroamérica, fletes favorables en EE.UU. neto de absorción. En alimentos se refleja un aumento en ventas de conveniencia por más tiendas, más transacciones y mayores precios, y mayor volumen, mezcla geográfica favorable y mayores precios en frijoles con menores costos.

Gastos de Operación

Los gastos de operación crecen al 3.6% principalmente por el efecto inflacionario en salarios y costos logísticos.

Utilidad de Operación antes de Otros Gastos

La utilidad de operación aumenta un 6.5% principalmente asociado al resultado operativo del segmento bebidas que crece 6.3% y mejor desempeño en alimentos.

Otros Gastos, Neto

Los otros gastos aumentaron 7,105 millones de colones principalmente por un mayor deterioro de intangibles en el negocio de Estados Unidos.

Gastos Financieros, neto

Favorable 4.880 millones de colones por la recuperación de comisiones bancarias de períodos anteriores.

Ganancia en Participación de Asociadas, neto

Desfavorable principalmente por un resultado operativo menor en Comegua por menores exportaciones.

Utilidad Atribuible a Propietarios de la Controladora

La utilidad neta cerró con un decrecimiento de -10.6% principalmente por mayor deterioro de intangible en EEUU, menores ingresos de compañías asociadas, menor ingreso por diferencias cambiarias y mayor tasa efectiva de impuesto de renta neto de la favorabilidad en la Utilidad de Operación y menores gastos financieros.

Estados Consolidados de Situación Financiera*

FLORIDA ICE AND FARM COMPANY, S.A. Y SUBSIDIARIAS
Estados Consolidados de Situación Financiera
(En Millones de Colones)
31 de diciembre de 2024 y 2023

Activo	Nota		2024	2023
Efectivo y equivalentes de efectivo	4	¢	33.038	21.258
Cuentas por cobrar, neto	5		86.131	89.785
Inventarios	6		96.145	84.861
Anticipos a proveedores			1.374	1.310
Desembolsos pagados por anticipado	7		23.298	19.606
Porción corto plazo documentos por cobrar a largo plazo	8		-	5.338
Total activo a corto plazo			**239.986**	**222.158**
Documentos por cobrar a largo plazo	8		5.128	-
Propiedades de inversión	9		37.997	36.578
Inversiones en asociadas y otras	10		60.560	58.238
Propiedad, planta y equipo, neto	11		384.051	350.671
Activos por derecho de uso, neto	20		25.696	21.457
Activos intangibles, neto	12		123.963	137.599
Crédito mercantil	12		14.434	21.935
Otros activos			1.226	1.688
Impuesto sobre la renta diferido	21b		23.029	24.123
Total activo a largo plazo			**676.084**	**652.289**
Total activos		¢	**916.070**	**874.447**
Pasivo y Patrimonio				
Porción corto plazo de los préstamos a largo plazo	13	¢	38.768	57.919
Bonos por pagar	14		50.000	-
Pasivo bajo arrendamiento corto plazo	20		8.361	7.073
Cuentas por pagar	15		65.343	61.382
Gastos acumulados y otras cuentas por pagar	16		36.533	36.874
Impuestos sobre la renta por pagar			6.280	10.800
Otros impuestos por pagar			14.585	14.327
Adelantos recibidos de clientes			8.678	6.725
Total pasivo a corto plazo			**228.548**	**195.100**
Adelantos recibidos			1.000	1.106
Préstamos bancarios a largo plazo, excluyendo la porción corto plazo	13		211.674	167.209
Bonos por pagar a largo plazo, excluyendo la porción corto plazo	14		-	50.000
Pasivo bajo arrendamiento largo plazo	20		16.501	13.164
Impuesto sobre la renta diferido	21b		31.951	35.138
Total pasivo a largo plazo			**261.126**	**266.617**
Total pasivo		¢	**489.674**	**461.717**
Patrimonio:	17			
Capital en acciones comunes		¢	86.216	87.706
Menos: acciones en tesorería a su valor nominal			353	1.490
Capital en acciones en circulación			85.863	86.216
Reservas			15.542	21.374
Utilidades no distribuidas			281.677	261.570
Total patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora			383.082	369.160
Participaciones no controladoras			43.314	43.570
Total patrimonio			**426.396**	**412.730**
Contingencias	25, 26		-	-
Total pasivo y patrimonio		¢	**916.070**	**874.447**

Las notas que acompañan a los estados financieros consolidados son parte integral de los mismos.

*Si desea ver el reporte completo con sus respectivas notas, puede descargar el documento ingresando a www.fifco.com sección inversionistas.

Comentarios al Balance General

Los comentarios que se presentan corresponden a los períodos comparables de doce meses terminados el 31 de diciembre de 2024 y 2023.

Activo Circulante

El activo circulante incrementa 8,0%, principalmente por mayor nivel de efectivo e inventarios.

Activo Largo Plazo

Los activos a largo plazo aumentan 3,6% producto de inversiones en activos fijos y obras en proceso principalmente en Costa Rica y Guatemala neto de una disminución en los activos intangibles y crédito mercantil consecuencia del registro de deterioro en EE.UU.

Pasivos a Corto y Largo Plazo

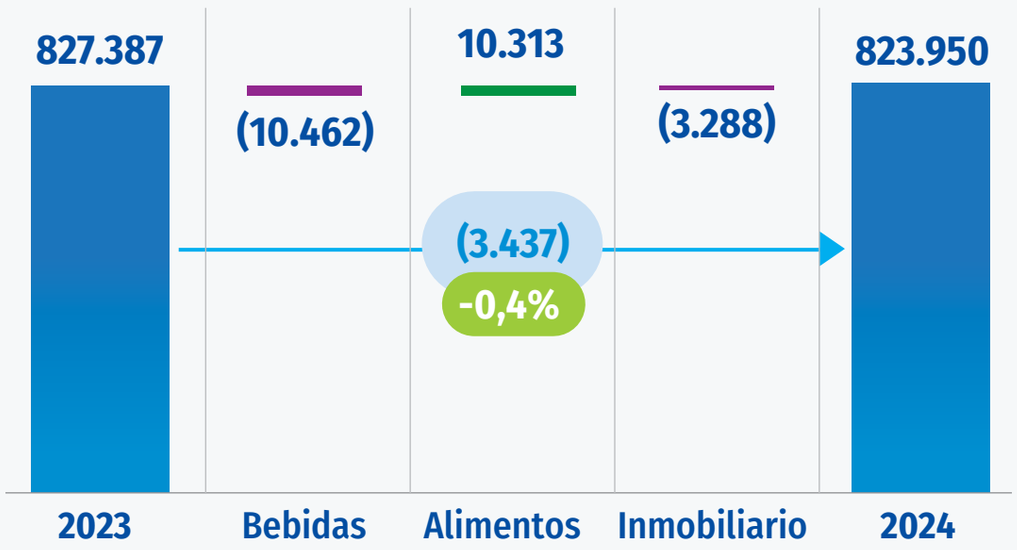
El pasivo aumenta 6.1% debido a un mayor nivel de endeudamiento en términos absolutos.

Patrimonio Atribuible a los Propietarios de la Controladora

El patrimonio atribuible a la Casa Matriz crece 3,3% por efecto de los resultados del período, neto de pago de dividendos y el efecto del tipo de cambio a nivel de las reservas.

Principales Resultados Financieros

FIFCO | Ventas netas
(cifras en millones de colones)



Bebidas

- Efecto negativo de la conversión de las operaciones fuera de Costa Rica.
- Ventas en USA ligeramente menores.
- Mayor volumen de BAS (Costa Rica y México), Carbonatadasy Funcionales.

Alimentos

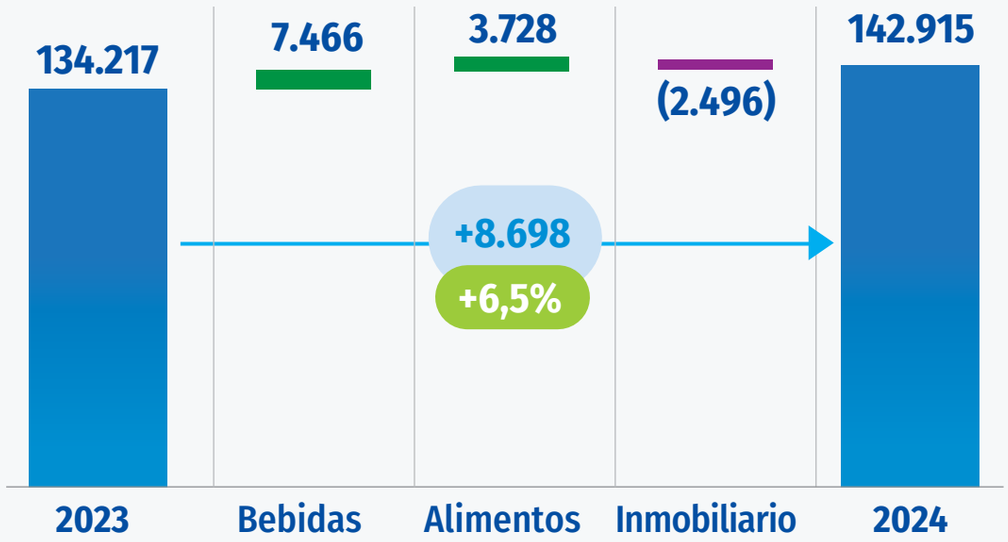
- Aumento en ventas de formato de conveniencia por más tiendas, más transacciones y mayores precios.
- Volumen, mezcla, precios y descuentos favorables en frijoles, neto del impacto de conversión.

Inmobiliario

- Al estar los ingresos denominados en dólares, conversión afecta negativamente.
- Menores ventas de producto inmobiliario (ventas de parcelas de desarrollo en 2023).
- Mayor ocupación en el Westin y mayores tarifas en ambos hoteles.

Principales Resultados Financieros

FIFCO | Utilidad de Operación*
(cifras en millones de colones)



Bebidas

- En Costa Rica y Centroamérica, se refleja crecimiento en todas las categorías, con mayor margen, menores costos de producción y contención del gasto.
- Utilidad de operación en Estados Unidos crece ligeramente por mezcla en producto maquilado, mayores precios, menores gastos de mercadeo y transporte.

Alimentos

- Mayor volumen de frijoles y kétchup con mezcla geográfica favorable, aumentos de precio y menores costos.

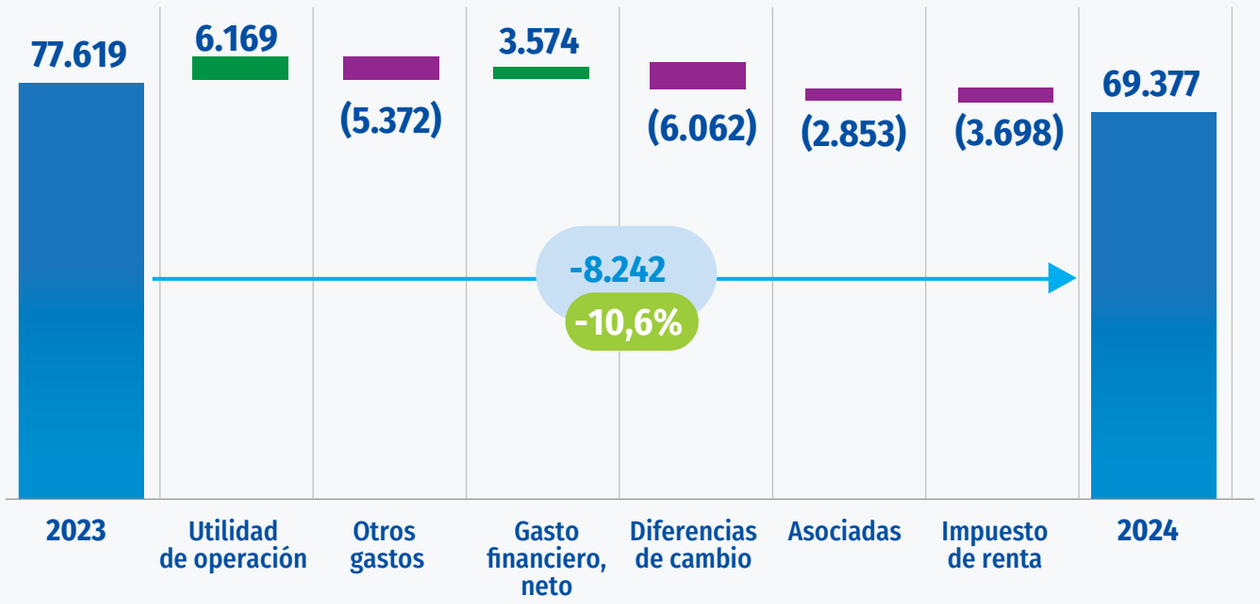
Inmobiliario

- Al estar los ingresos denominados en dólares, conversión afecta negativamente.
- Menores ventas de producto inmobiliario (ventas de parcelas de desarrollo en 2023).
- Mayor ocupación en el Westin y mayores tarifas en ambos hoteles.

* Antes de otros gastos.

Principales Resultados Financieros

FIFCO | Utilidad neta atribuible a accionistas
(cifras en millones de colones)



Otros gastos, neto

- Mayor registro por deterioro de intangibles en el negocio de Estados Unidos.

Gasto Financiero, neto

- Favorable principalmente por reembolso de excedente en cobro de comisiones bancarias.

Diferencias de Cambio

- Desfavorable por una menor apreciación del colón (-¢14.15; -2.7%) en 2024 vs. 2023 (-¢75.11; -12.5%), sobre la base de la posición pasiva neta en moneda extranjera.

Asociadas

- Menores resultados de Comegua, aunado al efecto de conversión.

Impuesto de Renta

- Mayor provisión de ISR por mejores resultados operativos en 2024 y ajuste de valorización de créditos fiscales en EE.UU.

Principales Resultados Financieros

Dividendos alcanzan máximo histórico con +$91mm pagados, en el contexto de un balance fuerte

FIFCO | Dividendos por acción

(colones)



FIFCO | Dividendos pagados

Año	CRC mm	USD mm	Índice Pago*	Rentabilidad
2015	22,442	41,5	46,5%	3.5%
2016	24,831	44,8	45,5%	3.4%
2017	27,959	48,9	45,9%	3.1%
2018	27,386	46,9	61,7%	3.4%
2019	27,705	47,5	56,1%	4.4%
2020	13,962	23,8	93,1%	3.1%
2021	23,272	37,0	43.,%	4.6%
2022	35,498	54,7	44,5%	6.0%
2023	39,908	73,6	49,2%	7.1%
2024	47,332	91,1	60,2%	7.2%
CAGR**	**8.6%**	**9.1%**		

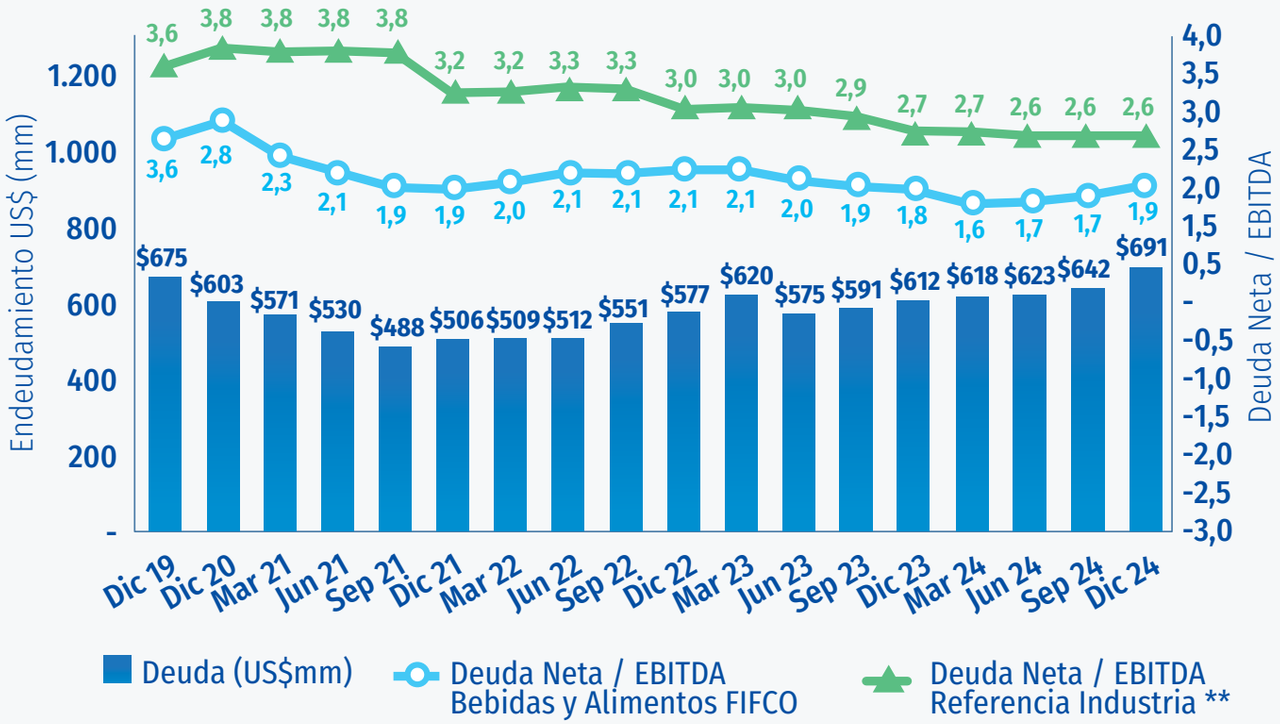
* Dividendos pagados / Utilidad Neta Atribuible a Accionistas (excluyendo extraordinarios como ajustes por deterioro)

** Tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR por sus siglas en inglés)

Principales Resultados Financieros

FIFCO | Evolución de endeudamiento*

Bebidas y Alimentos FIFCO



* Para efectos de presentación, endeudamiento total referenciado en US$ equivalentes.
** Referencia promedio simple de tres jugadores globales de industria de cerveza.
Dato de Diciembre 24 replica Setiembre 24 (Pendiente actualización de mercado)

Nuestras prioridades estratégicas en 2024

Alineados con los **objetivos estratégicos y visión del negocio,** la compañía definió 3 prioridades corporativas para el año 2024



1 Fortalecer los mercados consolidados, enfocados en la innovación



FIFCO fortalece su posición en los mercados donde ya opera mediante la innovación constante en productos y servicios. Esto implica, anticipar las necesidades de las personas consumidoras, desarrollar soluciones creativas que responden a las necesidades cambiantes de las y los clientes, aprovechando nuevas tecnologías y tendencias para mantener la ventaja competitiva y generar mayor valor para los distintos públicos.

Marcas resilientes y sostenibles



Conectamos con nuestros consumidores gracias a:

- Propuestas de valor renovadas
- Creación de experiencias
- Marcas con propósito
- Impulso a nuevos canales y mayor digitalización

FIFCO Costa Rica



Cervezas

Imperial

Durante el 2024, Imperial, la cerveza más icónica de Costa Rica, celebró en grande los **100 años** de la marca, con distintas acciones que conectaron emocionalmente con todas las generaciones que disfrutan de Imperial.



100PRE fresca

El año inició con el refuerzo del atributo de la calidad y el diferencial de la competencia: **¡La frescura de la cerveza Imperial!** La campaña retrató el proceso de distribución y entrega, recordándole a la persona **consumidora que esta va de la cervecería directo hacia sus manos**.

Se lanzó la ruta de la frescura, donde mediante un camión cisterna, el equipo repartió **7.000** vasos con cerveza fresca en más de **40** puntos de venta.

100años de Pura Vida

El Tour Imperial

Por primera vez en estos 100 años se abrieron las puertas de la cervecería y más de **800 consumidores** tuvieron la oportunidad de realizar **"El Tour Imperial"**, donde vivieron el proceso de producción de la cerveza más fresca de Costa Rica.



Historias para celebrar

En agosto se lanzó una **colección única** en la región con 50 latas coleccionables donde se rendía homenaje a las mejores historias costarricenses de los últimos 100 años.

Se alcanzó **35 puntos de poder de marca** (Brand Power), lo cual es una cifra histórica y es el mejor puntaje en los **últimos 3 años que ha alcanzado la marca**. Esta colección de **50** diseños, además de traer excelentes resultados, fue **reconocida en premios de publicidad con plata** en mejor diseño de empaque y **bronce** en mejor uso editorial.



La gran fiesta Imperial

A inicios de diciembre, se festejó en grande con **99 activaciones** en puntos de venta y el 14 de diciembre se cerró con l**a gran fiesta, la número 100**. Con más de **15.000 asistentes**, entre **consumidores**, **clientes**, **prensa** y **líderes de opinión**, fue todo un éxito memorable.















El último regalo de los 100 años

La celebración se cerró con el **“último regalo de los 100 años”**, la emblemática águila Imperial se convirtió en una figura armable de **1.000 piezas** exclusiva para las personas consumidoras mayores de edad fieles a la marca.



Proyecto “De Vuelta a Casa”

La problemática

Imperial identificó un problema y está tratando de proteger el entorno natural que define a Costa Rica. Se trata de la **extracción masiva de conchas marinas**, incentivada por el turismo local e internacional, está generando un impacto devastador en los ecosistemas marinos. Esta práctica pone en riesgo el delicado equilibrio de las playas, hábitat de especies esenciales para la biodiversidad y base del turismo sostenible.

Según la Dra. Yolanda Camacho, bióloga de la Universidad de Costa Rica, este problema afecta de múltiples maneras, entre ellas, la erosión acelerada, al reducirse la presencia de conchas, las playas pierden estabilidad estructural, haciéndolas más vulnerables a fenómenos climáticos extremos y al aumento del nivel del mar. Además, una alteración de hábitats marinos: las conchas cumplen un rol clave en la formación de estructuras calcáreas, fundamentales para organismos como los corales, pérdida de refugios para especies clave como los cangrejos ermitaños, esenciales para la cadena alimenticia local, quienes dependen de las conchas como refugio; desequilibrios químicos del océano, dado que las conchas evitan la acidificación del agua marina. La acidez altera la disponibilidad de nutrientes esenciales como el hierro y el nitrógeno, interfiriendo en la reproducción de especies y en la capacidad de organismos marinos para formar esqueletos y conchas de carbonato de calcio.

En 2023, más de **5 toneladas** de conchas fueron decomisadas en los aeropuertos Juan Santamaría y Daniel Oduber. La dificultad para determinar el origen de estas (Pacífico o Caribe) hace que terminen enterradas.

La clasificación de conchas requiere el conocimiento especializado de biólogos, cuya formación puede tomar más de 15 años, y la dedicación absoluta: analizar 350 kilos de conchas podría demandar 6 meses de trabajo a tiempo completo. Frente a este panorama, miles de conchas permanecen almacenadas o en el peor de los casos, enterradas, mientras los ecosistemas marinos sufren las consecuencias de su pérdida.

La respuesta de Imperial: ciencia, innovación y colaboración

Ante esta problemática, FIFCO y su marca Imperial, en alianza con el Ministerio de Ambiente y Energía por medio del Sistema Nacional de Áreas de Conservación (MINAE-SINAC), AERIS, gestor del Aeropuerto Internacional Juan Santamaria, y la Universidad de Costa Rica (UCR), presentaron una solución basada en la tecnología y la cooperación interinstitucional, plasmada en el documental **“De Vuelta a Casa”,** un proyecto que no sólo visibiliza esta crisis ecológica, sino que también ofrece una solución real.

En el corazón de esta iniciativa se encuentra una innovación revolucionaria: una aplicación de inteligencia artificial, desarrollada por **Imperial**, capaz de identificar en segundos si una concha pertenece al Pacífico o al Caribe, con una precisión superior al 90%. Para su desarrollo, se creó una base de datos única de **18.500 imágenes** de conchas recolectadas con la ayuda de más de 200 voluntarios. Este modelo, que se aprendió a través de miles de iteraciones, permitió clasificar **36.000 conchas** en un tiempo récord, logrando un avance que antes era impensable.





Por primera vez, las conchas incautadas no terminaron enterradas. En un solo día, todas las conchas decomisadas durante un año fueron devueltas al mar, restaurando su papel en los ecosistemas marinos del Pacífico y del Caribe. Este logro no solo vació los contenedores de los aeropuertos, sino que marcó el inicio de un cambio profundo en la manera de abordar este problema ambiental.



Más allá de la restauración: un compromiso con la prevención

Aunque devolver las conchas al mar es un hito vanguardista, el verdadero cambio radica en evitar que sean extraídas de los ecosistemas. El documental **"De Vuelta a Casa"** busca educar al público y transformar la percepción de las conchas marinas: no son recuerdos turísticos, sino piezas clave del engranaje ecológico que sostiene la vida marina y el bienestar de las comunidades costeras.



VEA EL VIDEO





¿Por qué Imperial?

La filosofía 'Pura Vida' no es solo un lema; es la guía de Imperial. Su compromiso con el medio ambiente no es nuevo, es parte de su ADN; de su identidad, de la marca que representa lo mejor de Costa Rica.

Este proyecto es orgullo nacional y un ejemplo de liderazgo y alianzas. Desde pequeñas acciones locales hasta iniciativas de gran escala, la meta es construir un futuro sostenible para todas las personas, inspirando a más gente a unirse al cambio.

Imperial y **"De Vuelta a Casa"** instan a todas las personas costarricenses, turistas y empresas a convertirse en embajadores de la biodiversidad marina, a tomar decisiones responsables y a unirse en la protección de las playas que son el orgullo de Costa Rica. Cada concha cuenta y cada acción, por pequeña que parezca, marca la diferencia en la conservación del planeta.

Para más información sobre "De Vuelta a Casa", sus logros y cómo unirse a la causa: **imperial.cr/devueltaacasa/**

Bavaria

Iniciando 2024, Bavaria construyó en el territorio de “**Recompensa**”, para finalizar el año en el de “**Celebración**”.

Bavaria se apropió del verano y las vacaciones con **“Señales”**, una campaña que promovía detenerse, disfrutar el momento y darse cuenta que estamos rodeados de señales que son sinónimo de abrir una Bavaria y pasarla bien. Un esfuerzo que logró superar la meta de DCV en un **273%** y el alcance de la marca en un **380%**.





Casa Bavaria

Casa Bavaria unió a los consumidores para transmitirles el disfrute y la celebración premium que representa la marca no solo por su cerveza, sino por sus pilares como moda, arte, gastronomía y más.

BAVARIA Y LA CULTURA ALEMANA

Para destacar las raíces que comparte Bavaria con la cultura alemana, en agosto se lanzó la campaña **“Temporada Cervecera”**, un proyecto que destacó el momento de celebración y disfrute. Se innovó además con **Bavaria Oktoberfest,** una cerveza edición limitada, tipo lager muy reconocida en Alemania y cuya receta fue todo un éxito.

Adicionalmente llegó el **Jardín Cervecero**, un evento inspirado en la herencia alemana con música, gastronomía, tradiciones y una experiencia de la temporada en su máxima expresión.



Abrí y Festejá

El 2024 se cerró con **“Abrí y Festejá”** y su mensaje “Donde se abre una Bavaria, se abre la celebración”, posicionando la cerveza como la mejor compañía para la época de cierre de año. Además, se lanzó la nueva presentación edición especial de 750 ml.

Moondance

Finalmente, Bavaria premió a algunos de sus consumidores llevándolos a vivir la experiencia de la fiesta más grande de fin de año en Guanacaste: **MOONDANCE**.

Pilsen

Pilsen es la cerveza de los compas desde 1888, y eso hace que la amistad sea un pilar fundamental para la marca.



ELHOY

Con un posicionamiento cada vez más sólido y un reconocimiento que crece día a día, el año inició conectando con la esencia: ofrecerle a los compas planes ideales para disfrutar el verano. Así nació la campaña ¿HOY QUÉ?, protagonizada por **ELHOY**, un personaje impulsado por inteligencia artificial. ELHOY fue diseñado para conversar y ofrecer recomendaciones únicas basadas en los gustos y preferencias de cada persona, utilizando inteligencia artificial. ¡Una forma innovadora de vivir el verano con los compas!

San Valentín

En febrero, Pilsen se enfocó en el Día de San Valentín y la amistad. Fieles al posicionamiento, se destacó este rol en una fecha clave del calendario cultural. Pilsen logró que los compas se reunieran para compartir experiencias únicas, y además se lanzó un packaging en forma de corazón, que contenía la mejor cerveza para disfrutar y celebrar ese día especial entre amigos.



La Clave

Durante el segundo semestre del año, para Pilsen, construyó sobre su sabor único, un sabor que tiene su clave en la amistad. Por eso nació la campaña **"La Clave",** diseñada para hablarle directamente a los compas y resaltar que el secreto del sabor único de Pilsen está en la conexión y los momentos compartidos.



Bóveda Pilsen

Como parte del lanzamiento de la campaña 'La Clave', se creó una experiencia de marca única: "**La Bóveda Pilsen**". En esta activación, los participantes podían ingresar al dar la clave del sabor único.



Ferias Pilsen





Desde el inicio del año hasta julio, se disfrutó de **LAS FERIAS PILSEN**: una celebración única con las latas de edición especial, diseñadas para honrar las costumbres y tradiciones de los compas en Santa Cruz, San Carlos y Liberia. Estas ediciones especiales estuvieron disponibles en cada región un mes antes de las ferias, permitiendo a todos los compas sumarse a la fiesta y celebrar con orgullo lo mejor de cada zona.

Como era de esperarse, los compas disfrutaron al máximo: desde conciertos internacionales hasta la tarima exclusiva Pilsen, un verdadero territorio de compas con la mejor música de talento nacional. ¡La presencia se sintió en cada rincón, llevando la experiencia Pilsen a otro nivel!

Heineken

En 2024, Heineken fortaleció su presencia en el mercado costarricense, destacándose por su innovación y su capacidad para crear **experiencias únicas y memorables**. A través de eventos y campañas estratégicas, Heineken logró crecer, reafirmando su posición como una de las marcas más reconocidas en Costa Rica.

Gira de Sampling de Heineken 0.0.

A inicios de 2024, se promovió Heineken 0.0 a través de su gira de sampling, recorriendo las principales playas del país.

Miles de personas consumidoras descubrieron el gran sabor de Heineken sin alcohol.



Patrocinio UEFA Champions League

Heineken lanzó la promoción **"Londres te llama"**, campaña en la que las personas consumidoras participaron para ganar un viaje a Londres y disfrutar de la gran final de este torneo. La campaña tuvo presencia 360 en medios digitales y puntos de venta, incentivando a los participantes a comprar productos Heineken y registrar sus códigos.

En Costa Rica, la gran final se vivió en el evento **Heineken Champions Town**, que reunió a más de 2,000 personas e incluyó experiencias exclusivas como juegos interactivos y música, creando un ambiente festivo y emocionante para los verdaderos fans.



Green Nights

La marca fue la dueña de la fiesta nocturna con tres ediciones de Heineken Green Nights, ofreciendo energía, música y experiencias exclusivas.



Competencia Heineken Draft Challenge



La segunda edición de esta competencia fue un éxito rotundo.

69 puntos de venta de todo el país se inscribieron, capacitaron y compitieron por lograr llegar a la gran final de este desafío. El bartender ganador, del hotel Marriott Los Sueños, tuvo la oportunidad de representar a Costa Rica por primera vez en el **Global Bartenders Final en Ámsterdam**. Las personas consumidoras votaron por sus bares favoritos y aprendieron sobre el servido perfecto de **Heineken**, un pilar clave en el fortalecimiento de las credenciales de calidad de la marca.

Coors

Coors Light reforzó su posicionamiento como la cerveza **"Hecha Para Refrescar"** en Costa Rica, destacando sus credenciales de frescura y su conexión con momentos clave como el Super Bowl.

A través de su presencia digital, la marca fortaleció su imagen como una opción ideal para refrescar en cualquier ocasión, consolidándose dentro del mercado cervecero costarricense.



Sol

En 2024, Sol fortaleció su presencia en comunicación y experiencias de marca en el mercado costarricense, potenciando su **constante crecimiento** y conectando de manera efectiva con sus consumidores, posicionándose como una marca vibrante y distintiva.





Experiencias

Sol celebró con fiestas y una plataforma propia de marca, los solsticios de junio y diciembre, resaltando la energía y la conexión con el sol. Adicionalmente, participó por primera vez en el evento **Oktober,** con una propuesta de mezclas de sabores mexicanos. Respecto a la gastronomía mexicana, **Sol** participó en **Taco Week 2024**, donde fue protagonista de una experiencia nueva para los consumidores.

Día de Muertos



Esta celebración tradicional mexicana se vivió con **Sol** a través de una serie de fiestas temáticas y activaciones en restaurantes mexicanos, donde destacaron elementos como altares de muertos, catrinas y una atmósfera vibrante. Ser parte de estas experiencias le permitió a la marca consolidar su presencia en un ambiente festivo y enfocado en consumidores jóvenes.

Bebidas Alcohólicas Saborizadas (BAS)

La categoría de Bebidas Alcohólicas Saborizadas ha experimentado un **notable crecimiento** en la mayoría de las regiones.

Actualmente, el portafolio de RTD's de FIFCO está presente en Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Panamá, Honduras, República Dominicana, México y Nicaragua. Con el objetivo de fortalecer su presencia en Panamá, FIFCO estableció una nueva alianza comercial con Heineken Panamá, que se encargará de la distribución exclusiva del portafolio en dicho país.

El 2024 fue un año significativo para BAS, ya que se alcanzó un hito histórico, superando los **2** millones de cajas vendidas. Este logro marca un importante avance para la empresa y categoría ya que refleja el crecimiento y aceptación del mercado, consolidando la posición de liderazgo en la industria de BAS.

Apostando por la innovación

La innovación ha sido clave para alcanzar el objetivo de convertir las marcas de la categoría en líderes en los mercados donde se comercializan.

Las tres principales marcas que han lanzado innovaciones significativas contribuyendo al crecimiento del volumen de la categoría son: Smirnoff con Smirnoff Smash, Adán&Eva con los Signature Cocktails y Bamboo con sabores como Sangría y Paloma.

Estas innovaciones ofrecen una variedad de sabores intensos y ligeros que han sido bien recibidos por las personas consumidoras, sentando las bases para un 2025 exitoso y ambicioso para la categoría.



Bamboo



Cambio de imagen

A mediados de 2024, **Bamboo actualizó la imagen de todo su portafolio**. Basado en estudios de personas consumidoras, la marca adoptó una estética moderna y juvenil para conectar mejor con el público de la Generación Z.



Innovaciones

En 2024, Bamboo lanzó cuatro innovaciones: Margarita Mango, Paloma, Sangría y Margarita. Estos nuevos sabores están alineados con las tendencias y preferencias del consumidor.



Campaña Greeicy

La campaña de **Bamboo "Aquí se Habla Latino"** para 2024 contó con la cantante Greeicy como imagen principal. Se produjo un comercial protagonizado por la artista y se lanzó una edición especial de lata. Este es el tercer año consecutivo en que Bamboo lleva a cabo una campaña en colaboración con una celebridad.

Se organizaron dos eventos masivos en Costa Rica y Panamá bajo el nombre de "La Cantina", donde se presentó Greeicy.

Más de 3.000 personas asistieron, teniendo la oportunidad de probar las innovaciones de Sangría y Margarita e interactuar con el mundo de la marca Bamboo.

Premios BAILESCO

Bamboo se unió a Hands on LESCO, la academia de lengua de señas más grande de Costa Rica, para enseñar a las y los fiesteros las frases en LESCO necesarias para disfrutar de la fiesta sin importar el volumen de la música.

Se organizó la primera fiesta del país en LESCO para que las personas practicaran lo aprendido y celebraran el Día Internacional de la Persona Sorda, en un ambiente inclusivo donde sordos y oyentes disfrutaron por igual gracias a la lengua de señas. En la fiesta, los asistentes aprovecharon promociones de **Bamboo** al ordenar en LESCO y fueron atendidos por bartenders capacitados en LESCO. No solo descubrimos una nueva forma de comunicarnos con la música a todo volumen, sino que también logramos que las personas sordas se sintieran incluidas en nuestro entorno festivo. Esta campaña fue premiada en múltiples festivales.

Adán&Eva

Adán&Eva lanzó tres nuevos sabores de Signature Cocktails en Costa Rica: Moscow Mule, Orange Spritz y Gin&Tonic de Pepino. En marzo de 2024, Adán&Eva actualizó la imagen de todo su portafolio, adoptando una estética más limpia, premium y atractiva basada en estudios de consumidores.



Con motivo del Día Internacional de la Mujer, Adán&Eva lanzó una lata conmemorativa del 8 de Marzo. La lata se regaló en diferentes eventos que apoyan los derechos de las mujeres.

Smirnoff

Smirnoff alcanzó uno de los mejores desempeños en términos de ventas, logrando comercializar un total de 922.200 cajas, lo que representa un incremento de **55.553** cajas en comparación con el año 2023.

Este resultado constituye un significativo logro para la marca, evidenciando un notable crecimiento interanual.



Smirnoff Smash

En enero del 2024, se lanzó **Smirnoff Smash** en Costa Rica con los sabores Lima Limón y Durazno Mango. Estos productos, con un contenido de **8%** de alcohol, están diseñados para adaptarse a diversas ocasiones de consumo, ofreciendo opciones atractivas para satisfacer las preferencias de los consumidores. La combinación de sabores ha sido muy bien recibida, destacándose como una de las favoritas en el mercado.



El nuevo territorio de Smirnoff

Smirnoff Trademark emprendió un emocionante reposicionamiento de marca, centrándose en el poder de la música para conectar y encender la chispa en el colectivo. A través de su nuevo enfoque, la marca se adentró en un territorio musical vibrante, donde la música se convierte en lo principal de su estrategia.

En este nuevo posicionamiento, Smirnoff participó en eventos claves como Picnic, donde marcó la presentación de sus nuevos colores. Colaboró con InBetwin y sus icónicas fiestas “Romantiqueo”, destacando la creatividad en producción visual. Además, en eventos como “Villano Antillano” y “Drink, Drag & Draw”, que subrayan el compromiso de la marca con la inclusividad y diversidad.

Estos eventos no solo reflejan la evolución de la marca, sino que también resaltan su intención de celebrar y fomentar una conexión auténtica y encender la alegría de sus personas consumidoras.

Bebidas refrescantes y funcionales

Tropical

Tropical, la marca líder de refrescos, **renovó su imagen** después de 23 años en el mercado.

Presencia renovada

Tropical realizó cambios en sus etiquetas y botella, para lucir mucho más innovadora, moderna y única en el mercado. Con este cambio de imagen, la marca evoluciona para las personas consumidoras que crecieron con **Tropical** y conquista a nuevas generaciones a través de una propuesta de valor altamente diferenciada en el mercado de té frío, siendo una marca cercana, divertida y fresca.

La promesa de llevar a las casas de los costarricenses un sabor inigualable y natural, sigue intacta.



Tropical Play

La marca se enfoca en conectar con las personas consumidoras, promoviendo el movimiento a través de experiencias divertidas y refrescantes.

En septiembre, como parte de la celebración del día del niño y la niña, se realizó la segunda edición de **Tropical Play Kids Run** donde ofrecimos una experiencia de conexión con la marca a más de 500 niñas y niños.



Pepsi

Tras 14 años, este 2024 Pepsi estrenó **nueva imagen**

Nueva imagen

La nueva identidad visual de **Pepsi** se inspiró en la trayectoria de la marca, al mismo tiempo que incorpora elementos modernos. La nueva paleta de colores introduce el azul eléctrico y el negro para crear contraste, vitalidad y un toque contemporáneo a la clásica combinación de la marca. Además, se incorporó un pulso característico que evoca la “onda, explosión y efervescencia”, una metáfora para el movimiento de la marca al ritmo de la música, con la energía de la gente y el latido de la cultura popular.



Game Changers

Pepsi construye conexiones auténticas con sus consumidores, integrándose a sus pasiones e intereses. La marca se destacó por su presencia en eventos únicos y llamativos, tales como Jogo Halloween, e-Gaming, fútbol y conciertos.



En tu plato mandás vos

¡Pepsi continúa retando la receta, pero este año lo hizo en grande! Por primera vez en Costa Rica **Pepsi** sorprendió con su campaña local **“Probá Sin Invitación”**, la cual se complementa con la campaña regional **“En Tu Plato Mandás Vos”** con el objetivo de conectar realmente con el paladar de los y las ticas

La marca organizó su primer evento de prensa y relaciones públicas en conjunto de medios y Pepsi Squad (su red de influenciadores) para dar a conocer La Ruta Azul 2024. Con más de 5 fechas, La Ruta Azul invitó a sus consumidores a retar sus platos para obtener maravillosos premios de marca y reforzar el mensaje de que “**En Tu Plato Mandás Vos**”.

Maxxx Energy

En 2024 Maxxx Energy desafió las reglas, **cambió su imagen y evolucionó sin perder la esencia**. Nuevos diseños, colores y nombres frescos definieron el renacimiento, manteniendo el sabor que caracteriza a la marca.

Presencia renovada

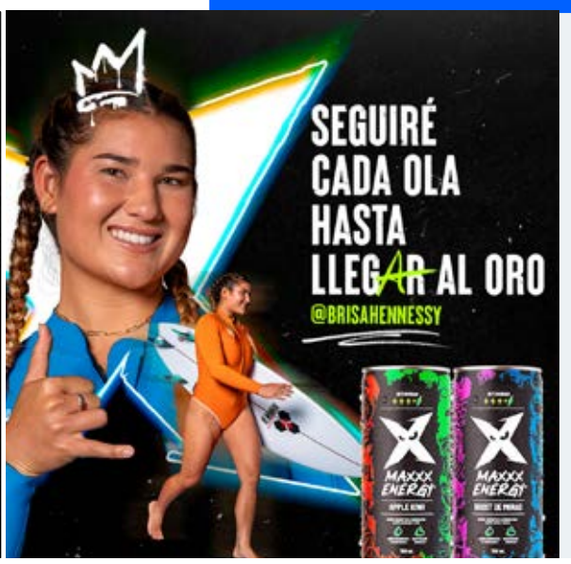
Maxxx Energy ahora es más que una bebida; es un manifiesto para una generación que no teme equivocarse. Este viaje de transformación comenzó en marzo con un lanzamiento épico. Un Hero, una estrategia digital robusta y una producción con influenciadores marcaron el inicio de esta nueva era, invitando a todos a **"Resetear Su Energía".**

A lo largo del año, se llevó esta mentalidad a las calles con activaciones en distintos territorios: lifestyle, fiestas, universidad, trabajo y *hobbies*.



Con atletas de élite de Costa Rica





Para cerrar el año, **Maxxx Energy** reunió a un *crew* de atletas élite costarricenses.

Esta última campaña permitió repuntar con **+18pp** en saliencia (Q4'23 vs Q4'24) volviendo a los valores habituales de la marca, según BrandPower.

Innovaciones

Se diversificó el gusto del consumidor al consolidar un *mix* de ventas donde todos los sabores tienen una exitosa participación. En noviembre se dio el siguiente paso con dos nuevas innovaciones funcionales: **Manzana-Kiwi** y **Boost de Moras**, formulados con L-Carnitina y ElevATP– para una mejor recuperación muscular y mayor rendimiento– y diseñados para quienes llevan una vida activa, donde la energía y la resistencia son clave.

En solo 4 meses, estos nuevos sabores ya representan un **16%** de las ventas, y el público meta (jóvenes de 18 a 24 años), son quienes están teniendo más conocimiento espontáneo de la marca.



Jet

Una nueva imagen

En 2024, **Jet** modernizó la marca a través de su cambio de imagen, comunicando una propuesta de valor de energía justa y refrescante.



La energía refrescante de Jet tiene nuevos sabores

Con el objetivo de reclutar a nuevas personas consumidoras, **Jet** introdujo dos nuevos sabores de fantasía frutal: **Kolita** y **Mango**.

Inspirados en los gustos del consumidor costarricense, están diseñados para satisfacer y ofrecer variedad de sabores indulgentes para acompañar y recargar de energía los momentos de disfrute.

Cristal



Pureza y calidad

Agua Cristal ofrece la mayor naturalidad y calidad a las personas consumidoras para acompañar su día de manera ligera.

Extraída de la naturaleza y envasada bajo los mejores estándares de calidad, Cristal es pureza y calidad garantizada, ideal para acompañar meriendas, días de universidad o simplemente estar en la oficina.

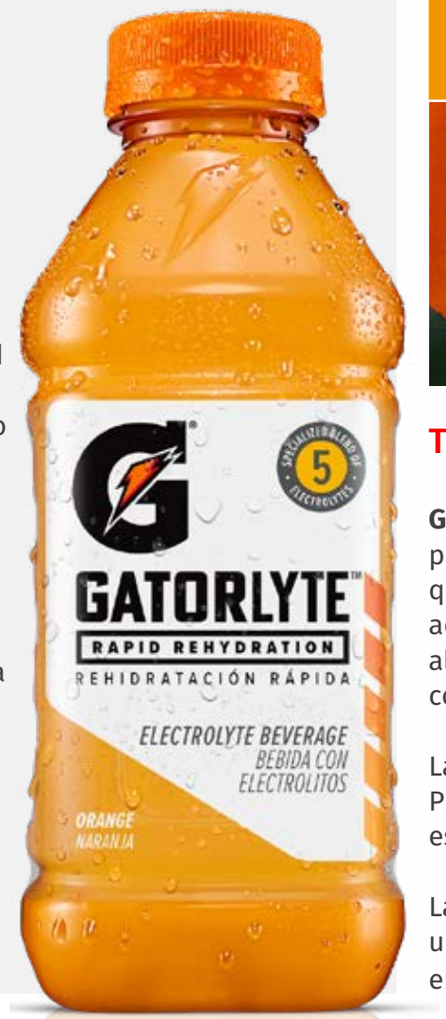
Gatorade

Innovación

Gatorlyte, el nuevo producto de la familia Gatorade desarrolló diferentes estrategias para ganar terreno en el segmento de sueros y afinar su apuesta en el punto de venta de cara al consumidor final.

El producto abre camino en apuestas diferenciadas a lo que ha venido desarrollando FIFCO en consumo masivo, teniendo el reto de capitalizar el sector salud. Mediante una estrategia de PR médico se lograron charlas sobre la ciencia de la hidratación en universidades de salud relevantes del país, un evento dirigido al sector salud en acompañamiento de expertos del GSSI (Gatorade Sports Science Institute) y 250 visitas médicas guiadas por expertos en nutrición e hidratación, con la finalidad de brindar *sampling* y educar respecto al producto y su posicionamiento en farmacias, en conjunto con equipos comerciales.

Gatorlyte tiene especial relevancia en eventos masivos donde es necesaria una rápida recuperación posterior a eventos de alta energía, una estrategia más que ha permitido el contacto directo con el consumidor.



G- Bag

Gatorade Costa Rica lanzó su promoción G-Bag, donde el consumidor obtuvo un bulto de la marca, uno de los *assests* más aspiracionales. La campaña colocó 5.000 mochilas Gatorade.





Todos Sudamos

Gatorade regular y **Gatorade zero**, retomaron su relevancia por medio de la campaña **"Todos sudamos"**, propuesta que reforzó el poderoso mensaje de que el deporte y la actividad física es para todos y todas; tanto para atletas de alto rendimiento, principiantes o aficionados, "en Gatorade coincidimos en momentos de sudor".

La campaña llevó a cabo un primer evento estrategia PR, convocando a 25 creadores de contenido a una clase especial de *spinning*.

La campaña finalizó con la segunda edición de la **G- Run**, un fondo guiado que convocó a 500 personas interesadas en iniciar en la disciplina o expertos en ella.

Marcas con garantía ambiental

En una sociedad donde cada vez hay más consumidores responsables y conscientes de los impactos ambientales asociados a los productos que se consumen día con día, FIFCO traza la ruta de sostenibilidad en las marcas, a través de un estudio detallado de impactos ambientales en algunos de sus productos.

Lideramos con marcas que hacen del mundo un mejor lugar para vivir.

Esto con el objetivo de brindar un valor agregado a las personas consumidoras, tanto por la calidad de los productos como por el trabajo sostenible en la cadena de valor, promoviendo la conciencia e información.

De la mano con una estrategia para generar mayor sinergia entre las acciones ambientales como compañía y las principales marcas, FIFCO transforma su portafolio hacia un enfoque sostenible en línea con su visión estratégica de negocio.

FIFCO continua con el liderazgo e innovación que le caracteriza, por lo que su estrategia de sostenibilidad a través de las marcas aumenta la conexión con las personas consumidoras y así promueve el propósito de “compartir con el mundo una mejor forma de vivir”.

FIFCO | Evolución de las estrategias ambientales

2002-2008	2009-2012	2013-2014	2015-2016	2017-2024
Instalaciones Certificaciones Ambientales.	**Procesos** Medición y reducción de huella de carbono en la organización. Proyectos Ambientales Estratégicos.	**Negocios** Compensación de la huella de carbono de la organización Programa de Recuperación Post-Consumo Inversión Ambiental Estratégica Cobertura hacia todas las unidades de negocio.	**Productos** Medición, reducción y compensación de la huella de productos a través de toda su cadena de valor.	**Marcas** Comunicación externa sobre atributos ambientales y sociales hacia consumidores y clientes.

Huellas Ambientales de Producto

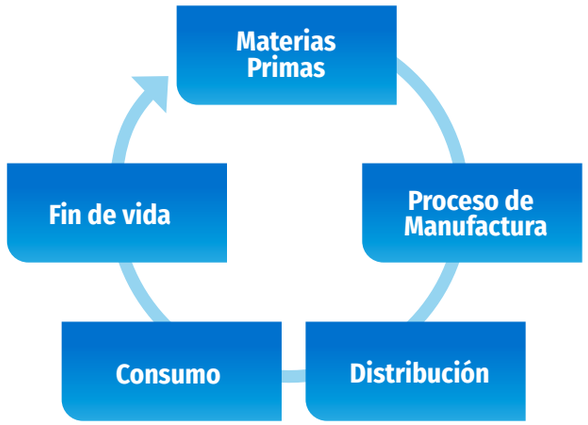
Análisis de Ciclo de vida del producto

Con el objetivo de ir un paso más adelante en la identificación de impactos ambientales alrededor de los negocios, FIFCO evaluó el impacto asociado en algunas de las marcas más significativas, a través de la elaboración de un análisis de ciclo de vida para cada una de ellas.

Un análisis de ciclo de vida es una herramienta que mide los impactos ambientales del producto asociado a cada una de las etapas o procesos a lo largo de su existencia, considerando todas las etapas del producto, empezando desde su origen o extracción de materiales hasta el fin de su vida útil.

FIFCO mantiene el proceso de verificación de las huellas ambientales de producto asociadas a 2 grandes marcas: Imperial y Cristal. Este proceso de verificación es realizado por el Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica (INTECO) que a su vez está acreditado por el Ente Costarricense de Acreditación (ECA).

Ciclo de vida del producto



Se realiza a través de las normas INTE/ ISO 14067:2019 (Huella de carbono de producto), INTE/ISO 14046:2015 (Huella de agua) e INTE/ISO 14044:2007/ENM 1:2018 (para Análisis de Ciclo de Vida) y las reglas de categoría de producto asociadas a agua embotellada no endulzada ni saborizada (INTE/RCP 03:2020) y cerveza a base de malta (INTE/ RCP 02:2020).

Categorías de impacto evaluadas dentro de la verificación

Modelos	Impacto	Unidad
EN15804 + A2	Acidificación	Mol H+ eq
	Cambio climático total	Kg CO_2 eq
	Cambio climático - biogénico	Kg CO_2 eq
	Cambio climático - fósil	Kg CO_2 eq
	Cambio climático: uso de la tierra y cambio de LU	Kg CO_2 eq
	Cambio climático - GHG	Kg CO_2 eq
	Eutrofización marina	Kg N eq
	Eutrofización, agua dulce	Kg P eq
	Eutrofización terrestre	Mol N eq
	Agotamiento del ozono	Kg CFC11 eq
	Formación de ozono fotoquímico	Kg NMVOC eq
	Potencial de agotamiento abiótico (ADP): Elementos	Kg Sb eq
	Agotamiento abiótico de los recursos fósiles	MJ
	Agotamiento abiótico de minerales y metales (recursos no fósiles)	Kg Sb eq
	Uso del agua	m^3 depriv.
Demanda Acumulativa de Energía (LHV)	No renovable, fósil No renovable, nuclear Biomasa renovable Renovables, eólicas, solares, geotérmicas Renovables, agua	MJ
EDIP2003	Residuos peligrosos (escorias/ cenizas) Indicador de residuos a granel Residuos radioactivos	Kg

Durante el 2024 se realizó el proceso de verificación para actualizar los resultados de los impactos asociados al análisis de ciclo de vida de estas dos marcas, obteniendo la opinión de verificación conforme a los requisitos de las normas anteriormente mencionadas.

Etiquetado ambiental

Entre los esfuerzos de FIFCO para contribuir con la sostenibilidad, desde el mes de junio del 2021 y a través de una alianza público-privada con el ente nacional de normalización el Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica (INTECO), se presentaron las **primeras etiquetas ambientales tipo III** en Costa Rica por medio del mecanismo sobre Declaraciones Ambientales de Producto (DAP).

Las etiquetas ambientales tipo III, "son manifestaciones, declaraciones o afirmaciones, con forma de símbolos, que se otorgan a aquellos productos cuya producción y reciclado producen un menor impacto sobre el ambiente debido a que cumplen con una serie de criterios ambientalmente más adecuados, definidos previamente por el análisis de su ciclo de vida", esto de acuerdo con la definición de la Organización Internacional para la Normalización (ISO).

Al haber concretado satisfactoriamente y de manera previa con declaraciones ambientales de producto, se decide someter a las marcas Imperial y Cristal a un proceso estricto de verificación, de forma tal que nos permitiera cumplir con el Programa de Etiquetado Ambiental.



Hitos 2024

- Cristal e Imperial continúan siendo las únicas marcas en el mercado costarricense con una **etiqueta ambiental tipo III.**
- Culminación exitosa del proceso de **verificación de huella** para Cristal e Imperial.

Este sello ambiental le permite a FIFCO mantenerse como un referente en el mercado a través de marcas que cuentan con un distintivo ambiental, que resume años de esfuerzos en el manejo eficiente de los recursos y la mitigación de impactos ambientales tanto para Agua Cristal como para la Cerveza Imperial. Gracias a este proceso, FIFCO se apoya en los resultados de cálculo de huellas para incluirlos en la toma de decisiones sobre innovaciones y cambios en los productos de línea, así como la adopción de un modelo de economía circular.

Agua Cristal es el primer producto en contar con el sello y se comercializa en el país desde el 2021, para inicios del año 2022 se lanzó al mercado la nueva imagen para la marca Imperial, la cual incluye la Declaración Ambiental de Producto (DAP). Ambas etiquetas tienen una vigencia hasta el 2025.

Beneficios para las personas consumidoras

- Elegir un producto con un factor diferenciador respecto a otros artículos de una misma categoría.
- Validación de un tercero, con visión objetiva acerca de las declaraciones ambientales.
- Orientación más adecuada en el momento de seleccionar la compra bajo criterios ambientales.

Vinos y destilados

Vinos

Un año de **logros y crecimiento** para la categoría.



Celebración de la cosecha N°35 Don Melchor

El icónico vino chileno **Don Melchor,** celebró su cosecha N°35 y Enrique Tirado, CEO y director técnico de Viña Don Melchor visitó el país.

El evento principal, se llevó a cabo en La Cava Alta Fiori y contó con la participación de 65 exclusivos clientes de Don Melchor en Costa Rica. En la instancia, Enrique Tirado, realizó una completa degustación de cuatro icónicas añadas de Don Melchor.



Vino chileno Don Melchor cosecha 2021 es elegido "vino del año" por Wine Spectator

Este año la industria vitivinícola chilena logró un hito significativo, **Don Melchor** fue nombrado el **vino número 1 en el ranking de los 100 Mejores Vinos de 2024 de Wine Spectator.** Este Cabernet Sauvignon ícono es producido por una de las filiales de Viña Cocha y Toro, Viña Don Melchor.

Lanzamiento de Riunite Fruit Freshers

Riunite lanzó la nueva línea de sus productos **Fruit Freshers**, esta nace de la demanda creciente en Costa Rica y en el mercado de LATAM por productos refrescantes y con sabores naturales de fruta.

Los **Fruit Freshers** cuentan con una selección especial de materia prima que incluyen vino base, jugo de uva y sabores naturales para crear productos ricos, aromáticos con sabores intensos, manteniendo el contenido de azúcar mucho más bajo (solo 94cal por copa) y una graduación alcohólica del **7%** lo que los hace livianos y en conjunto con su frizzante natural un producto sumamente refrescante.



Devil's Carnaval, la nueva línea de vinos frescos



Casillero del Diablo, una de las marcas más emblemáticas de Concha y Toro, lanzó su nueva línea de vinos: **Devil's Carnaval**, un nuevo producto que combina vinos dulces y refrescantes con una imagen vibrante, moderna y colorida.

Con esta nueva línea, la marca amplía su portafolio de productos, buscando conectar con los gustos y preferencias de un público más joven y diverso que busca opciones de vino frescas, divertidas y fáciles de disfrutar. **Devil's Carnaval** ofrece una experiencia sensorial llena de frescura, sabor y un toque de dulzura, ideal para momentos de celebración y diversión.

Flor de Caña

Flor de Caña mantiene su **liderazgo e innovación** dentro del mercado: durante 2024 creó nuevas experiencias memorables para sus personas consumidoras, así como campañas que han rendido tributos a su legado de 135 años.

Día del Padre

Para celebrar y rendir tributo a las tradiciones y valores familiares, Flor de Caña realizó una campaña en alianza con Sastrería Arce, una empresa familiar que data desde 1920 y que actualmente es representada por la tercera y cuarta generación. En el marco de esta campaña, se introdujo la presentación de Flor de Caña 18 años en botella de 375 ml.



Es la época, es el Ron

Bajo el lema **"Época del Ron"**, Flor de Caña presentó su campaña para diciembre, posicionándose como el regalo ideal para celebrar las fiestas con un toque de tradición y modernidad. Se tuvo la participación de Toribio, Donato y Fabiana Granados donde se capturó la magia de la temporada y la importancia de compartir con los seres queridos.

One Tree Planted

Flor de Caña en alianza con **One Tree Planted**, organización sin fines de lucro enfocada en la reforestación de Costa Rica y el mundo, se dio a la tarea de restaurar bosques en el costarricense.

Durante 3 meses en conjunto con otros aliados, se donó un árbol por cada botella vendida del portafolio super premium (FDC 12+), logrando una donación de **2.233** árboles.

Sustainable Cocktail Challenge

Este año se llevó a cabo la cuarta edición del **Sustainable Cocktail Challenge** en el hotel Marriott Hacienda Belén, con la participación de 49 mixólogos de la industria de los cuales 8 llegaron a la gran final, siendo la tercera ocasión que una mujer forma parte de los finalistas.





Smirnoff

La marca sigue diferenciándose con vibrantes **innovaciones.**

Innovación: Smirnoff Vodka Spicy Tamarind

Es una opción de destilado fácil de tomar, el objetivo es alcanzar a las nuevas personas consumidoras y potenciar la relevancia de **Smirnoff** entre los 25 y 35 años.

Es una fusión salvaje de sabores inesperados, tiene un sabor dulce y picante, capaz de encender cualquier momento.

¡NUEVO!







FIFCO Retail

PANIFICACIÓN Y TIENDAS DE CONVENIENCIA

Musmanni

Durante 2024, Musmanni renovó sus tiendas y mejoró su propuesta de valor.

Durante 2024, **Musmanni** renovó sus tiendas y mejoró su propuesta de valor. Se transformaron más de **120** tiendas, mejorando infraestructura, surtido y servicio. Además, se reestructuraron procesos para profesionalizar a las personas franquiciadas y al equipo administrativo y operativo que les brinda servicio a todas las tiendas.

Musmanni ha crecido **+11%** en ventas gracias a la transformación de sus tiendas y la incorporación de nuevos productos de panificación y cafetería. Se mejoró la experiencia de compra y consumo para las y los clientes. Además, el nuevo formato **Musmanni Ventanita** –una tienda moderna, ágil y adaptada al nuevo estilo de vida del consumidor- ha expandido su presencia a más de **20** tiendas en zonas estratégicas, alcanzando un total de más de **240** locaciones en todo el país (tiendas del sistema Musmanni como un todo).





Huella nutricional

Musmanni ha intensificado sus esfuerzos para educar a las personas consumidoras sobre el consumo de pan, desmitificando creencias, aportando sugerencias de uso y destacando los valores nutricionales del Melcochón.
Más detalles están disponibles en
➜ **www.musmanni.com/videos/**





240
TIENDAS

20
APERTURAS

+11%
CRECIMIENTO EN VENTAS

Dimensión social

Musmanni ha colaborado con el Banco de Alimentos de Costa Rica a través de la iniciativa **“Ayudar es Pan Comido”.**

Por cada Melcochón Musmanni vendido, se realizó una donación monetaria a esta entidad, acumulando más de **₡35** millones en donaciones para ayudar a las personas vulnerables.

Musi

Este año Musi ha tenido un foco especial en profesionalizar y mejorar su equipo operativo y áreas de apoyo, optimizando los procesos de apertura en nuevas localidades.

La marca se ha expandido estratégicamente a la zona de San Carlos y Guanacaste, sumando **8** tiendas en estas áreas clave.

El programa de lealtad sigue consolidándose en el mercado, alcanzando más de **210** mil miembros que registran poco más del **25%** de las ventas de Musi. Esto permite comprender mejor a las y los clientes a través de la analítica avanzada de datos. Como resultado, se ha logrado un incremento del **38%** en el ticket promedio entre los miembros de Musi APP.

Una excelente noticia de este periodo es que la utilidad operativa directa del formato ha superado en un 225% la del año 2023.

En los últimos 2 años el formato de proximidad expandió su huella con la apertura de **29** nuevas tiendas, **19** en el GAM y 10 en zonas rurales. Hoy hay **76** puntos de venta en Costa Rica, **siendo la marca con más tiendas en el segmento de conveniencia en el país.**





musi

76
PUNTOS DE VENTA

+38%
TIQUETE PROMEDIO

+225
UTILIDAD OPERATIVA RESPECTO A 2023

Mujeres de talento

70%

de las posiciones de liderazgo en Musi están ocupadas por mujeres.

Este relevante hito potencia el talento de estas mujeres líderes que cada día engrandecen la marca.



Panificación

En 2024 inició la **expansión** más significativa de los últimos 20 años en la planta de panificación.











Se invirtió en una nueva línea de producción de barras de pan, que duplicará la capacidad productiva actual, estando a la vanguardia del sector y con miras a continuar creciendo.

También se ejecutaron algunas inversiones para mejorar las capacidades productivas actuales, realizando varios mantenimientos y mejoras en las líneas de panes y repostería, incrementando la productividad y optimizando los costos.

Certificación de norma BRC

Por quinto año consecutivo se obtuvo la certificación de la norma **BRC Global Standards for Food Safety**, (norma británica especializada en la industria alimenticia Retail), obteniendo la categoría AA+, la más alta existente.

Hospitalidad

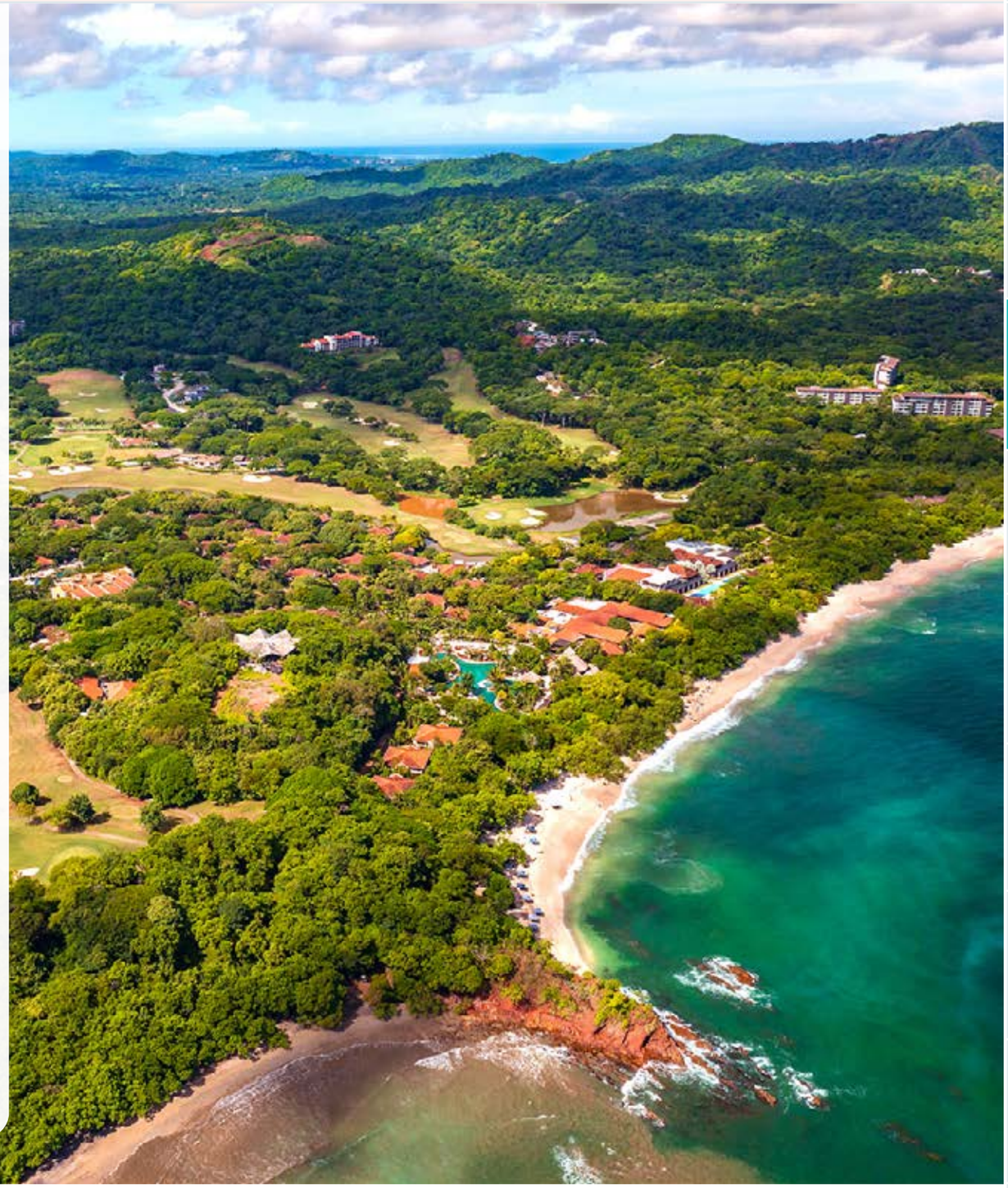
FIFCO HOSPITALIDAD

Hoteles

- El **Hotel Westin Reserva Conchal an All-Inclusive Golf Resort & Spa, y el Hotel W Costa Rica - Reserva Conchal** mantuvieron sus altos estándares de calidad y servicio al cliente.
- En 2024, Marriott premió al **Hotel W** como el **Mejor Hotel del Año** en la región de CALA (Caribe y América Latina). Además, el restaurante Latitud 10° Norte recibió el reconocimiento como uno de los dos mejores restaurantes de Costa Rica según los World Culinary Awards.
- Se continuó con el proceso de remodelación del **Hotel Westin**, se renovaron las habitaciones, área lounge y área de piscina de Westin Club y la recepción principal del hotel junto con el bar y restaurante Cauri.
- En el **Hotel W** se realizó un cambio completo del Deck de la piscina de Zona Azul.
- El Hotel Westin logró un **mayor porcentaje de ocupación y una mayor tarifa** a lo obtenido en el 2023, mientras que el Hotel W logró una mayor tarifa, generando un mayor resultado para el negocio a lo obtenido en el 2023, realizando esfuerzos importantes para mitigar el efecto por la variable del Tipo de Cambio que impactó al sector turístico.

Real Estate

- **W Residences Costa Rica** logró un cierre exitoso, marcando la venta oficial de todo el inventario del desarrollador. Además, se formalizó un contrato de exclusividad para la comercialización de tres casas W.
- **Guayacán Real** es un residencial con espectaculares vistas al océano. Se cerró exitosamente la venta de los lotes, completando también la venta oficial del inventario del desarrollador.
- **Laurel** es un nuevo residencial desarrollado por Reserva Conchal que cuenta con **27** lotes con vista al bosque y un tamaño promedio de 1,243 m². En su etapa de preventa, hay 10 lotes reservados.
- En cuanto a **Sanara**, una parcela desarrollada por un tercero con comercialización exclusiva a cargo de la oficina de Real Estate, la primera fase de **30** lotes con casas llave en mano está completamente reservada. Además, se realizó el lanzamiento de la segunda fase de **28** unidades con más del **30%** bajo reserva.



Golf y Club de Playa

- Durante el 2024 se alcanzaron **resultados financieros récord** en Club de Playa y Campo de Golf.
- El campo de golf recibió por cuarto año consecutivo el premio de **"Mejor Campo de Golf de Costa Rica 2024"** por parte de World Golf Awards.
- Se renovó en su totalidad la flota de carros de golf con los últimos modelos de EZGO, equipados con tecnología de punta para mejorar la experiencia de los jugadores.
- Resultados **récord de visitantes** en el Club de Playa, lo que demuestra la creciente aceptación y satisfacción con los servicios. Se realizó la renovación completa de los menús del restaurante Neenda y se realizaron nuevas activaciones para ofrecer una experiencia gastronómica innovadora y variada al cliente.





RePÚBlica Casa Cervecera



- Lanzamiento del programa de fidelización **Ciudadano República**, orientado a premiar la visitación de nuestros clientes.
- Ampliación del local de **República** en Plaza Real Alajuela, renovando y actualizando el formato para hacerlo más atractivo.
- Gestión en la **Cultura organizacional** en todos los locales.



FIFCO Asociadas



FIFCO Asociadas

Un año de crecimiento para las Asociadas

Cervecería Panamá

- Nuevas capacidades comerciales permiten ventas y participación de mercado continúen creciendo.
- Modernización tecnológica de planta de producción.



INCECA Nicaragua

- Agilidad en una organización que alcanza buenos resultados en contexto retador.
-
- Desarrollo de negocio “Retail”.



COMEGUA

- Caída en exportaciones a Suramérica.
- “Fit” estratégico: grupo vidriero líder con fuerte visión tecnológica.



2 Impulsar la agenda de expansión

FIFCO busca oportunidades de crecimiento estratégico en nuevos mercados y segmentos, identificando regiones con alto potencial y desarrollando planes de entrada efectivos. Esta expansión se realiza de manera calculada y sistemática, evaluando cuidadosamente cada oportunidad para asegurar un crecimiento sostenible y rentable.



FIFCO Centroamérica



FIFCO Centroamérica

Bebidas Alcohólicas Saborizadas

Adán y Eva Signature Cocktails

Los 3 nuevos sabores de Adán&Eva Signature Cocktails también se pueden encontrar en Centroamérica.

Estos innovadores sabores se crearon para satisfacer diversas necesidades de los consumidores durante celebraciones, proporcionando opciones atractivas que se adaptan a diferentes preferencias y ocasiones de consumo.





Premios y reconocimientos

En la competencia **San Francisco Ready-To-Drink Competition** Adán&Eva recibió grandes reconocimientos por la calidad en sus líquidos:

- **Piña Maracuyá: Doble Oro**
- **Frutos Rojos: Plata**
- **Durazno: Plata**
- **Limonada Toronja: Plata**
- **Moscow Mule: Plata**
- **Orange Spritz: Plata**
- **Gin&Tonic Pepino: Plata**

En el festival WINA, la marca recibió su primer premio publicitario con un Premio de Plata en la categoría de Diseño.

Bebidas refrescantes y funcionales

JET: Expansión

Explorando nuevas oportunidades de expansión, Jet conquistó mercados emergentes.

En Nicaragua, tras 3 años con la icónica presentación Original de 600 ml, se lanzó el tamaño de 350 ml.

Por su parte, la marca llegó a Panamá con **Jet Original** en su práctica presentación en lata de 473 ml.



Ducal

El 2024 fue un año importante para Ducal ya que cumplió **55 años** en Guatemala y se celebró a lo grande abriendo su primer restaurante, donde todo el menú contenía los deliciosos Frijoles Ducal.

Se lanzaron los **Frijoles Enteros Ducal** en presentación de bolsa apta para microondas, siendo pioneros y únicos con esta innovación. A su vez, se presentaron los dips a base de frijol, con tres presentaciones: Ranchero, Jalapeño y Chipotle.

La celebración de aniversario permitió capitalizar un crecimiento de **+10%** en volumen vs 2023, siendo Estados Unidos el país de mayor crecimiento **+16,7%**.



En Estados Unidos, Ducal es líder de la categoría de frijoles refritos en las ciudades de Miami, Houston y Nueva York, y este 2024 se logró el liderazgo también en Boston.

Ducal es una lovemark con 55 años de formar parte de la mesa de las personas consumidoras, es la marca #1 de la región Centroamericana y la marca #3 en frijoles refritos en Estados Unidos.



Kern's

Durante el 2024 se concretaron crecimientos importantes en segmentos *better for you*, donde Kern's sigue siendo el referente en el segmento de Ketchup Cero azúcar llegando a un *share of market* de **74,4%** y desarrollando el mismo en un **+20%** versus el año 2023.

Nicaragua batió récord alcanzando **17,1%** de share of market en canal moderno para la categoría de néctares con un crecimiento de **+6,2pp** versus 2023. Kern's finalizó el año celebrando los lazos familiares y de amigos con su portafolio de coctelería, tanto en Guatemala como en Costa Rica, siendo el principal actor con el que se prepara una michelada o un chiliguaro durante las fiestas de fin de año.



La marca vivió un cambio de imagen, adaptándose a las tendencias que marcan la historia de cada generación con una iconografía visual con más naturalidad y modernidad.



FIFCO México

FIFCO México

Seagram's Escapes Hard Seltzer lidera la categoría en México.

Líderes en el canal

Hubo un incremento de 4,667 puntos en el 2024 vs 2023, llegando a más de 25,000 tiendas a nivel nacional.

Seagram's Hard Seltzer desplazó a los otros competidores de la categoría y se convirtió en el más vendido del canal moderno de México.

Frutos Rojos y la nueva fórmula de Durazno lideran las ventas de la marca.



Nuevos sabores Adán& Eva

Adán&Eva Signature Cocktails:
Moscow Mule, Orange Spritz y Gin&Tonic de Pepino también son parte del mercado mexicano.



Lanzamiento Smirnoff Electric Guava

Smirnoff Electric Guava llegó a México en septiembre, a electrizar los sentidos de la Generación Z que siempre está buscando sabores diferentes.

Electric Guava es un sabor inesperado, donde se mezclan la guayaba y un toque de jengibre, con 5% de alcohol.

Es ideal para la vida nocturna y la fiesta intensa.



FIFCO República Dominicana



FIFCO República Dominicana

Bebidas Alcohólicas Saborizadas

Bamboo y **Adán&Eva** llegan a República Dominicana

En enero de 2024, tanto **Bamboo** como **Adán&Eva** llegaron a República Dominicana.

Por un lado, **Bamboo** con una oferta de sabores que incluye Daiquirí de fresa, Piña Colada y Mojito y por otro, **Adán&Eva** con los sabores de Frutos Rojos y Mandarina.

Estos lanzamientos son una importante oportunidad de negocio y se enmarcan en la estrategia de expansión en las regiones a desarrollar en los próximos años.



FIFCO USA

FIFCO USA

Seagram's Escapes

2024 fue un año de transición para **Seagram's Escapes**, la compañía se centró en atraer y "re enganchar" a las personas consumidoras de las bebidas alcohólicas saborizadas.

La marca introdujo dos innovaciones: en primer lugar, **Jamaican Me Happiness Collection**, diseñada para impulsar las compras repetidas de las personas consumidoras fieles y las compras incrementales de quienes apenas están conociendo la marca. Este producto se convirtió en la novedad número 5 del segmento, con mucho margen para crecer en 2025.



Se implementó una nueva estrategia de comunicación más eficiente:

- Mostrando a los y las consumidoras interactuando con el producto en ocasiones concretas.
- Utilizando una programación de medios más eficiente y cercana al punto de compra.
- Ofreciendo una visión contemporánea de los contenidos.
- Creando asociaciones estratégicas con personas influyentes, como por ejemplo Kate Steinberg y Loryn Powel.

Además, se lanzó **Seagram's Escapes Refreshers**. Esta bebida tiene un 5% de alcohol y está elaborada con auténtico azúcar de caña y auténtico zumo de fruta. Refreshers fue la nueva extensión de marca nº 6 en el segmento y ganó varios premios de la industria, entre ellos el *Silver Award* en el concurso *Hot New Products 2024* de CStore Decisions y es uno de los tres finalistas de los premios *Beverage Digest Awards*.

Adicionalmente, **Seagram's Escapes Variety Pack** obtuvo el nº 1 como Mejor Bebida Alcohólica de la revista First for Women, según la votación de 80.000 compradores de supermercados.





Lipton Hard Iced Tea

La disponibilidad de **Lipton Hard Iced Tea** se expandió: ahora está disponible en casi 40 estados ¡y para 2025 llegará a toda la unión americana!

En enero se presentará el sabor **Citrus Green Tea** o té verde cítrico, en paquetes de 12 unidades. Este sabor es el más popular de Lipton sin alcohol en el mundo.

Además, se realizaron colaboraciones con centros deportivos, como Comerica Park, Highmark Stadium y el Salón de la Fama del Rock and Roll.

Se inició una relación con USA Pickleball y se trabajará para llegar a ser la bebida preferida de los jugadores de de este deporte.



Crecimiento de las marcas de cerveza

Labatt

Conectando con la emoción del deporte.

Labatt conectó con sus principales seguidores mediante el fútbol y el golf, incluyendo asociaciones con equipos deportivos como los Buffalo Bills y los Detroit Lions, así como asociaciones deportivas universitarias con Syracuse University Athletics y Michigan State University Athletics.

La alianza de **Labatt** con los Buffalo Bills tiene un valor inmenso. El equipo sigue cosechando buenos resultados, lo que amplifica aún más la presencia de la marca.

La marca ha reintroducido las latas **Labatt Blue** y Labatt Blue Light con el tema **Buffalo Bills Zubaz**, que han vuelto a ser un gran éxito entre los aficionados.



Labatt Blue Light Raspberry Lemon

A principios de 2024 Labatt creó una nueva cerveza inspirada en el golf: **¡Labatt Blue Light Raspberry Lemon!** Una cerveza ligera y afrutada que incluye en su envase contenido relacionado con el golf. Esta cerveza se convirtió rápidamente en una de las favoritas de los aficionados y volverá en 2025.



Genesee

Creciendo con la tradición cervecera.

Genesee aprovechó sus históricas líneas de especialidades a lo largo de 2024, incluidas **Spring Bock, Oktoberfest, Citrus Pils** y la icónica **12 Horse Ale**, que es la cerveza tradicional más solicitada de Genesee.

También se lanzó la nueva favorita de los fans: **¡Mango Peach Kolsch!** Esta cerveza se inspira en la popular Ruby Red Kolsch.

La Genesee Brew House tuvo otro año fuerte, reportando un aumento general de los ingresos netos del 16% en comparación con 2023. Esto se debió a los buenos resultados de la tienda minorista, que registró un aumento de las ventas del 29%. Además, la fiesta anual de iluminación del árbol de barriles atrajo a 5.000 aficionados y generó un récord de 78.000 dólares en ventas totales.







3 Continuar con operaciones eficientes, ágiles y digitalizadas

FIFCO avanza progresivamente hacia la optimización de los procesos operativos, impulsando una cultura de liderazgo inclusivo y el desarrollo de equipos diversos que enriquecen la capacidad de innovación.

Se implementan metodologías ágiles y herramientas digitales que, junto con la capacitación continua y el empoderamiento de las personas colaboradoras, permitirán ser más flexibles, reducir costos y mejorar la calidad de los servicios, construyendo las bases para alcanzar altos estándares de excelencia operativa mientras se cultiva un ambiente donde diferentes voces y experiencias son valoradas.

FIFCO Costa Rica en Transformación

Mejora en el índice de satisfacción del cliente (Net Promoter Score NPS)

La estrategia de satisfacción y atención al cliente se basa en un profundo entendimiento de sus necesidades, centrándose en la inclusión y ofreciendo un valioso aporte desde una perspectiva de agilidad, eficiencia y asesoramiento estratégico.

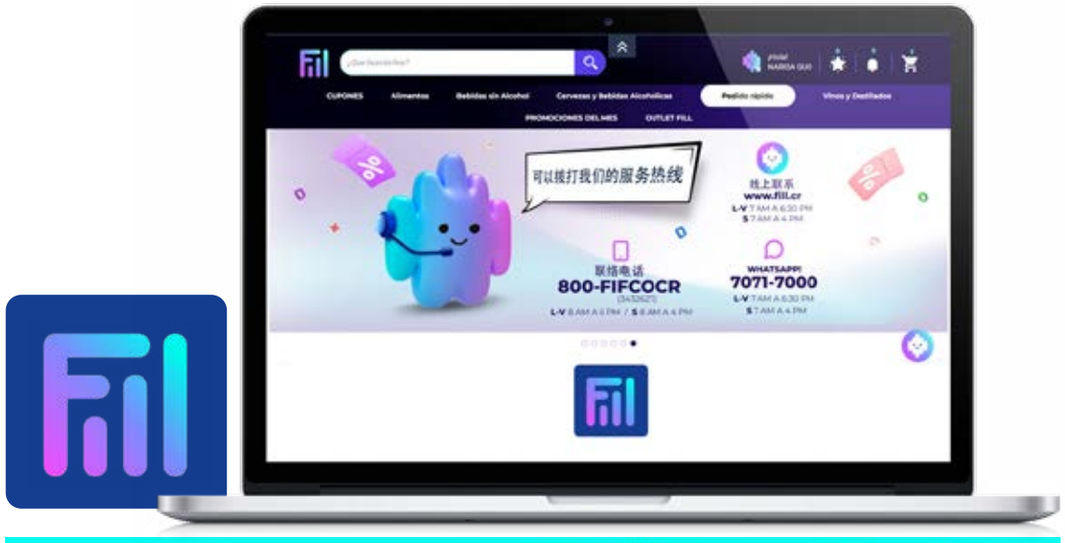
Como resultado de esta estrategia integral y la disciplina en su ejecución, se mejoró la puntuación en **9** puntos en comparación con el año anterior.

El enfoque estratégico se basa en planes de mejora de los distintos puntos de contacto que tenemos con las y los clientes, resaltando el progreso presentado en el canal de **eCommerce FILL® donde en 2023 se alcanzó un 62% vs 2024 78%, +16pp (5 meses por arriba del 80%).**

La inclusividad digital como estrategia

En 2024, y con la visión de "**sostenibilidad expansiva",** se invitó a los públicos de interés a utilizar la **tecnología como una herramienta clave en potencialización de la sostenibilidad** y es así cómo se creó el concepto **Inclusividad Digital:** un proceso de empoderamiento del cliente que facilita las herramientas digitales que mejoran su experiencia con FIFCO y les ayuda en la evolución de habilidades para gestionar sus negocios de manera más eficiente, mediante el uso de la tecnología. Una de esas herramientas es la plataforma de e-commerce **FILL®**, esta les permite no solo gestionar sus compras, sino que es una solución integral que facilita trámites como pagos, créditos, descubrir productos y promociones y acceder a herramientas de marketing digital y solicitudes de servicio, entre otros.

Para FIFCO, es en la evolución digital del ecosistema conformado por clientes, empresa y demás públicos de interés donde radicará en gran parte el éxito sostenible del negocio. La estrategia de inclusividad digital es 360°, por esto se desarrollan las capacidades digitales de los equipos comerciales, claves en el acompañamiento a los clientes.





Transformación
Principales cifras de 2024

- **Más agilidad y más funciones**

  Nuevas capacidades de pagos/pedidos en tiempo real y una nueva funcionalidad de carga masiva de carritos de compra desde archivos Excel.

- **Más conveniencia y más ventajas**

  • Comunicaciones e interfaz visual diferenciadas por segmentos de clientes.

  • Promociones y beneficios exclusivos para la plataforma.

  • Nuevos productos premium.

- **NPS Ecommerce acumulado a Diciembre 2024 (78%) ¡fue récord! Mejora continua en la satisfacción del cliente (5 meses por encima de 80%), nuestra plataforma se encuentra más de +18pp arriba del benchmark de la industria.**

+11.100* Clientes activos en FILL®

+25.000.000 Cajas vendidas +26pp vs 2023

+1.129.000 Visitas anuales al sitio web

50,1* Mezcla de ventas gestionada desde FILL®, logrando la meta planteada para el año 2025

*Datos a Diciembre 2024



Agenda de cara al cliente y consumidor en otras geografías

FIFCO define como prioridades estratégicas el fortalecimiento de aquellos mercados en los que tiene presencia y la incursión en nuevas geografías. La medición sistemática del índice de satisfacción de clientes (NPS) y el despliegue de una estrategia 360° de atención a los clientes y consumidores son pilares para abordar ambas prioridades durante el año 2025.

Próximos pasos en inclusividad digital

1 **Personalización e Inclusividad digital**

Fieles a la estrategia de cliente-centrismo y alineados a los objetivos de inclusividad digital, el *ecommerce* se tradujo al idioma mandarín, un logro significativo que refleja el compromiso con los y las clientes. Este avance ofrece soluciones más adaptadas.

2 **Inteligencia artificial y empoderamiento**

Con la visión de mejorar la experiencia del cliente se implementó en Fill una función de inteligencia artificial generativa aplicada que revoluciona la experiencia de compra, una nueva sección que realiza una recomendación totalmente personalizada basada en las necesidades de cada negocio, para compra, para cada frecuencia de atención.

3 **Beneficios y canales**

Con el objetivo de motivar la digitalización de las y los clientes y fomentar la aceleración de los objetivos de inclusividad digital, se lanzó e implementó: **Club Fill®**, un programa que les permite ganar puntos por sus compras en FILL® y canjearlos por premios y más. Con Club Fill se crea una comunidad más cercana y se premia a quienes eligen Fill® como su socio favorito.

Centro de Experiencia al Cliente

Soporte al Cliente

En el Departamento de **Soporte al Cliente** (CX) se atienden consultas, requerimientos, reclamaciones y quejas de los consumidores finales y clientes.

Durante el periodo del reporte al igual que en años anteriores, no se registran reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes. Ninguna de las unidades de negocio de FIFCO ha sido sujeta a sanciones administrativas o judiciales relacionadas con temas ambientales en los países en que opera la compañía.

Se ha observado una estabilidad en las quejas relacionadas con productos, especialmente en la categoría de Clientes, mientras que los casos reportados por consumidores han disminuido en un **15,1**%.

En el 2023 el nivel de servicio fue del **66,8%**, mientras que en el 2024 se observa un notable incremento al **81,2**% evidenciando una mejora continua en la calidad del servicio y un fuerte compromiso con la satisfacción del cliente.

FIFCO lleva a cabo una evaluación continua de sus mecanismos de reclamación mediante seguimientos mensuales, los cuales se presentan a las diversas áreas de negocio. Además, se ha participado en auditorías tanto internas como externas de este proceso.



FIFCO | Desglose de las principales no conformidades | 2024

Tipo de queja	Número de reclamaciones por impactos económicos, sociales y ambientales			
	2021	2022	2023	2024
Productos (clientes)	194	140	121	122
Productos (consumidores)	724	732	817	693
Logística (clientes)	165	211	78	68
Daños a la propiedad	53	51	46	31
Ambientales	2	0	5	0
Mal manejo choferes	106	98	82	94
Contrabando	3	2	2	0
Total	**1.247**	**1.234**	**1.151**	**1.008**

FIFCO Innovación

El equipo de **innovación de FIFCO**, alineado con la estrategia de la compañía, apoyó el fortalecimiento de las marcas durante el 2024, brindando a las personas consumidoras novedades relevantes.



A través de la detección temprana de tendencias y oportunidades, en conjunto con el departamento de Insights y en alineación con las estrategias de las marcas, durante el 2024 se lideraron **72** proyectos (+40 respecto al año anterior).

Se realizaron cambios de imagen, haciendo las marcas aún más atractivas, tal es el caso de: Adán & Eva, Bamboo, JET y Tropical.

De igual manera, se desarrollaron innovaciones sobresalientes como: **Tropical Summer**, **Jet sabor Kolita** y **sabor Mango**, Maxxx Energy que incluyó en su fórmula **ElevaTP** y **L-Caritina** para mejorar el rendimiento físico y la recuperación muscular; mientras que en la parte de alimentos, Ducal sorprendió con su línea de DIPS y con los Frijoles Enteros.

72 PROYECTOS LIDERADOS

+40 ↑ RESPECTO A 2023

Bavaria lanzó al mercado la cerveza tipo Märzen por un período de tiempo especial capitalizando la **Temporada Cervecera**, Pilsen cautivó a sus compas a través de empaques personalizados para las principales ferias del país y con Imperial se desarrollaron y lanzaron 50 latas coleccionables con diseños únicos como parte de su celebración de los 100 Años, todo un reto e hito para cualquier marca.

Excelencia comercial

Mejora continua en beneficio de los clientes

El **Sistema de Excelencia Comercial** (PEX) sigue teniendo una contribución estratégica para alcanzar los resultados clave de la compañía. Junto con el equipo de RTM (Ruta al Mercado), Talento y otros equipos funcionales, FIFCO transformó su modelo de servicio con un enfoque en la parte relacional con los clientes, habilitando visitas con más propuestas de valor, mejor utilización de datos de los consumidores y una solución más rápida de los problemas de los clientes. Además, FIFCO sigue siendo reconocido por los socios como referentes en temas de Excelencia Comercial como por ejemplo segmentación de clientes y cultura de ejecución.



NPS mejora 4 puntos porcentuales en el último año

En el 2024 se alcanzó una medición histórica de **83 puntos en NPS** (Net Promote Score).

Alineados con la estrategia de transformación digital y el enfoque en el consumidor, el Ecommerce pasó de **62** a **78** puntos, alcanzando un nivel superior de madurez en el mercado.

Al brindar un servicio de excelencia a los clientes, se refleja la cultura de FIFCO de generar un compromiso de mejora continua e innovación en todas las áreas.

Expansión de las buenas prácticas comerciales

El desarrollo de los clientes en su gestión empresarial es un factor relevante para un crecimiento sostenible a largo plazo para FIFCO, por lo que se continúa expandiendo metodologías, procesos y buenas prácticas comerciales con los socios comerciales tercerizados en Costa Rica y se avanza con un capítulo de expansión geográfica en otras operaciones de FIFCO.



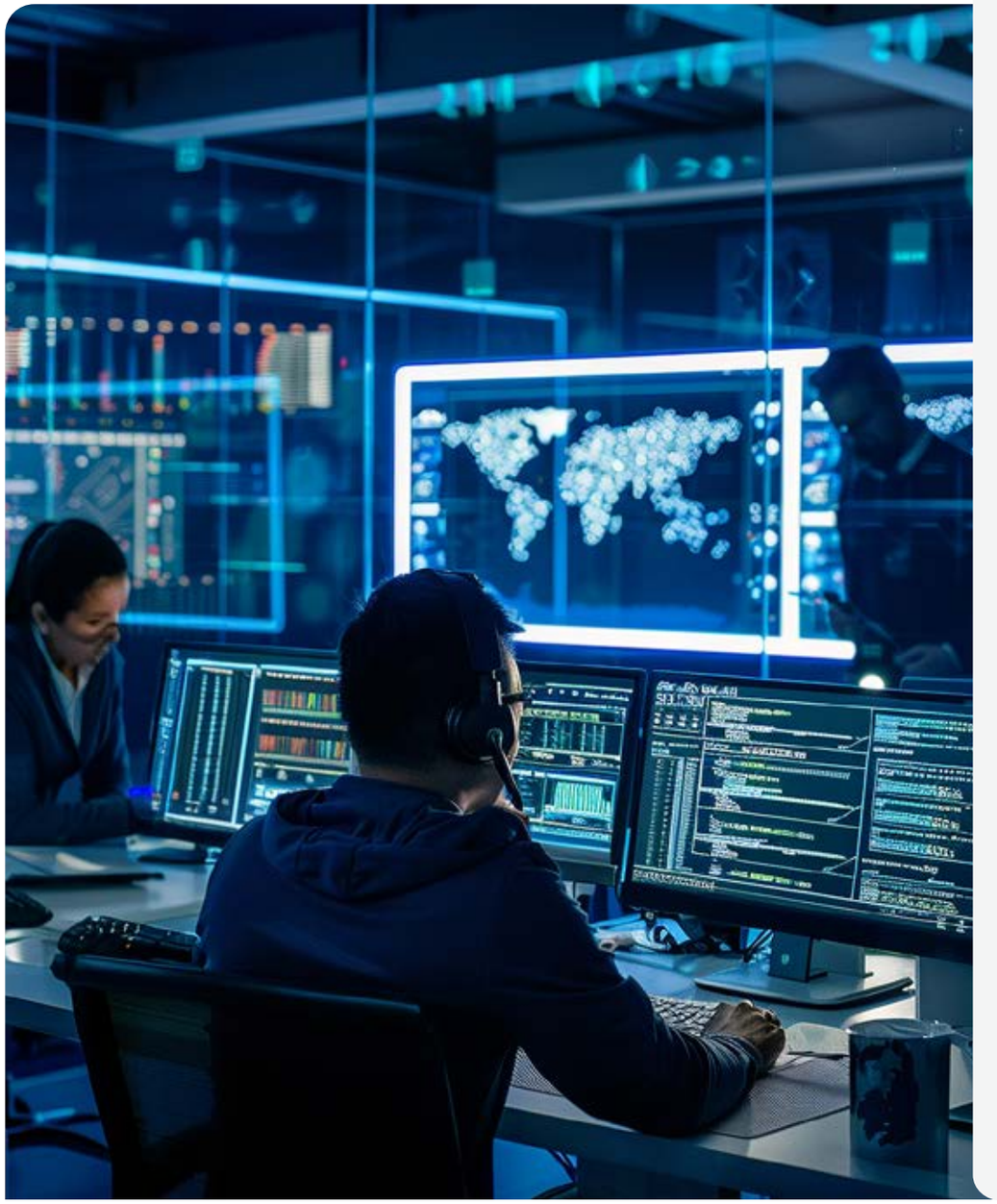
Ciberseguridad: Escudo Colectivo

Escudo Colectivo se posiciona como la estrategia integral para fortalecer la ciberseguridad en la organización en las diferentes geografías.

Se promueve la colaboración activa de las personas colaboradoras en la prevención y detección de ciber amenazas, destacando la importancia de un enfoque colectivo para proteger los activos digitales.

Pilares fundamentales de la estrategia

1. Organización y cultura
2. Procesos, políticas y procedimientos
3. Tecnología



Escudo Colectivo | Logros 2024

Capacitación y concientización

Se ha capacitado a **1.078** colaboradores, priorizando quienes cuentan con un equipo de cómputo asignado, por medio del programa de concientización en todas las geografías, así como a 823 nuevos ingresos.

Fortalecimiento de la Infraestructura Digital

Implementación de herramientas avanzadas de detección y respuesta a amenazas con herramienta de Sentinel y SOC de última generación. Incrementando y optimizando el tiempo de detección y toma de acciones logrando así reducir significativamente la probabilidad de incidentes de ciberseguridad.

Gobernanza

Entrega y publicación de la política de seguridad de la información y los lineamientos asociados que actúan como guía estratégica para prevenir, detectar y responder a amenazas cibernéticas

Cadena de valor

Una arraigada cultura y la relación comercial con **4.113** proveedores locales e internacionales nos impulsan a implementar procesos de mejora continua para toda la cadena de valor, esto con el fin de buscar nuevas ventajas competitivas para el negocio.

Siete grandes áreas componen la cadena de valor de FIFCO, donde por supuesto, las materias primas marcan el punto de partida para todos los procesos de producción, posterior comercialización, distribución y consumo de clientes, así como la recuperación y valorización de residuos.

La gestión de la cadena de valor FIFCO mantiene presente en todo momento los principios de triple utilidad para dar respuesta a un consumidor más interesado e involucrado en sus hábitos de compra, y nuestro compromiso de compartir con el mundo una mejor forma de vivir.



Sostenibilidad en la cadena de valor

El compromiso de FIFCO con la sostenibilidad no se limita únicamente a sus operaciones directas. Mantiene un compromiso con la **sostenibilidad a lo largo de diversas etapas de su cadena de valor**, desde la obtención de materia prima o insumos hasta la distribución tercerizada de productos, contribuyendo significativamente a un futuro más sostenible.



Esta iniciativa se implementa, entre otras acciones, a través del Programa de **Compras Sostenibles**, el cual fomenta la mejora continua de los proveedores y clientes en la adopción de prácticas que favorecen tanto la preservación del medio ambiente, el bienestar social, así como la competitividad de toda la cadena de valor. Además, esta estrategia responde a un enfoque basado en riesgos, lo que permite garantizar la continuidad operativa de la compañía.



Programa de Compras Sostenibles

Lanzado en 2010, el Programa de Compras Sostenibles surge como parte de la evolución de FIFCO en su estrategia de triple utilidad y la necesidad de **transferir las mejores prácticas en sostenibilidad a su cadena de valor**.

El programa se orienta hacia la mejora del desempeño de los proveedores en ámbitos económicos, sociales y ambientales, alineándose con el propósito corporativo. Actualmente, este programa opera como una plataforma de acompañamiento y asesoría continua, fortaleciendo las relaciones comerciales y promoviendo decisiones de compra que integran criterios económicos, ambientales y sociales, además del cumplimiento legal de los proveedores y su desempeño en sostenibilidad.

Ejes del Programa Compras Sostenibles

La gestión de proveedores en FIFCO se basa en **ejes estratégicos** que permiten integrar la sostenibilidad dentro de su estrategia de compras. Uno de los ejes fundamentales es el **establecimiento de requisitos de sostenibilidad** para bienes y servicios, los cuales deben ser considerados por el departamento de Compras antes de cualquier adquisición. De manera complementaria, se incorpora la **variable de sostenibilidad en los procesos de contratación** de proveedores críticos para el negocio, en alineación con la Política Corporativa de Compras.

Otro eje clave es la **evaluación de sostenibilidad para proveedores**, que se implementa mediante una herramienta interna diseñada para medir y dar seguimiento al desempeño de los proveedores críticos en términos de sostenibilidad. Estas evaluaciones incluyen visitas en campo realizadas por expertos técnicos, quienes proporcionan un análisis integral basado en los tres pilares de la sostenibilidad: económico, social y ambiental.

Compras Sostenibles | Ejes

- **Requisitos de sostenibilidad para bienes y servicios**
- **Sostenibilidad en los procesos de contratación**
- **Evaluaciones para proveedores**

Resultados del Programa en 2024

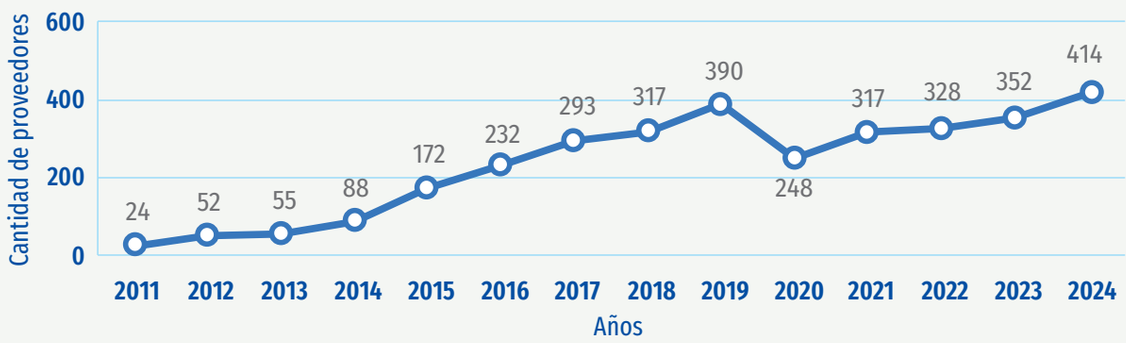
En 2024 el programa alcanzó la mayor cobertura de proveedores desde su lanzamiento, superando en un **6%** **el récord establecido en 2019**.

Este logro responde a una comunicación efectiva con el equipo de compras, la madurez del programa y el compromiso de los proveedores. La cantidad de proveedores evaluados por cobertura varió entre unidades de negocio, destacándose el negocio en Costa Rica como la unidad con mayor participación y evidenciándose una tendencia de crecimiento en las demás unidades.

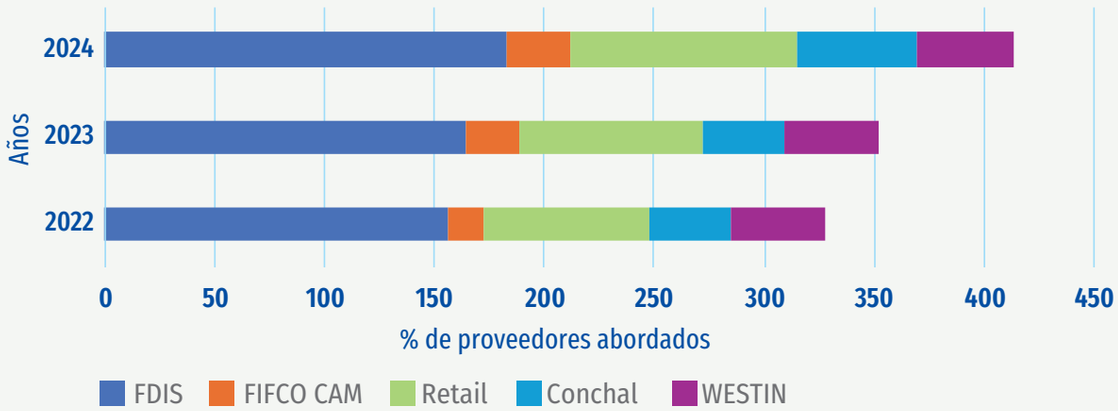
El desempeño de los proveedores se evaluó según las calificaciones obtenidas en el período. En 2024, el **76%** de los proveedores obtuvo una calificación superior a 80, lo que representa un incremento del **5%** en comparación con 2023.

Asimismo, se observó un aumento en la cantidad de proveedores que mejoraron su desempeño en los últimos dos años, reflejando el trabajo colaborativo entre FIFCO y sus aliados comerciales. Un **5%** de los proveedores obtuvo calificaciones menores a 70, lo que requirió un seguimiento intensivo por parte del departamento de Compras, con planes de acción específicos para mitigar impactos ambientales y sociales potenciales o reales. En este contexto, cuatro proveedores fueron excluidos del programa por incumplimiento de requisitos legales y de sostenibilidad.

FIFCO | Proveedores abarcados en el Programa Compras Sostenibles



FIFCO | Desglose por unidad de negocio



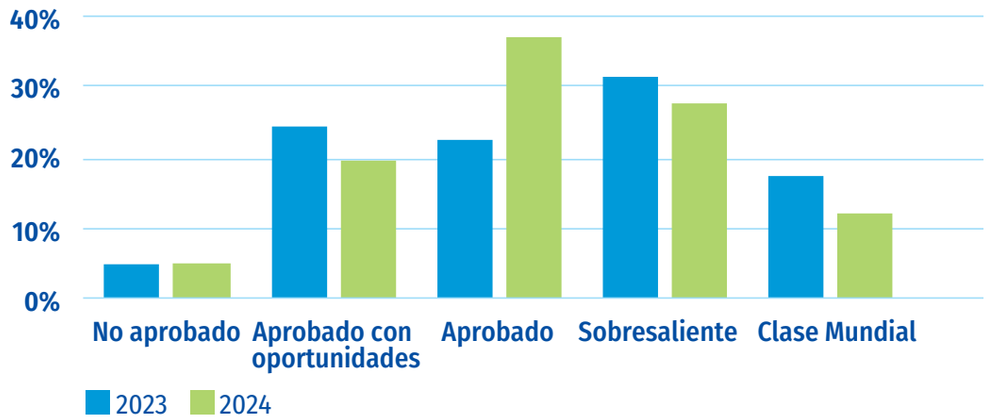
FIFCO promovió la participación de sus proveedores en iniciativas de voluntariado a través del programa **"Elegí Ayudar"**, en colaboración con organizaciones no gubernamentales. Los proveedores aportaron en 2024, un total de **280** horas de voluntariado, superando el período anterior.

En términos de capacitación, la compañía organizó **3** sesiones virtuales y una presencial abordando temas clave del Programa de Compras Sostenibles y los requisitos para los proveedores. Estas capacitaciones contaron con la participación de un promedio de **29** empresas por sesión, sumando un total de **239** asistentes.

- **Sesión 1. Compras sostenibles: bases para un desarrollo responsable**
- **Sesión 2. Criterios de valor: cómo evaluar la sostenibilidad en tu cadena de suministro**
- **Sesión 3. Del plan a la acción: uso efectivo de herramientas prácticas**

Para fortalecer la sostenibilidad en la cadena de suministro, el **84%** de los proveedores del programa en 2024 fueron de origen local, lo que representa un incremento del **5%** con respecto al año anterior. Esta tendencia refuerza la apuesta de FIFCO por fomentar la sostenibilidad en su red de abastecimiento.

FIFCO | Desempeño de proveedores en sostenibilidad
2022 vs 2023



Principales hitos de 2024

- El **26%** del gasto anual de FIFCO correspondió a proveedores incluidos en el Programa de Compras Sostenibles.
- El programa abarcó al **14%** de los proveedores de la compañía.
- El **76%** de los proveedores evaluados obtuvo una calificación superior a 80 puntos.
- El **16%** de las empresas evaluadas en 2024 contaba con certificaciones en sus sistemas de gestión.
- El **8%** de los proveedores replicó el modelo del Programa de Compras Sostenibles en sus propias operaciones.
- Se incorporaron **23** nuevos proveedores al programa en 2024.
- Se implementó un plan piloto para la gestión de proveedores en las instalaciones del centro de distribución GAM, integrando a **34** empresas proveedoras y **390** contratistas.

Retos para 2025

- **Desarrollar una herramienta** corporativa para identificar el estatus real de los proveedores.
- **Ampliar el alcance del programa** a proveedores fuera de los países donde FIFCO opera.
- **Generar encadenamientos productivos** mediante alianzas estratégicas con proveedores clave.
- **Identificar necesidades adicionales** de desarrollo para fortalecer la sostenibilidad en la cadena de valor.
- **Alinear las certificaciones globales** con la herramienta de evaluación utilizada en FIFCO.
- **Incluir a todos los proveedores de categorías críticas** dentro del programa para expandir su cobertura.

Clientes Sostenibles

Para integrar la **sostenibilidad** desde la perspectiva de los clientes, FIFCO colaboró con la unidad de negocio retail y los puntos de venta de Musi, identificando oportunidades de mejora en la gestión de residuos.

Como parte de las estrategias de economía circular, se diseñó un sistema de logística inversa que aprovecha el retorno de los camiones de distribución para el traslado de residuos valorizables a la planta. Este plan piloto iniciará en 2025 y permitirá establecer indicadores y metas para garantizar la trazabilidad de los residuos gestionados.





Compromiso con la industria y comercio de Costa Rica

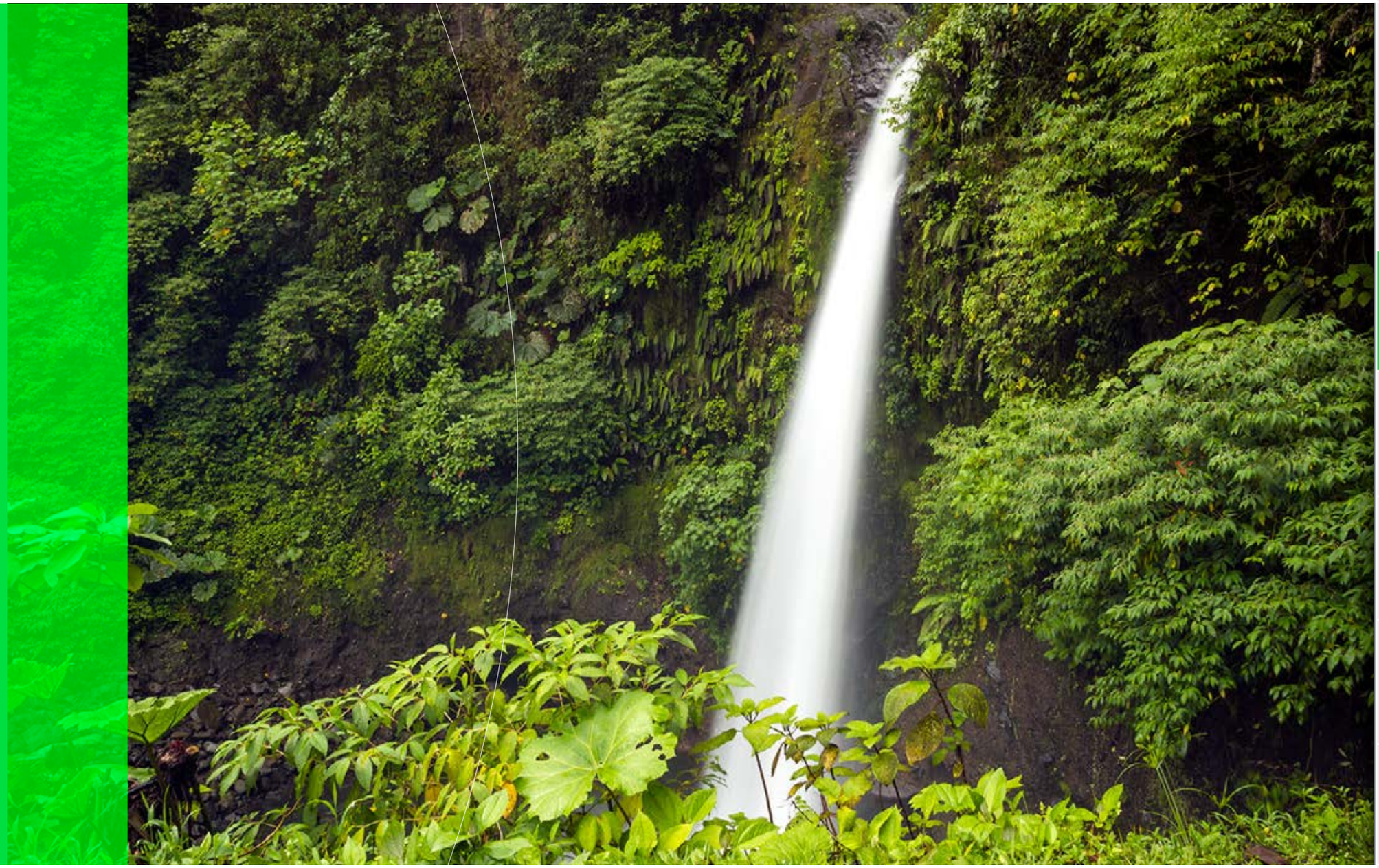
FIFCO representa a la Unión Costarricense de Cámaras y Asociaciones del Sector Empresarial Privado (UCCAEP) en el Consejo Asesor de Sostenibilidad (CAS) del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC). A través de dicho consejo, se maximiza el esfuerzo de la sostenibilidad en la cadena de valor, principalmente en las pequeñas y medianas empresas del país.

El Consejo se oficializó el 03 de abril del 2018 en el marco de las acciones para la implementación de la Política Nacional de Responsabilidad Social, el cual se fundamenta en el Decreto Ejecutivo 40459 MEIC “Gobernanza para la implementación y seguimiento de la Política Nacional de Responsabilidad Social de Costa Rica”.

El CAS tendrá dentro de sus funciones implementar y dar seguimiento a la Política Nacional de Responsabilidad Social, adicionalmente:

- Establecer las medidas necesarias para la asignación de recursos para la implementación de la Política Nacional de Responsabilidad Social.
- Fomentar la participación de representantes del sector público, de la sociedad civil, de la academia, del sector privado, de la cooperación internacional, de organizaciones no gubernamentales, de los gobiernos locales y de personas expertas en materia de Responsabilidad Social.
- Elaborar estrategias de comunicación para informar sobre la Política Nacional de Responsabilidad Social y sus avances.
- Aquellas que resulten derivadas del ejercicio de su competencia.

Estrategia Ambiental



Avance en las metas | Estrategia Ambiental

Meta 1 — Economía circular: empaques y embalajes de menor impacto ambiental.

2022	2023	2024	2027
43%Índice de Circularidad (IC) en negocio de bebidas CR.	**61%IC en negocio de bebidas CR.***	**61% IC en negocio de bebidas CR.***	**60% IC en negocio de bebidas CR.**
Empaques: 78% (59% CR).	**Empaques:** 73% (55% CR).	**Empaques:** 71% (54,3% CR).	**82% Mezcla FIFCO (65% CR).**
Utilización de plástico en algunos empaques secundarios.	Actualización caso de negocio.	Piloto de campo realizado, estimación de inversión.	**Remplazo total del empaque secundario en negocio de cerveza.**

*Se alcanzó y superó la meta planteada.

Meta 2 — Agenda Agua, Residuos y Carbono Positivo (WEW+).

2022	2023	2024	2027
Condición: cero residuos, agua y carbono positivo (WEW+).	**WEW+.**	**WEW+.**	**Mantener estado WEW+.**

Agenda Plástico 360º

Desde el año 2018, FIFCO trabaja en una agenda transformacional llamada **Plástico 360º**

El programa **Plástico 360º** contiene las iniciativas para ser parte de una economía circular y contar con envases y embalajes de menor impacto ambiental.

FIFCO Circular

1. Uso de Materiales

En el marco del compromiso con la sostenibilidad, FIFCO adoptó un **enfoque integral de economía circular.**

En este capítulo, se explorarán las estrategias y prácticas implementadas por FIFCO para integrar la economía circular en su modelo de negocio y cómo estas contribuyen a una producción más sostenible y a la creación de valor a largo plazo. Este enfoque maximiza la eficiencia en el uso de los recursos a lo largo del ciclo de vida de sus productos, manteniéndolos en circulación el mayor tiempo posible y se centra en el análisis y la optimización del flujo de materiales dentro de sus operaciones, con el objetivo de maximizar el valor de los materiales utilizados y minimizar la necesidad de recurrir a materiales vírgenes. Al evitar la extracción innecesaria de nuevos recursos y promover la eliminación, reutilización, el reciclaje y la valorización de los materiales, FIFCO no solo reduce su impacto ambiental, sino que también contribuye al desarrollo de una economía más circular, eficiente y responsable. x Los materiales se clasifican por su origen entre aquellos que son de naturaleza renovable (por ejemplo, el agua), y los de naturaleza no renovables, cuyos materiales provienen del petróleo (plástico) o de fuentes minerales (vidrio y aluminio).

Como parte de las estrategias en la gestión de los materiales que FIFCO ha venido implementando a lo largo de los años, se han incorporado los principios base de la economía circular dentro de su cadena de valor, los cuales son:

- **Eliminar residuos desde el diseño.**
- **Mantener los residuos y la energía en circulación.**
- **Regeneración de sistemas naturales.**

Categorías de materiales

Materias primas e insumos
Agua y todos los materiales disueltos o en suspensión en el producto como concentrados, aditivos y aromas.

Envases
Contenedor primario como latas de aluminio, envases plásticos de PET, HDPE, botellas de vidrio y sifones de acero inoxidable, tapas, sellos y etiquetas)

Embalajes
Cajas y láminas de cartón, empaques plásticos y de cartón, fleje entre otros.

Materiales auxiliares
Sustancias para limpieza y lubricantes entre otros de uso en el proceso productivo pero que no forman parte del producto.

Nuestro enfoque de economía circular



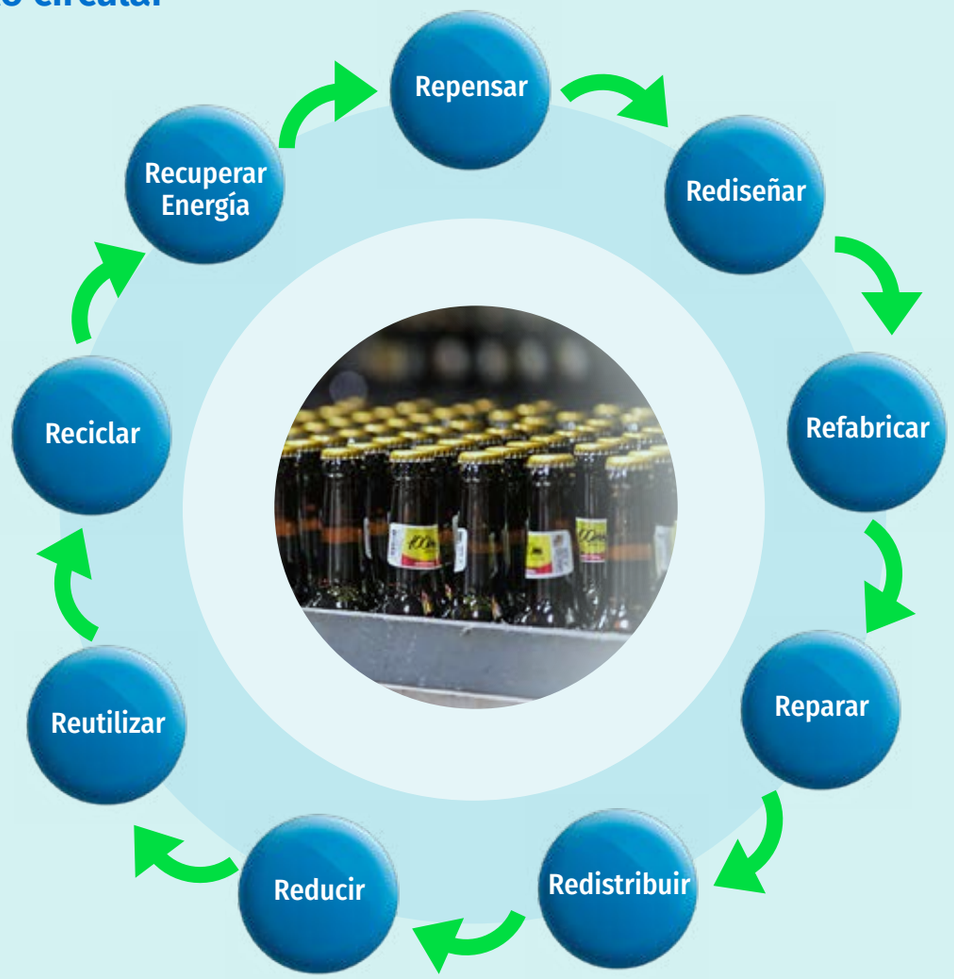
FIFCO Circular es la transición de una producción lineal a una circular, se mantienen los recursos, materiales y productos en movimiento dentro de la cadena de valor durante el mayor tiempo posible.

Este enfoque tiene un impacto positivo sobre la presión de los ecosistemas y además, genera oportunidades económicas mejorando la eficiencia en la gestión de los recursos, a través de la innovación y competitividad.

FIFCO ha estado dirigiendo sus esfuerzos hacia la circularidad a través de su historia, sin embargo, es hasta la implementación de FIFCO Circular, que mide su grado de circularidad y su potencial de mejora, por medio del Indicador de circularidad de material (ICM), desarrollado por la Fundación Ellen MacArthur y Granta Design.

Este indicador evalúa la circularidad de los flujos de los materiales, considerando el origen de los elementos, su durabilidad, el destino y la eficiencia de su transformación.

Modelo circular





Transición hacia ciclos cerrados de circularidad
Esfuerzos realizados

1 **Reducción del gramaje e incorporación de resina reciclada** en envases de PET/RPET para reducir el uso de plástico.

a. El **71%** del material de empaque y embalaje tiene contenido de material reciclado.
b. Mix de uso de resina PET reciclada al **15%**, **50%** y 100% en envases de agua, tés y carbonatas.
c. **87%** de aluminio reciclado en las latas de aluminio.
d. **46%** de vidrio reciclado en los envases de vidrio.
e. Los embalajes de cartón como cajas y láminas mantienen un **32%** de contenido reciclado.
f. El fleje por su parte tiene un contenido de **15%** de PET reciclado y un 98% en PP.
g. La caja de plástico presenta un **20%** de resina reciclada en su fabricación.

2 **Se concretan 2 proyectos de reducción de materiales,** con una visión conjunta de productividad económica y ambiental.

a. Se elimina el uso de plástico termoencogible transparente para Imperial y Pilsen 473 ml, lo que contribuye a una reducción de **3** Ton de plástico de manera anual.
b. La unificación en el uso de adhesivos trajo una reducción de **5** Ton de material.

3 **Reemplazo de plástico secundario en cerveza:** Se está analizando el caso de negocio y efectuando pruebas con prototipos de empaque, a nivel logístico como de estabilidad, en condiciones reales de mercado.

4 **Procesos colaborativos con proveedores** del Programa de Compras Sostenibles, para optimizar procesos y reducir la cantidad de material, evitando la generación de residuos.

5 **Iniciativas de sensibilización y concientización** con el personal en todas las operaciones.

6 **Se continúa con la certificación** Zero Waste to Landfill.

7 **Inclusión de nuevos gestores de residuos** dentro del catálogo interno de proveedores.

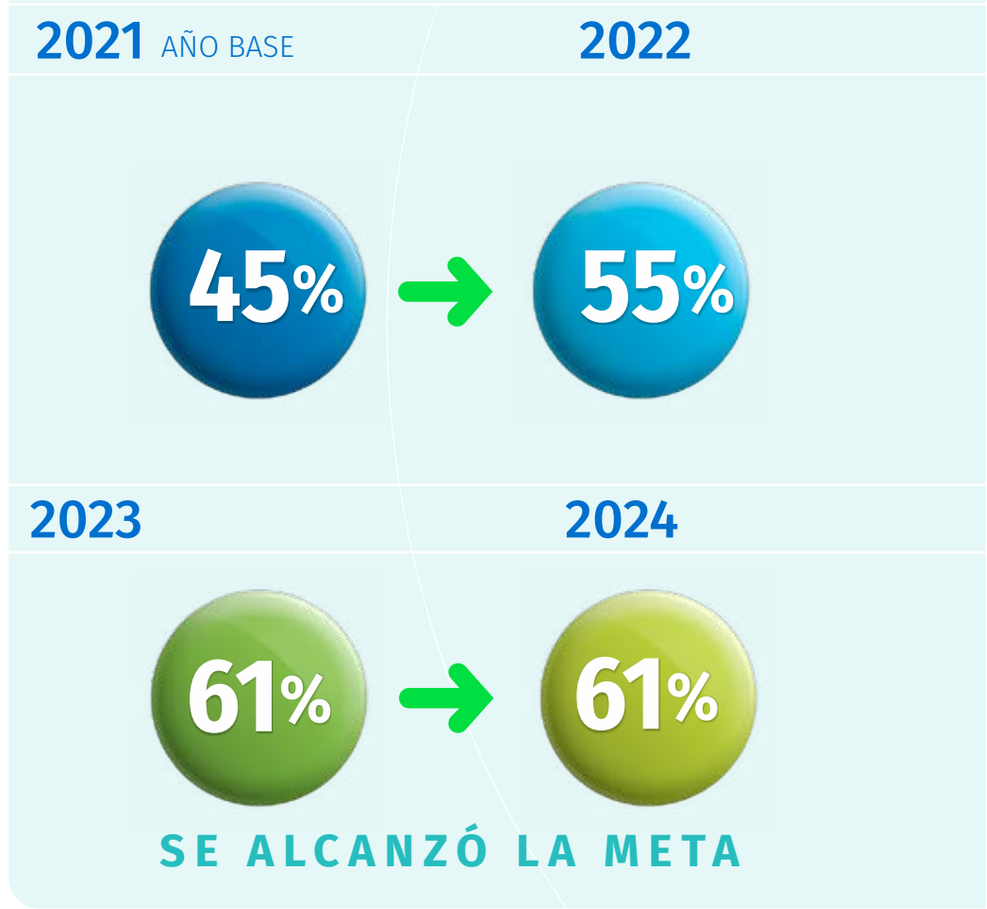
8 **Se alcanzan las metas** de recolección post-consumo planteadas.

9 **Se mantiene el índice del indicador con respecto al año 2023.**

10 **Se mantiene la iniciativa de circularidad** en las tarimas de madera, las llantas utilizadas en los talleres de mantenimiento, los envases de vidrio, empaques secundarios y terciarios, el afrecho, entre otros.

11 **Se trabaja en la incorporación de iniciativas** en esta misma línea para continuar avanzando, como parte de las estrategias a futuro.

Índice de Circularidad de los Materiales (ICM) para el negocio de bebidas en Costa Rica



71%

DEL MATERIAL DE EMPAQUE Y EMBALAJE **TIENE CONTENIDO DE MATERIAL RECICLADO**



2. Programa de Reciclaje Post Consumo

En Costa Rica durante 2024, se recuperaron más de 2 millones de toneladas de residuos sólidos, **de los cuales únicamente el 12% fueron valorizados**.

Según datos del Ministerio de Salud de Costa Rica y de acuerdo con proyecciones, aunque se realicen los esfuerzos a nivel industrial e individual, esta cantidad podría incrementarse en un **10%** al año.

Uno de los esfuerzos más importantes realizados por **FIFCO para contribuir al aprovechamiento de los residuos y a la responsabilidad extendida, es el Programa de Reciclaje de Envases Post Consumo**, liderado por el departamento de valorización de residuos. Este programa recupera la mayor cantidad posible de envases después de su uso por parte del consumidor final, permitiendo gestionar adecuadamente este tipo de residuos.

Este programa es histórico y uno de los más exitosos en Costa Rica, gracias al compromiso de toda la compañía. La Junta Directiva y la Dirección General, lideran la estrategia con un enfoque claro en la dimensión ambiental, asegurando una gobernanza sólida y transparente.

Por su parte, la gerencia redobla esfuerzos para alcanzar los objetivos establecidos.

El personal operativo, en primera línea, desempeña un rol crucial en la ejecución diaria del programa. Además, se cuenta con un departamento exclusivo encargado de buscar soluciones innovadoras, planificar y ejecutar acciones de mejora continua en los procesos de recolección, fortaleciendo así el liderazgo en la gestión de residuos.

Para calcular el impacto del programa, es necesario identificar el peso de los materiales de los envases de los productos en el mercado (PET, HDPE, polilaminado, aluminio, entre otros), y de manera anual, se debe recuperar un peso equivalente, en kilogramos, de residuos.

En línea con los pilares del modelo de triple utilidad y la estrategia ESG, FIFCO se compromete a realizar todos los esfuerzos necesarios para recuperar los envases que coloca en el mercado.

La meta anual del programa se basa en alcanzar la recuperación del 100% de los envases plásticos, lo que se resume en esta ecuación:

$$\frac{(kg\ de\ envases\ recuperados)}{(kg\ de\ envasese\ vendidos)} = \mathbf{100\%}$$

Kg envases recuperados:

Cantidad de kilogramos de envases plásticos recuperados del mercado a través del
Programa de Reciclaje.

Kg envases vendidos:

Cantidad de kilogramos de envases plásticos que FIFCO coloca en el mercado.

100%

Porcentaje envases plásticos colocados en el mercado y **recuperados** por el Programa de Reciclaje de Envases Post-Consumo de FIFCO en 2024.

Este porcentaje de recuperación refleja el compromiso y responsabilidad ambiental de FIFCO, su meta es recuperar los mismos kilogramos de plástico que produce año con año en sus bebidas, evitando así el aumento de la huella de plástico en el ambiente.

FIFCO recupera el 100% de los materiales de envases que coloca en el mercado

Otro gran hito para el programa fue alcanzar la meta de un **100% de recuperación global en otros materiales**, que de igual forma se gestiona a través del programa de recolección de envases post consumo.

Se recuperó un total de **9.617 TM** de envases post consumo no retornables, **910 TM** más que en el 2023.

Los materiales que recuperan por medio del programa cumplen el principio de economía circular, ya que son enviados a distintas corrientes de valorización para ser transformados en nueva materia prima, esto implica que algunos de estos materiales se exporten, para continuar con el proceso de transformación.

Países de destino de los residuos transformados
Por material

País	Material
Estados Unidos	Aluminio
Brasil	Aluminio
Nicaragua	PET y HDPE
Honduras	PET y HDPE
Costa Rica	PET, HDPE, Hojalata
México	Tetrapak

Porcentaje de recolección de materiales 2024

Tipo de empaque	Meta 2024 TM	TM recuperadas 2024	% de recolección
Plástico (HDPE, PET)	5.507	5.529	100%
Aluminio	3.900	2.087	54%
Polilaminado	116	1.167	1.007%
Hojalata	78	833	1.070%
TOTAL	**9.601**	**9.617**	**100%**



Recursos del Programa de Reciclaje

2 **Rutas de recolección** para el Gran Área Metropolitana.

3 **Rutas** para las zonas rurales de Costa Rica.

8 **Centros de acopio** propios debidamente equipados para el manejo del material reciclable.

1 **Centro de transferencia** que actualmente opera como bodega temporal del material.

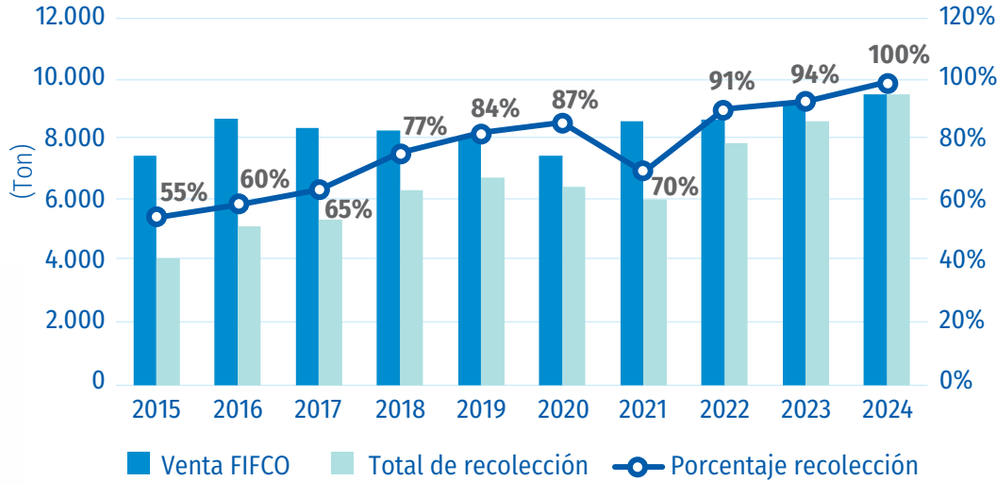
Alianzas de recolección

Gracias a las **alianzas estratégicas** con nuevos gestores, se capta el material necesario para cumplir con la meta anual.

- Se gestaron nuevas y muy buenas negociaciones con exportadores de plástico.
- Se continúan identificando retos a nivel de recolección de aluminio (es un material con mucha competencia y existen muchos pequeños exportadores por todo el territorio nacional). A nivel general el porcentaje de recolección global ha ido aumentando con el paso de los años, impulsado también por el aumento en la venta de productos de FIFCO.



Recolección post consumo total



Recolección post consumo plásticos



Costa Rica recupera

FIFCO es socio fundador de la iniciativa sectorial de recolección **Costa Rica Recupera**, alianza colaborativa privada-privada creada en 2024 para unificar esfuerzos en el sector de bebidas en Costa Rica e incrementar los volúmenes de recolección de envases plásticos. Si bien ya FIFCO se encuentra en el **100%** de su recolección, la industria de bebidas como tal debe redoblar esfuerzos para que la tasa de recolección de envases a nivel país se incremente.

Esta alianza garantiza la transparencia en la trazabilidad del material valorizable recuperado para contribuir a los indicadores nacionales mediante la gestión interna y coordinada de las organizaciones aliadas.

Costa Rica Recupera, es el principal esfuerzo voluntario, colaborativo del sector de bebidas, cuyo objetivo es aumentar las tasas de recuperación del plástico colocado en el mercado y aportar a las metas país mediante estrategias conjuntas de recuperación. El compromiso es alcanzar la recuperación del **80%** del plástico colocado en el mercado por parte del sector de bebidas.

3. Programa de Reciclaje Post Industrial y Estrategia Cero Residuos

FIFCO ha destacado en el top 3 de MERCO como **la empresa más responsable con el ambiente** en los últimos 7 años.

Esto refuerza el compromiso con la dimensión ambiental y en este caso, con la gestión responsable de los residuos, implementando políticas y prácticas sostenibles que minimizan el impacto ambiental y promueven la economía circular.

Este compromiso se traduce en una inversión económica significativa en todas las unidades de negocio, que ha permitido la adquisición de equipo, mejora en la infraestructura interna y el aseguramiento adecuado en el tratamiento final de los residuos generados en sus procesos productivos. Además, la empresa ha destinado recursos a la formación y sensibilización de su personal, así como a la colaboración con instituciones especializadas en la gestión de residuos, para asegurar que cada etapa del ciclo de vida de sus productos cumpla con los estándares más exigentes en términos de sostenibilidad. Gracias a esta inversión, la compañía no solo ha reducido considerablemente su huella, sino que también ha optimizado la eficiencia de sus operaciones, generando valor tanto para la sociedad como para sus partes interesadas.

Los residuos generados en las instalaciones físicas se gestionan 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.

Todos los gestores deben cumplir con las leyes aplicables según el país de operación, así como garantizar la gestión adecuada y la trazabilidad de los residuos que le son entregados.

La recolección de información de los residuos puede provenir de las siguientes fuentes:

- Comprobantes o certificados emitidos por el gestor de residuos.
- Pesaje interno de los residuos previo a su entrega a los gestores.
- Facturas de venta de residuos.
- Estimaciones basadas en mediciones tales como densidad, entre otras.

En el caso de pesajes internos o pesajes efectuados por el proveedor, se mantiene un proceso de control metrológico para las romanas internas, así como un seguimiento del estado de los equipos de medición utilizados por los gestores de residuos, esto para garantizar que la información recolectada sea confiable.



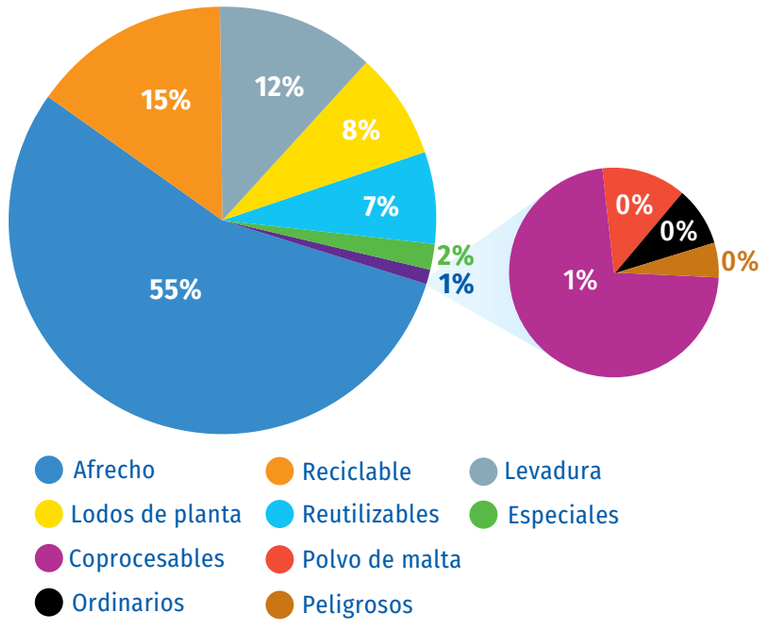
Los residuos generados en las instalaciones físicas se gestionan a través de **gestores autorizados** de residuos.

Resultados de la valorización de residuos en las operaciones de FIFCO

En 2024 en las operaciones de FDIS, se refleja un aumento en la generación de los subproductos (afrecho, levadura y polvo de malta), debido a la correlación directa con el aumento en producción para planta Cerveza, manteniéndose como el mayor porcentaje en la distribución general de clasificación por tipo de residuo.

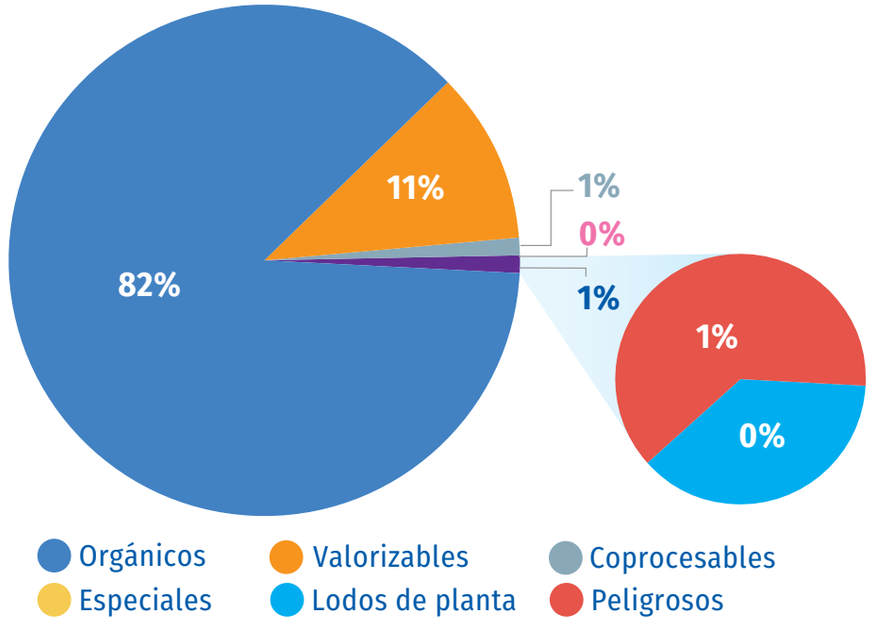
Se promueve la cultura de separación de los residuos desde el origen según su fuente y destino, lo que contribuye a capturar mayor porcentaje de residuos valorizables y reusados, que en este año en particular aumentó la cantidad de estos últimos contribuyendo a la búsqueda de soluciones que tengan un mayor valor en la escala de valorización.
La salida de residuos especiales se ve reducida en 2024 debido a una baja registrada en la cantidad de equipo frío que tuvo salida durante este año, acompañada de cambios a bombillas LED en los equipos de rotulación.

Gestión de residuos Bebidas y Alimentos en Costa Rica (FDIS) 2024



	Ton 2023	Ton 2024
FDIS	36.210,9	42.663,6

Gestión de residuos FIFCO Retail 2024



	Ton 2023	Ton 2024
FIFCO Retail	787,9	1.351

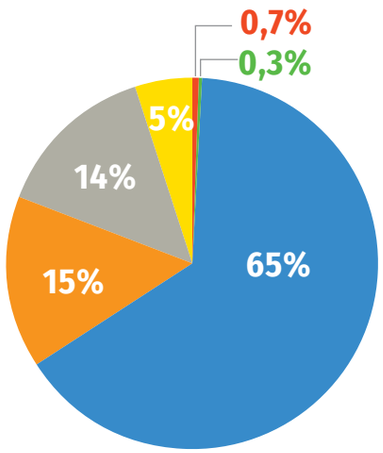
Por su parte la gestión de residuos ordinarios está sujeta a un proceso de auditoría para mantener la certificación cero residuos al relleno sanitario, la cual se detalla más adelante.

En el negocio Retail, durante el 2024 el aumento en el proceso productivo generó a su vez un incremento de la cantidad de residuos orgánicos que son recuperados para consumo animal.

También por la dinámica de ejecución de proyectos de mantenimiento y ampliación de las instalaciones, los residuos peligrosos y los residuos especiales representaron un aumento del **72%** en estas líneas de residuos, sin embargo, cabe resaltar que en ambos casos se cuenta con gestores autorizados para garantizar una correcta disposición final.

Gestión de residuos Hospitalidad

Gestión de residuos
FIFCO Hospitalidad 2024



	Ton 2023	Ton 2024
FIFCO Hospitalidad	1.419,3	1.520,9

Programas internos destacados
FIFCO Hospitalidad

Tomá un balde

Continúa el proyecto **"Tomá un balde"** como parte de un programa de concientización ambiental implementado en Reserva Conchal en conjunto con Imperial y Tropical. Consiste en colocar baldes a la salida de la playa para incentivar a los visitantes del lugar a recolectar con estos recipientes los residuos que se puedan encontrar en la playa.

ECOLECTA

Ecolecta nace al identificar la necesidad de concientizar a la comunidad de Brasilito sobre la importancia de separar los residuos y garantizar que estos se dispongan de manera adecuada.

El proyecto es una campaña de recolección de residuos valorizables, en 2024 se amplió a la comunidad de Huacas.

- Se realiza con el apoyo de las Asociaciones de Desarrollo Integral tanto de Playa Brasilito como de Huacas.
- La campaña para playa Brasilito se mantiene todos los últimos viernes de cada mes y viernes cada 15 días en la comunidad de Huacas.
- Para el 2024 este proyecto recolectó en ambas comunidades un total de **7,2** toneladas de residuos valorizables y **1,3** toneladas de residuos no valorizables.
- En conjunto Elegí Ayudar, se reciben voluntarios de la empresa para apoyar en cada campaña. También, se incentiva a los visitantes de la playa a que recolecten sus residuos y los dispongan adecuadamente.

En conjunto con el proyecto de voluntariado **Elegí Ayudar** se reciben voluntarios de la empresa para apoyar en Ecolecta. También, se incentiva a los visitantes de la playa a que recolecten sus residuos y los dispongan adecuadamente. Para el próximo año se espera replicar esta iniciativa en otras comunidades.

Desde finales de 2023 se han realizado esfuerzos en la valorización de los residuos para lograr el galardón Zero Waste to Landfill En 2024 se incluye una nueva línea de separación de residuos, donde se depositan los plásticos del 3 al 7 para que vayan a una corriente de valorización y desviarlos del relleno sanitario. Así mismo, se logró un contrato con un nuevo gestor que recupera los residuos de lozas que anteriormente no se valorizaban, generando una reducción de **48%** en la categoría de residuos ordinarios.

Desde finales de 2023 se han realizado esfuerzos en la valorización de los residuos para lograr el galardón **Zero Waste to Landfill**.



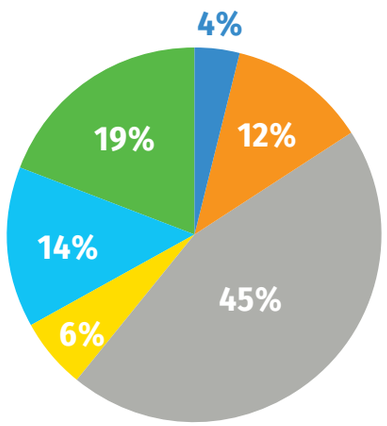
Gestión de residuos FIFCO CAM

En FIFCO CAM se continúa la búsqueda de ampliar y mejorar la corriente de valorización de residuos con el fin de que la menor cantidad de estos llegue al relleno sanitario.

Se incrementó en un **265%** el envío de residuos para alimentación animal aprovechando las propiedades nutricionales y un crecimiento del **24%** en el reciclaje de los lodos extraídos de la PTAR, los cuales son enviados a tratamiento para ser convertidos en abono orgánico este incremento es necesario para mantener el sistema de tratamiento y asegurar una adecuada operación.

El programa de manejo de residuos implementado asegura que la operación está lista para nuevas regulaciones que entrarán en vigor en 2025.

Gestión de residuos
FIFCO CAM 2023

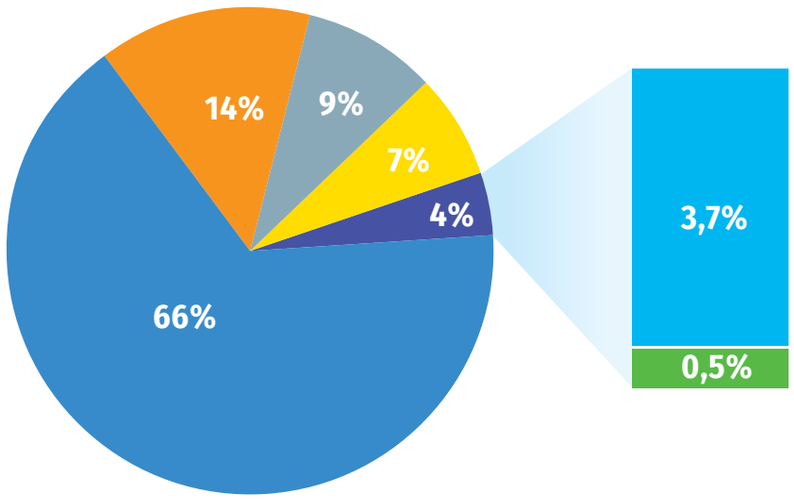


	Ton 2023	Ton 2024
FIFCO CAM	1.347,1	1.476,8



Destino de los residuos al finalizar su ciclo de uso en las instalaciones

Tipo de manejo I Todas las unidades 2024



4. Cero Residuos

La certificación **“Zero Waste To Landfill”** otorgada por Carbon Trust se mantiene para Distribuidora La Florida y FIFCO Retail.

Esto asegura -por medio de una verificación de tercera parte-, los esfuerzos realizados para reducir el impacto asociado a la huella de residuos en las operaciones de bebidas y alimentos en Costa Rica. En 2024 se inició la gestión para que la unidad de Hospitalidad sea incluida dentro del cálculo para los próximos años.

El resultado de la verificación realizada en 2024 y su correspondiente certificado, se entregará a FIFCO durante el primer semestre de 2025.

En el caso de Planta Retail, desde el 2018 se mantienen sin reportar envíos de residuos al relleno sanitario, con lo que se tiene un proceso real de Cero Residuos. Esto se logra por medio de la correcta separación desde la fuente basada en la toma de conciencia de parte de todas las personas colaboradoras y procesos productivos. También, Planta Retail hizo una inversión económica para la recolección y tratamiento de residuos de tipo coprocesables, lo que ayuda a convertir residuos no valorizables en materiales aprovechables, por ejemplo, la alianza con proveedores estratégicos como **Geocycle**, quienes utilizan estos residuos como combustibles para los hornos cementeros.

Los indicadores son un reflejo de los esfuerzos que se han realizado para garantizar un adecuado manejo de residuos. La compañía se mantiene mejorando e innovando en los procesos productivos, sensibilizando al personal e identificando alternativas adicionales que generen menores impactos.

Las operaciones de Distribuidora La Florida presentan una valorización del 99,82% de sus residuos.

Gracias a este esfuerzo se cuenta con la certificación **Zero Waste To Landfill**, la cual se obtiene al garantizar que menos de un **1%** de residuos sean dirigidos al relleno sanitario. Esta certificación además califica la trazabilidad real de cada tipo de residuo, desde su origen hasta su disposición final por medio de gestores autorizados.

Histórico de generación de residuos ordinarios enviados a Relleno Sanitario
Operaciones de bebidas y alimentos

	kg de residuos/Hl					kg/Ton	Kg Totales
Año	Planta CCR	Planta Refrescos	Otros CR	FIFCO CAM	FIFCO USA	RETAIL	Hospitalidad
2013	0,03297	0,00495	0,04449	0,86		N/D	240.492,00
2014	0,01914	0,00224	0,03977	0,70		1,10	228.145,00
2015	0,01008	0,00205	0,02900	0,46		0,40	232.073,00
2016	0,00150	0,00130	0,02007	0,64		0,38	268.962,00
2017	0,00097	0,00134	0,01358	0,29		0,02	190.437,80
2018	0,00128	0,00102	0,00863	0,23		0,00	178.113,00
2019	0,00247	0,00088	0,00604	0,12		0,00	227.366,18
2020	0,00128	0,00063	0,00599	0,14		0,00	198.041,50
2021	0,00131	0,00061	0,00516	0,14	0,16	0,00	150.010,00
2022	0,00050	0,00065	0,00202	0,12	0,15	0,00	207.734,50
2023	0,00062	0,00074	0,00747	0,10	0,33	0,00	148.460,00
2024	0,00221	0,00119	0,01372	0,08	0,49	0,00	77.752,50

Estrategia Climática

El cambio climático es una de las mayores amenazas globales actuales, con la temperatura media mundial alcanzando niveles récord en 2024, superando en **1,46°**C los niveles preindustriales.

Este fenómeno intensifica eventos climáticos extremos como olas de calor, sequías e inundaciones, afectando gravemente a las comunidades y ecosistemas. La crisis climática intensifica problemas como la escasez de agua, la inseguridad alimentaria y la pérdida de biodiversidad. La urgencia de tomar medidas concretas y coordinadas a nivel global es crucial.

Por esta razón, en FIFCO se ha priorizado una ruta de operación denominada Estrategia de **Acción Climática,** que aborda desde una perspectiva de gestión de riesgos los 3 componentes claves de la gestión climática: **mitigación, adaptación y la gestión de daños y pérdidas** ante los impactos asociados al cambio climático. Esta agenda la lidera la Gerencia Corporativa de Salud, Seguridad y Ambiente y la Gerencia Corporativa de Riesgo.

Desde la adopción del modelo de triple utilidad y bajo la sombrilla del marco ESG, FIFCO ha venido trabajando en la mitigación de las emisiones generadas por su operación. Este compromiso le ha permitido alcanzar el estatus de carbono positivo en los negocios de bebidas en Costa Rica, la cadena de abastecimiento directa del negocio de Retail, así como en las operaciones hoteleras del negocio de hospitalidad. A partir del 2022 se tomó la decisión de integrar dentro de la Estrategia de Acción Climática los elementos de adaptación y acción ante daños y pérdidas para contemplar una gestión integral ante el cambio climático. A partir de este enfoque se derivan los planes, programas y proyectos enfocados a alcanzar una operación resiliente y climáticamente inteligente requerida para la continuidad de las operaciones de FIFCO.



Mitigación

Proyectos prioritarios

- Sustitución de bunker.
- Eficiencia energética.
- Movilidad eléctrica.

Adaptación

Proyectos prioritarios a través de toda la cadena de valor

- Programa de Prácticas Agrícolas Sostenibles.
- Proyecto de continuidad de la cadena de abastecimiento ante crisis climática.
- Proyecto de Gestión de riesgo en cadena de abastecimiento.

Gestión de pérdidas y daños

Proyectos prioritarios

- Inversión en infraestructura climática
- Reparación de infraestructura dañada por embate climático

Estándares internacionales de divulgación sobre clima

Iniciativa de Objetivos Basados en Ciencia (SBTi)

Para contrarrestar el avance del cambio climático, a través del Acuerdo de París de 2015, los gobiernos del mundo se comprometieron a limitar el aumento de la temperatura global por debajo de **2°C** por encima de los niveles preindustriales y a continuar con los esfuerzos para limitar el calentamiento a **1,5 °C**.

Para lograrlo, las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) deben reducirse a la mitad para 2030 y llegar a cero emisiones netas para 2050.

Como método para mantener la responsabilidad y el cumplimiento social de esta meta, a nivel internacional se creó la iniciativa **Objetivos Basados en Ciencia-SBTi** (Science Based Targets Initiative, por sus siglas en inglés), donde entidades de todos los sectores tienen la opción de comprometerse públicamente a reducir sus emisiones para contribuir con la reducción de GEI.

Los SBTi le muestran a las empresas e instituciones financieras cuánto y con qué rapidez deben descarbonizarse para contribuir con la meta global. El sector productivo juega un papel vital para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y construir una economía resiliente y libre de emisiones.

FIFCO fue la primera empresa privada de Costa Rica que se comprometió con SBTi y como empresa pionera en iniciativas ambientales, espera servir de inspiración a sus pares, proveedores y clientes, motivándolos a seguir el ejemplo e impulsando a los gobiernos a tomar medidas más audaces.

Durante el 2024 FIFCO realizó por doceavo año consecutivo la medición de su huella de carbono bajo el estándar ISO:14064, sin embargo, como parte de los avances hacia el cumplimiento de los requisitos de SBTi, se han ido homologando las mediciones realizadas con el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (GHG Protocol). Como parte de los próximos pasos, se deben establecer las metas de reducción relacionadas con el clima, así como el alcance hacia las unidades de negocio que estarían involucrando.

Divulgaciones financieras relacionadas con el clima

En línea con las actualizaciones y tendencias mundiales, FIFCO realiza una adopción adelantada y voluntaria de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) S1 y S2, obligatorio para las entidades financieras y contables de Costa Rica hasta el reporte del año 2026. El objetivo principal de estas normas internacionales es brindar un marco normativo de estándares globales de divulgación, para que las empresas midan y divulguen los riesgos financieros asociados al impacto de la sostenibilidad y cambio climático en sus operaciones, de manera directa e indirecta.

FIFCO inició la labor de identificación de los riesgos y oportunidades relacionados con el clima, para mitigar sus impactos a las operaciones. La adopción de la norma financiera relacionada con el clima NIIF S2 y sus recomendaciones, refuerzan el compromiso que tiene la compañía para acelerar los esfuerzos de una transición efectiva hacia un futuro bajo en carbono y una divulgación clara y consistente hacia nuestras partes interesadas.

Los **SBTi** le muestran a las empresas e instituciones financieras cuánto y con qué rapidez deben descarbonizarse. para contribuir con la meta global.

FIFCO fue la primera empresa privada de Costa Rica que se comprometió con **SBTi.**

Dentro del componente de mitigación, se expondrá algunos de los requisitos generales solicitados por el apartado de Métricas y Objetivos que solicita la norma NIIF S2, mientras que el componente de adaptación abordará algunos de los requisitos del apartado de Gestión de Riesgos de la misma norma.

Mitigación

FIFCO establece su estrategia de **Carbono Positivo** en función de la cuantificación de emisiones de Gases de Efecto Invernadero asociadas a su operación.

Dentro de los componentes más relevantes para la verificación de la huella de carbono organizacional, corresponden al consumo de energía térmica (procesos térmicos en la elaboración de bebidas y transporte) consumo de energía eléctrica, y el consumo de gases refrigerantes generados en nuestras operaciones.

Esta estrategia se sustenta en **4 fases** para la gestión de sus huellas ambientales, las cuales se ejecutan según el nivel de madurez de cada operación para el período de reporte.

Fases: Carbono positivo



Energía eléctrica

La matriz energética de los países donde se opera juega un papel predominante al establecer los factores de emisión que impactarán de manera directa en el cálculo del inventario anual de emisiones.

- **FIFCO Costa Rica**

  Matriz energética basada en **91,3%** en energía renovable.

- **Guatemala**

  La matriz energética local cuenta con un **100%** en energía renovable, distribuido en un **55%** de energía de fuente hídrica y un **45 %** de biomasa.

- **FIFCO USA**

  La matriz energética se ve favorecida por ubicarse en Rochester, New York, región eléctrica de los Estados Unidos con mayor generación de energía eléctrica proveniente de fuentes renovables y por ende el menor factor de emisión de todo el país con **0,12 kg** CO_2/kwH.

Energía renovable en la matriz energética

COSTA RICA	91,3%
GUATEMALA	100%

Medición, Control y Reducción

En cuanto al consumo de energía eléctrica en todas las operaciones, se mantiene un proceso de medición y control, a través de proceso internos. Esto permite dar seguimiento y visibilidad de las áreas de oportunidad para plantear acciones de reducción, así como evidenciar los resultados de los procesos de mejora que se realicen en las diversas instalaciones.

Tanto Planta Cerveza como Planta Refrescos reflejan una disminución en el consumo absoluto de electricidad, así como en el indicador de consumo eléctrico gracias a múltiples gestiones en los procesos enfocados en eficiencias operativas en cada una de las plantas (las reducciones son incluso por debajo del indicador de 2022).
Para lograr estas reducciones no se realizaron inversiones de capital ni iniciativas de eficiencia mediante gasto operativo.

En las demás instalaciones en Costa Rica el aumento del consumo y del indicador se relaciona principalmente en los Centros de Distribución rurales como resultado de un mayor volumen de producto en distribución, lo que trae como resultado mayor cantidad de eventos realizados y servicios logísticos. También se incorpora el cambio a carretillas eléctricas en todos los centros de distribución y la incorporación algunos consumos no contemplados en el cálculo del año anterior.

En cuanto a Planta Retail se disminuyó un **15%** en el indicador de consumo eléctrico, pasando de **487,4** a **415,93 KWH/Ton**, gracias al cambio de tecnología de los equipos de enfriamiento en Planta Retail.

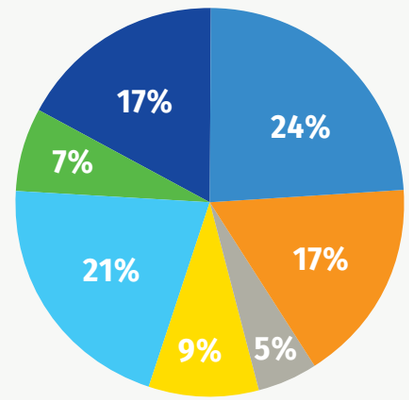
Consumo de energía eléctrica en las operaciones

	Consumo de electricidad KWH			Indicador de consumo		
Instalación	**2023**	**2024**	**Reducción (KWH)**	**2023**	**2024**	**Unidad**
Planta Cerveza	26.555.422	25.756.614	798.808	11,26	10,56	KWH/Hl producido
Planta Refrescos	18.564.012	18.172.191	391.821	8,71	7,60	
Otros CR	4.581.525	5.176.249	-594.724	0,94	1,04	
SubTOTAL CR	49.700.959	49.105.054	595.905	6,97	6,40	
FIFCO CAM	9.388.397	9.788.910	-400.513	8,30	8,35	
TOTAL FEB	59.089.356	58.893.964	195.392	6,97	7,38	
FIFCO USA	19.597.757	21.729.057	-2.131.300	11,35	12,51	
Retail	7.122.434	7.331.637	-209.203	487,40	415,93	KWH/Ton vendida
Hospitalidad	17.045.169	17.872.851,42	-827.682	N/A	N/A	KWH total

Por su parte en Hospitalidad, el aumento en el consumo eléctrico se asocia con un aumento en la ocupación de los hoteles, la cual fue de un **2%** más en comparación con el 2023. Sin embargo, durante el año se estuvieron realizando acciones y aplicando controles operacionales asociados a la reducción del consumo.

En el caso de FIFCO CAM, se refleja un leve incremento en el indicador debido al mix de producción (relación de producción de bebidas vs alimentos) del 2024 por un decrecimiento de la categoría bebidas y una mayor producción de alimentos (la cual requiere de mayor consumo eléctrico). Durante el año se ejecutaron los proyectos para la ampliación de la capacidad instalada en la planta, enfocada en nuevos equipos de llenado y pasteurización, estos iniciarán operación al 100% durante el 2025 y el reflejo de la eficiencia se observará en 2026.

Consumo de energía 2024 (GJ)



Programas enfocados en la reducción del consumo de energía eléctrica | 2024

Descripción de la iniciativa de reducción 2024	Unidad de Negocio	Cantidad estimada de reducción (GJ)	Tipo de energía	Explicación del método para calcular la reducción
Sustitución de luminarias regulares, por luminarias de menor consumo.	Hospitalidad	9.996 kW/h	Energía Eléctrica	Se estima considerando la cantidad de luminarias a sustituir, se define su consumo en watts bajo un supuesto de horas de uso. Se calcula el consumo en kW/h de las luminarias vs las nuevas LED, y la diferencia es la cantidad de kW ahorrados.
Sustitución de 70 “minibares” colocados en habitaciones, por unos de menor consumo.	Hospitalidad	27.594 kW/h	Energía Eléctrica	Se sustituyeron 70 “minibares”, el cálculo se estima según los datos emitidos por la ficha técnica de los equipos, comparando el consumo de los minibares antiguos, vs las nuevas unidades instaladas.
Cambio de compresor de amoniaco A65 por compresor nuevo con variador de frecuencia. Implementación de sistema de tecnología de termosifón para los compresores de amoniaco para mejorar el indicador de desempeño energético USE 1 (50001) e indicador de consumo energético 14001.	Retail	730,96 GJ	Energía Eléctrica	Se verificó la reducción con el indicador del USE, se revisarán los datos de los consumos de energía mensuales, comparando el dato esperado vs el real. Se obtuvo un ahorro aproximado del 3% de los kW/h, haciendo la operación más eficiente.
Cambio de manteca líquida a aceite para eliminar el consumo de GLP para su calentamiento.	Retail	36 GJ	Energía Eléctrica	Por medio del gasómetro principal y los otros instalados, hay un consumo anual de 483,6 m^3 (1894 L) que representa el consumo de manteca, comedor, línea 12 y freidora. La manteca representa el 1/4 de los 483,6 m^3 (1894 L), que es 120,90 m3 (473 L). Comparando el consumo total de gas GLP de manufactura del año 2023 vs 2024, se calcula una reducción de 36 GJ.
Se actualizó el diagrama unifilar de consumos energéticos para la identificación de altos consumidores y plantear proyectos de sustitución o mejora de equipos.	FIFCO CAM	N/A	Energía Eléctrica	Uso de diagrama unifilar.

Durante el 2024, el área de manufactura de Planta Retail es la única instalación de FIFCO que cuenta con la certificación ISO 50001 (Sistema de gestión de la energía). La recertificación de esta norma fue posible por diferentes iniciativas de gestión y proyectos de inversión realizados durante el 2024, como el cambio de la tecnología de equipos de enfriamiento y mantenimiento preventivos en la línea más importante de la planta, obteniendo un consumo de energía más eficiente y reducción de impactos al ambiente.

Energía térmica

Medición, Control y Reducción

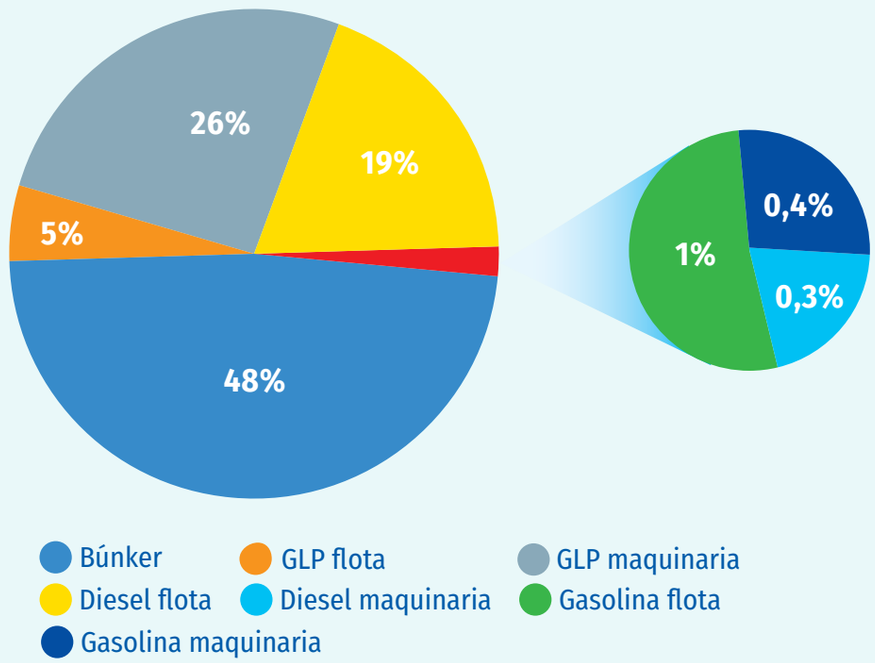
En todas las operaciones de FIFCO, se realiza el proceso de medición del consumo de energía térmica de todas las fuentes identificadas. Se pueden dividir de la siguiente forma:

- **Búnker** para la generación de vapor necesario para los procesos térmicos de fabricación de alimentos y bebidas.
- **Diésel** para trasporte de la flota y maquinaria para labores menores (plantas de emergencia, equipos menores).
- **GLP** usado en maquinaria (tal como cocinas y calentadores) y para la operación de montacargas.
- **Gasolina** para flota de transporte y algunos equipos, principalmente bombas.
- **Energía solar** para iluminación.

Desglose de consumo del período por fuente

Las principales fuentes son el búnker, seguido por el GLP de maquinaria y el diésel de la flotilla, dado por un mayor peso especialmente en el uso de calderas y el área de distribución de productos en Costa Rica.

Consumo de combustibles 2024
(GJ)



Consumo de energía por instalación
Energía térmica

Año	MJ/Hl					MJ/Ton	MJ/pd
	Planta CCR	Planta Refrescos	Otros CR	FIFCO CAM	FIFCO USA	RETAIL	Hospitalidad
2022	88,24	38,82	39,69	106,15	83	45,11	36,69
2023	79,88	38,37	31,83	105,93	109,31	36,68	35,56
2024	73,97	41,05	35,00	109,51	114,90	29,34	32,09

Consumo por instalación

Los indicadores de consumo de energía térmica se representan por, hl en caso de bebidas, toneladas en el caso de Retail y persona por día en el caso de Hospitalidad.

En Planta Cerveza se cambió la red de tuberías internas de vapor como respuesta a un proyecto de reingeniería, esto contribuyó a la reducción en el consumo de vapor gracias a la eliminación de pérdidas por fugas, pérdida de calor por bajo aislamiento, lo que se ve reflejado en la disminución en el indicador de energía térmica.

Planta Refrescos, está iniciando con el diagnóstico de las condiciones de la red de tuberías para identificar posibles fugas de vapor y pérdida de calor por aislamiento que estén contribuyendo al alza del indicador en 2024.

Para el indicador en las demás instalaciones de FDIS donde se ubican los Centros de Distribución de producto, hubo un incremento en el volumen de venta, impactando la cantidad de viajes realizados y los litros de combustible, generando así un aumento en el indicador.

En la Planta Retail hubo una reducción del **20%** en el indicador de consumo térmico en comparación con el 2023, esto gracias a un proyecto de cambio de materia prima. Anteriormente eran necesarios altos consumos de gas LP para el calentamiento de materia prima y pasarla de estado sólido a líquido, por lo que se realizó un cambio en el proceso productivo y se optó por la compra directa de la materia prima en estado líquido, esto disminuyó el uso de vapor.

En la unidad de Hospitalidad se continúa con una reducción en el consumo de combustibles, esto se debe a la transición eléctrica de vehículos y al mantenimiento de distintos equipos y a la implementación de acciones asociadas a una mayor eficiencia en distintos procesos que utilizan Gas LP en el servicio de los hoteles principalmente.

Se refleja también una disminución por tercer año consecutivo en el consumo de combustible utilizado en el traslado de colaboradores, la principal razón a la que se atribuye esta reducción fue a la unificación del servicio de transporte con un mismo proveedor.

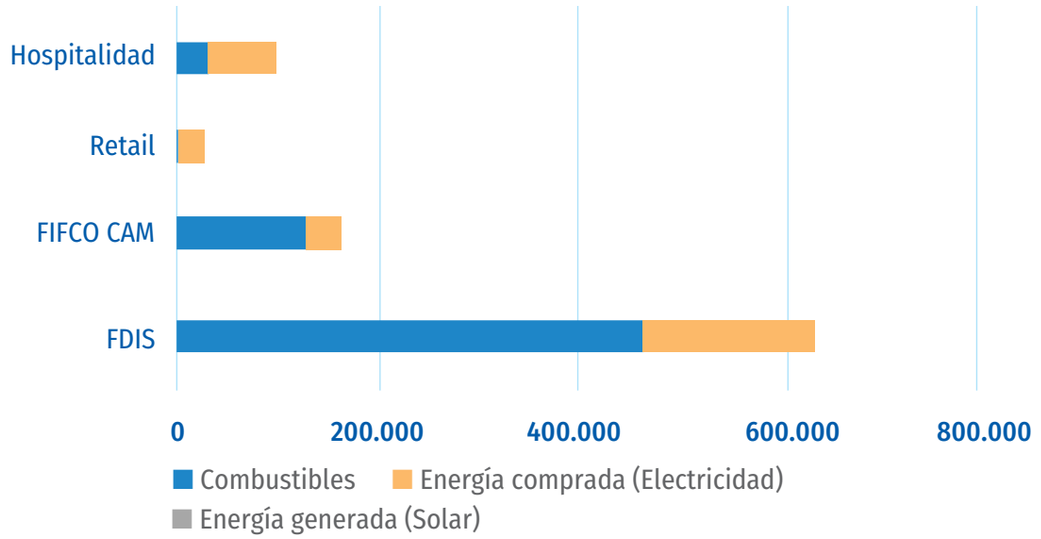
En el caso de las operaciones de FIFCO CAM el aumento en el indicador se debe a la instalación y puesta en marcha de la nueva línea de frijol con empaque flexible. Este tipo de producto requiere pasar por un proceso térmico que logre una pasteurización adecuada, garantizando así la inocuidad de los alimentos, el pasteurizador se alimenta de vapor el cual es generado por Gas LP como combustible.

Con respecto al consumo de energía total de las operaciones de FIFCO de bebidas y alimentos en Centroamérica, para el período de este reporte, hay una disminución en el indicador de intensidad total (térmica y eléctrica) promedio, pasando de **0,66** a **0,58** GJ / unidad producida, debido a la eficiencia mostrada de manera general en las unidades de negocio.

Consumo total de energía térmica y eléctrica
(GJ)

Año/UN	FDIS	FIFCO CAM	RETAIL	Promedio
2023	0,05	0,14	1,79	0,66
2024	0,07	0,14	1,53	0,58

Desglose de consumo de energía 2024
(GJ)



Emisiones de gases de efecto invernadero

Medición, reducción y neutralidad

FIFCO mantiene su compromiso para garantizar que varias de sus operaciones conserven el estatus de Carbono Positivo. Esto para Distribuidora La Florida, FIFCO Hospitalidad y FIFCO Retail en Costa Rica. No sólo se mide y reduce la huella, sino que se compensa y supera el nivel de neutralidad en más de un 20%, con el fin de generar un balance positivo.

Durante el 2024 las unidades de negocio de Distribuidora La Florida, FIFCO Retail manufactura y Hospitalidad con los Hoteles Westin y W, alcanzaron el estatus de Carbono Neutral Plus, del Programa País de Carbono Neutralidad 2.0 del Gobierno de Costa Rica, como resultado del cálculo de huella de carbono organizacional correspondiente al periodo de cálculo 2023. Los cuales concluyeron con éxito el proceso de verificación de tercera parte.

Las normas de referencia utilizadas para el cumplimiento de la verificación por tercera parte son INTE ISO 14064-1:2019 y la norma B5:2021, además se incluyen los lineamientos en el marco del Programa País de Carbono Neutralidad 2.0 para las unidades de negocio en Costa Rica.

Huella de Carbono
Según Unidad de Negocio

Retail
C= DESDE 2017
C+ DESDE 2017

Huella 2024 | 1.235 ton CO_2e

Compensación
FONAFIFO, Unidades Costarricenses de Compensación +.

Distribuidora La Florida
C+ DESDE 2017

Huella 2024 | 56,736.01 ton CO_2e

Compensación
Por medio de Certificado de Reducción de Emisiones (CER´s)

FIFCO Hospitalidad
C= DESDE 2015
C+ DESDE 2017

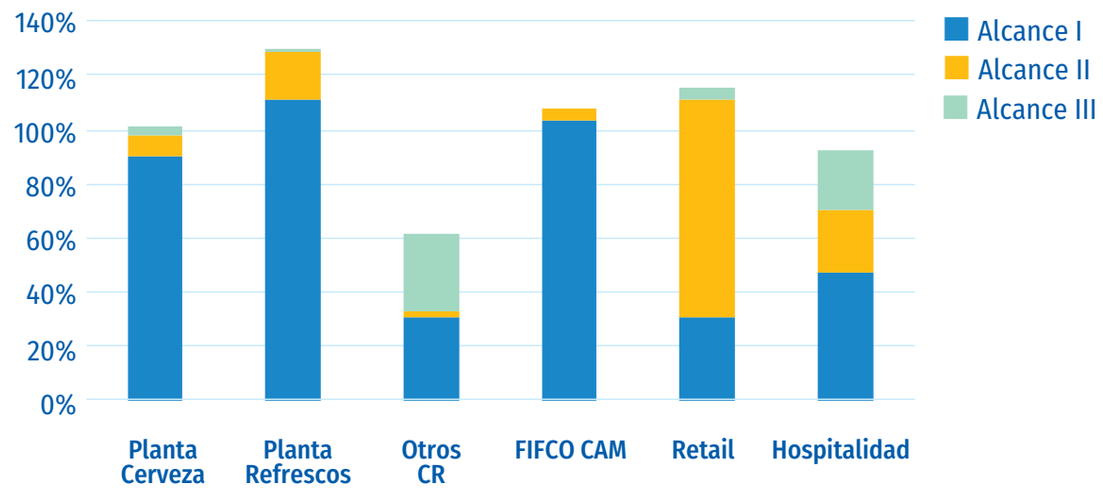
Huella 2024 | 3.841 ton CO_2e

Compensación
FONAFIFO, Unidades Costarricenses de Compensación + Sumidero Propio.

Alcance por unidad de negocio

Distribuidora La Florida	FIFCO Retail	FIFCO Hospitalidad	FIFCO Centroamérica + FIFCO USA
Alcance Ingreso de materias primas, manufactura y distribución (plantas de manufactura y demás instalaciones físicas bajo control operativo).	**Alcance** Operaciones de manufactura y 1 puntos de venta (MUSI Sabana Estadio).	**Alcance** Operaciones de Hotel Westin, Hotel W, club de playa y campo de golf.	**Alcance** Ingreso de materias primas a bodegas y manufactura.
Nivel logrado Carbono +	**Nivel logrado** Carbono +	**Nivel logrado** Carbono +	**Nivel logrado** Inventario para alcance 1 y 2 en FIFCO CAM y para FUSA cálculo de principales emisiones.

Emisiones de CO_2 por alcance 2024



Emisiones generadas por tipo de alcance e instalación | 2024

	Emisiones absolutas (ton CO_{2e})												Intensidad CO_2e/Hl	
	Alcance I			Alcance II			Alcance III			TOTAL Ton CO_2e				
Instalación	**2023**	**2024**	**Reducción 2022 vs 2023**	**2023**	**2024**	**Reducción 2022 vs 2023**	**2023**	**2024**	**Reducción 2022 vs 2023**	**2023**	**2024**	**Reducción 2023 vs 2024**	**2023**	**2024**
Planta CCR	21.780,32	23.798,59	-2.018,27	1.418,06	2.264,01	-845,95	350,89	850,17	-499,28	23.549,27	26.912,77	-3.363,50	0,0100	0,0110
Planta Refrescos	8.742,07	10.788,55	-2.046,48	991,32	1.607,07	-615,75	118,48	99,36	19,12	9.851,87	12.494,98	-2.643,11	0,0046	0,0052
Otros CR	7.782,82	8.695,85	-913,03	243,84	454,99	-211,15	7.566,30	8.177,42	-611,12	15.592,96	17.328,26	-1.735,30	0,0032	0,0035
SUB TOTAL CR	38.305,21	43.282,99	-4.977,78	2.653,22	4.326,07	-1.672,85	8.035,67	9.126,95	-1.091,28	48.994,10	56.736,01	-7.741,91	0,0052	0,0058
FIFCO CAM	7.565,62	8.102,98	-537,36	243,84	300,69	-56,85	ND	ND	0,00	7.809,46	8.403,67	-594,21	0,00690	0,00717
FIFCO USA	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND
Retail	340,86	242,33	98,53	626,06	644,45	-18,39	37,24	34,27	2,97	1.004,16	921,05	83,11	0,07	0,05
Hospitalidad	2.353,57	2.187,00	166,57	611,86	624	-12,14	1.119,09	1.030,00	89,09	4.084,52	3.841,00	243,52	N/A	N/A

Emisiones asociadas a Distribuidora La Florida por tipo de alcance

Alcance 1

Dentro de las fuentes de emisión más significativas está una diferencia en el aumento de **6%** en el consumo de diésel y un **3%** en el consumo de gasolina debido a una mayor cantidad de kilómetros recorridos por las unidades y por ende, en los litros consumidos con respecto al año anterior.

El aumento también obedece al incremento del GLP con un **6%** más, como consecuencia del alquiler de montacargas adicionales en temporada alta; los refrigerantes producto del mantenimiento de equipo frío también representan un mayor consumo, aportando un **48%** más que el 2023, sin embargo, hay una variación en el cambio de los potenciales de calentamiento global que afectan este cálculo. Y el aumento en emisiones asociadas a plantas de tratamiento, corresponde al incremento en el consumo de agua de entrada en los procesos productivos.

El consumo de combustible de vehículos rentados refleja una disminución gracias a una optimización de cargas y rutas de entrega, al igual que en el caso de los lubricantes que presentan una disminución en **14%**.

Alcance 2

Distribuidora la Florida presenta un aumento de **86%** en el total de emisiones producto de la compra de energía eléctrica para sus operaciones, según se explica en el apartado de consumo de energía eléctrica (ver página 141), este consumo está directamente relacionado al incremento reportado en los centros de distribución rural, además que al igual que en el caso de refrigerantes, el factor de emisión utilizado subió en un **65%** con respecto al año anterior.

Alcance 3

Se presenta una variación total de **7,6%** con respecto a 2023, las principales fuentes de emisión son consumo de diésel, gasolina, viajes al exterior y residuos. El aumento principalmente corresponde al consumo de transporte masivo de productos, dado que el volumen de venta de la compañía subió un **7,5%**. Por esta misma razón

se reporta un **12,18%** aumento en la categoría de residuos ordinarios, la cual se detalla en el capítulo FIFCO Circular (Ver página 127).

Para Hospitalidad como se ha venido detallando en los indicadores de energía térmica y energía eléctrica, la disminución en Alcance 1 corresponde a la reducción en el consumo de combustible fósil, el aumento en Alcance 2 es debido a la mayor utilización de energía eléctrica producto de una mayor ocupación y en cuanto a Alcance 3 se refleja una disminución por la unificación en el trasporte de colaboradores.

La Planta Retail presentó una disminución en el total de toneladas de CO_2e principalmente por una reducción en el consumo de electricidad, derivado de la ejecución del proyecto del cambio de tecnología del compresor de refrigeración. El cual provocó una eficiencia en la operación de la planta representada por 3% del consumo global en los últimos 3 meses del año 2024.

Por su parte, el aumento en Alcance 1 de FIFCO CAM se debe a la ampliación de la capacidad instalada, en el año 2024 se instalaron 2 autoclaves nuevas la cuales utilizaron vapor para generar el proceso térmico y un equipo adicional para la formulación de frijoles. En el caso de Alcance 2, según se detalló en el apartado de energía eléctrica el aumento se relaciona a la misma ampliación de capacidad y el consumo eléctrico asociado.

A pesar de que los indicadores presentan un aumento, se cuenta con la evidencia de que las unidades de negocio aplican e implementan acciones dirigidas a la reducción de emisiones durante el año.

Acciones dirigidas a la reducción de emisiones

Iniciativa de reducción 2024	CO_{2e} reducido (Ton CO_{2e})	Gases incluidos	Año base	Metodología	Unidad de Negocio
Cero recargas de CO_2 en los extintores.	0,08	CO_2	2017	Se pasa de recargar los extintores anualmente a hacerlo cada 5 años. La norma NFPA 10 lo permite cuando se les realiza la prueba hidrostática.	Hospitalidad
Sustitución de luminarias regulares, por luminarias de menor consumo.	0,8786	CO_2	2017	Se estima considerando la cantidad de luminarias a sustituir, se define su consumo en watts bajo un supuesto de horas de uso. Se calcula el consumo en kW/h de las luminarias vs las nuevas LED, y la diferencia es la cantidad de kW ahorrados.	Hospitalidad
Sustitución de 70 "minibares" colocados en habitaciones, por unos de menor consumo.	2.426	CO_2	2017	Se sustituyeron 70 "minibares", el cálculo se estima según los datos emitidos por la ficha técnica de los equipos, comparando el consumo de los minibares antiguos, vs las nuevas unidades instaladas.	Hospitalidad
Nueva tecnología de compresor del sistema de enfriamiento.	59.086	CO_2	2017	Cambio de compresor de amoniaco A65 por compresor nuevo con variador de frecuencia. La implementación de sistema de tecnología de termosifón para los compresores de amoniaco. Esto con el objetivo de mejorar el indicador de desempeño energético USE 1 (50001) y así disminuir la huella de carbono.	Planta Retail
Sustitución de un montacargas de GLP por uno eléctrico.	2,4	CO_2	2018	Se estima la reducción de emisiones de CO2 por ahorro en el consumo de combustibles, se contabilizan las emisiones producto del consumo de electricidad, las cuales se restan a las emisiones evitadas para obtener el dato neto de las emisiones reducidas. Ambas emisiones se obtienen al multiplicar el consumo en litros o kWh por el factor de emisión correspondiente a cada fuente de emisión.	FDIS
Sustitución de vehículos livianos de combustión por vehículos eléctricos.	2,22	CO_2	2018		FDIS
Sustitución de vehículos livianos y camiones de combustión por vehículos eléctricos.	2,31	CO_2	2018		FDIS

Proyectos clave para la reducción de emisiones

Conscientes de los retos y las acciones contundentes que debe tomar FIFCO en vías de lograr una reducción de sus emisiones absolutas, aunado el compromiso de los SBTis, se brinda una actualización de 2 proyectos que se están ejecutando con el objetivo clave de reducir emisiones:

Sustitución de búnker

El consumo de búnker en el negocio de bebidas en Costa Rica está destinado para la generación de vapor utilizado en los procesos térmicos, esta sigue siendo la principal fuente de emisión, según se observa en la descripción de energía térmica. Se están buscando nuevas tecnologías para la sustitución del consumo de búnker, específicamente fuentes de energía renovable o bajas en emisiones. Durante el 2024 se realizó una actualización del caso de negocio con variables macroeconómicas y financieras con el objetivo de tener un panorama más claro y detallado con respecto a la sustitución de la caldera de búnker, dado que los nuevos proyectos de ampliación en Planta de Cerveza generan una revisión de capacidades actuales con las que se presentó el proyecto en el 2023.

FIFCO está buscando financiamiento externo para cubrir las necesidades de inversión adicionales, considerando tanto la capacidad de transformación y las nuevas calderas eléctricas.

Movilidad eléctrica

Como parte de la estrategia de Acción Climática, en el 2021 se inició la planificación de transición hacia una flota eléctrica. Para todas las unidades que requieran ser renovadas, se realiza una evaluación integral de alternativas eléctricas para su sustitución. En el año 2022 se adquirieron los primeros **2** vehículos livianos 100% eléctricos, para 2023 ingresó la tercera unidad y en 2024 se incluyeron **2** camiones eléctricos de 6 ton para la operación de distribución, un vehículo de carga liviana, y **2** busetas utilitarias para el equipo de mantenimiento de equipo frío. Para un total de **6** vehículos de la operación y **2** camiones.

Adicional a la adquisición de la flota, se ha invertido en la instalación de **4** estaciones de carga semirápidas en las instalaciones de servicios comerciales ubicadas en Coyol, para un total de **12** estaciones en la empresa. Las cuales también han sido configuradas para uso y beneficio de las personas colaboradoras de FIFCO que cuenten con vehículo eléctrico; en 2024 más de **50** personas aprovecharon el beneficio.

La flota de montacargas también ha sido impactada, a finales de octubre de 2024 ingresaron **2** montacargas eléctricos más, para un total de 11 equipos en las bodegas de materiales y CEDI Oeste. Este año se dio inicio con la ejecución de un CAPEX para la instalación de al menos **10** estaciones de carga para montacargas más en el CEDI Oeste, se espera que las mismas entren en funcionamiento en el primer semestre del 2025.

Todas estas acciones se realizan con la intención de alcanzar la meta de sustituir al menos un 50% de los vehículos eléctricos para 2030.

La reducción de emisiones por vehículos eléctricos livianos es hasta de un **93%** en cada uno. Lo cual contribuye en el cumplimiento de las metas de reducción de carbono hacia 2030 como compañía.

Estas acciones se realizan con la intención de alcanzar la meta de sustituir al menos un **50%** de los vehículos eléctricos para 2030.

Compensación

La compensación para la huella de carbono de los negocios de FDIS y Retail calculada en 2024, pero emitida en 2023, se realizó a través del proyecto de la **Planta Geotermal Berlín**, ubicada en la Municipalidad de Usulután, en el cantón de Montenita, a 112 km de la ciudad de San Salvador.

Esta planta provee el **13,3%** de la electricidad en El Salvador, reduciendo el uso de hidrocarburos como fuente de energía. Estos créditos utilizados tienen un respaldo técnico y trazable que permite tener certeza e integridad de la información.

La compensación se logró con **54.840** CERs (Reducciones de Emisión Certificadas, por sus siglas en inglés) provenientes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático. Las normas de referencia utilizadas para la verificación por tercera parte son INTE ISO 14064 y la norma B5:2016. Además, la empresa se rige por los lineamientos del Programa País de Carbono Neutralidad 2.0 de Costa Rica.

Adaptación y gestión de daños y pérdidas

Gestión de riesgos asociados al cambio climático

Como parte de la Estrategia de Acción Climática se determinó la necesidad de realizar un estudio de riesgos climáticos en cada línea de negocio para procurar una actividad productiva resiliente a los impactos del cambio climático.

La metodología utilizada para la gestión de riesgos climáticos es la misma metodología para la gestión de riesgos operativos y de continuidad de negocio de FIFCO, la cual se explica en el apartado general de riesgos (ver página 223). Este proceso estuvo a cargo del trabajo conjunto de los departamentos de Salud, Seguridad y Ambiente (SHE) y el de Gerencia de Riesgos. Durante este año se desarrollaron y se dio seguimiento a los talleres participativos por áreas de negocio para la identificación y evaluación de los riesgos climáticos que les afectan, además se comprobó la efectividad de los controles establecidos el año anterior.



Criterios para evaluación

- Probabilidad
- Vulnerabilidad
- Impacto financiero
- Impacto regulatorio
- Impacto reputacional
- Impacto estratégico

Como parte del proceso de aprendizaje en la evaluación de riesgos climáticos, se identificó la necesidad de sumar una variable adicional en la evaluación de estos riesgos, por lo que se está adicionando el cálculo del 2024 la variable de vulnerabilidad, lo que generó una modificación en los riesgos resultantes en categoría altos y críticos con respecto al año anterior.

Como resultado se obtuvo que, los riesgos climáticos con severidad alta o crítica son los que se detallan en el gráfico “Principales riesgos climáticos”.

FIFCO aún no proporciona información cuantitativa asociada a los efectos financieros actuales de los riesgos identificados, debido a que se encuentra en una fase preliminar de identificación y evaluación de los riesgos. Durante esta etapa inicial, la empresa está centrada en comprender a fondo los posibles riesgos, sus fuentes y su naturaleza, lo cual es fundamental para poder determinar su impacto real en las operaciones y finanzas. Una vez completada esta fase de análisis y con una comprensión más clara del proceso, FIFCO realizará la cuantificación financiera adecuada, lo que permitirá establecer proyecciones más precisas sobre cómo estos riesgos podrían afectar su situación económica a corto, mediano y largo plazo.

Principales riesgos climáticos

Afectación de la operación por interrupción de la distribución de insumos y/o producto terminado por impactos asociados al cambio climático.

Para la adaptación a los impactos de los eventos climáticos extremos, se desarrolla un **Sistema de Alerta Temprana** que utiliza datos de sistemas de información geográfica, lo cual reduce la vulnerabilidad en la toma de decisiones en temas de distribución terrestre.

Atrasos en la operación por interrupción en el abasto local por parte de proveedores por impactos asociados al cambio climático.

La Compañía está implementando un **plan de abastecimiento** ante eventos climáticos y un **programa de gestión de riesgo** en cadena de abastecimiento.

El riesgo se monitorea de forma constante debido a las amenazas producto del cambio climático y eventos logísticos.

Atrasos en importaciones por eventos climáticos extremos internacionales

Para reducir la vulnerabilidad ante eventos climáticos globales, se continúa con el proyecto del **Plan de Abasto ante Crisis de Impacto Climático**, que aborda el componente de importación y exportación en la cadena de abasto. Además, se incluyen datos globales dentro del Sistema de Alerta Temprana para una toma de decisiones informada.

Principales avances del tema

- Se agregó a la metodología de riesgos climáticos los criterios de vulnerabilidad y oportunidad y a su vez se completaron los resultados obtenidos del 2023 con estas variables.
- Seguimiento a las acciones acordadas durante el 2023 en cada uno de los negocios.
- Se establecieron controles y se evaluó su efectividad para calcular el riesgo inherente.
- Se identificó la necesidad de tener un **Sistema de Alerta Temprana** y se realizaron talleres para la obtención de información geográfica. Esta iniciativa se realiza en colaboración con la Comisión Nacional de Emergencias.

Dentro del componente de adaptación durante el 2024, se dio continuidad al desarrollo de las 3 iniciativas que lo integran, agricultura sostenible, abasto ante crisis de impacto climático y gestión de riesgo en la cadena de suministro:

A través de los años, FIFCO ha fortalecido su cadena de abasto por medio de mejoras en los procesos de negociación y acuerdos comerciales, optimización de rutas logísticas, aumento de la calidad de los productos y servicios entre otros, todo esto bajo un marco de desempeño en sostenibilidad de acuerdo con el programa de compras sostenibles.

El mantener una cadena de abasto sostenible y continua, implica, además de un gran esfuerzo de coordinación e integración entre los actores involucrados, es necesario considerar las incertidumbres que representan los riesgos asociados a las interrupciones que puedan ocurrir.

Uno de los riesgos potenciales más relevantes para la continuidad del abasto, es el impacto causado por el cambio climático a través de los distintos eslabones de la cadena.

Es por esta razón, que se desarrollaron tres proyectos direccionados a acciones de adaptación ante los impactos de esta problemática:

- **Plan de abasto ante crisis de impacto climático**

Tiene como objetivo el reducir la vulnerabilidad climática de los proveedores más importantes de FIFCO y así asegurar la continuidad de la cadena de suministro. En el 2023, se concretó la metodología para la determinación del nivel de vulnerabilidad climática basándose en los criterios de: tipo de materia prima, localización de materia prima, tipo de transporte, dependencia al agua, acondicionamiento por clima y ruta de distribución. Durante el 2024 se aplicó la metodología creada y se obtuvo la lista de los proveedores con vulnerabilidad climática crítica. Además, se inició la creación de planes de acción para cada uno. Para este 2025, se espera tener mapeadas las acciones de adaptación para cada uno.

- **Programa de Prácticas Agrícolas Sostenibles**

Con el mismo objetivo de reducción del riesgo a los efectos del cambio climático, pero específicamente dirigido a los proveedores y productores de materias primas de origen agrícola. Los productos FIFCO dependen directamente de la agricultura y existe un compromiso por fomentar en la cadena de abasto prácticas que promuevan la agricultura regenerativa, el manejo integrado del agroecosistema y la conservación de la biodiversidad en el campo. Los objetivos de este programa son:

- Alentar a los productores agrícolas a esforzarse por alcanzar los más altos niveles de desempeño ambiental, social y de gobernanza.
- Estimular la innovación en la producción agrícola hacia una mayor sostenibilidad.
- Incentivar prácticas de adaptación y mitigación al cambio climático que permitan una agricultura resiliente y climáticamente inteligente.
- Promover condiciones de trabajo justas, sanas y responsables para la seguridad de los trabajadores.

En el 2023 se obtuvo la lista de proveedores críticos de materias agrícolas y se creó una herramienta para el diagnóstico del estado de sostenibilidad de dichos productores. Durante el 2024 se validó la herramienta en campo y se implementó el pilotaje con los proveedores críticos, a su vez, se realizaron los planes de acción contextualizados para cada caso y se espera en este 2025 iniciar su implementación en campo.

- **Gestión de riesgos en la cadena de suministros**

Este proceso es crucial para garantizar la continuidad de las operaciones y minimizar las interrupciones en la producción, distribución de los productos. Para gestionar eficazmente los riesgos, es necesario analizar diversos factores que pueden influir en la estabilidad y eficiencia de la cadena de suministro. Entre estos factores, la ubicación geográfica del proveedor, el tipo de modalidad comercial, la cantidad de proveedores disponibles y los impactos ambientales y sociales son algunos de los más relevantes a considerar. El avance del 2024 para este programa se destaca bajo las siguientes actividades desarrolladas:

- Definición de criterios para evaluar a los proveedores categoría A.
- Elaboración de matriz para ponderación de los parámetros de medición de riesgo de los proveedores.
- Categorización del riesgo del proveedor para saber su análisis de exposición al riesgo.
- Calibración de resultados con el equipo experto y ajuste de metodología utilizada.

Agua Positiva

El control del **consumo de agua** es un indicador de muy alta relevancia para todas las operaciones de FIFCO, tanto desde una perspectiva ambiental como de continuidad de negocio.

El agua es un recurso esencial en la producción y los servicios que ofrece la compañía; su uso inadecuado puede generar un impacto negativo en el medio ambiente. La implementación de prácticas eficientes en la gestión hídrica contribuye a la sostenibilidad del negocio y también refuerza el compromiso de triple utilidad, alineándose así con la expectativa de las partes interesadas externas sobre esta gestión. Además, manteniendo un manejo adecuado del agua, se optimizan los procesos de producción, garantizando el cumplimiento de normativas ambientales y asegurando la disponibilidad de este recurso vital en el futuro.

La estrategia **Agua Positiva** se resume en 4 etapas, mismas que se utilizan para la gestión del consumo de energía térmica y energía eléctrica, basadas en el proceso de mejora continua y respaldada por un proceso de verificación externo que le permite a FIFCO rendir cuentas de su desempeño. Cabe aclarar que, para el caso específico de las operaciones de bebidas en Costa Rica, es donde se realiza un paso adicional para la compensación de la huella de agua, y donde se mantiene la condición de Agua Positiva. El proceso de verificación de la huella de agua se realiza de manera anual desde el año 2012 y a partir del 2017 se alcanza el reconocimiento de agua positivo que se mantiene en la actualidad.

Agua Positiva



1. Medición

El consumo de agua que se utiliza en todos los procesos de FIFCO se mide y se controla a lo largo del año. El nivel de detalle de medición se ha ido afinando con el tiempo, con el fin de identificar aquellas oportunidades de reducción de consumo y de optimización, para hacer un uso más responsable de este recurso.

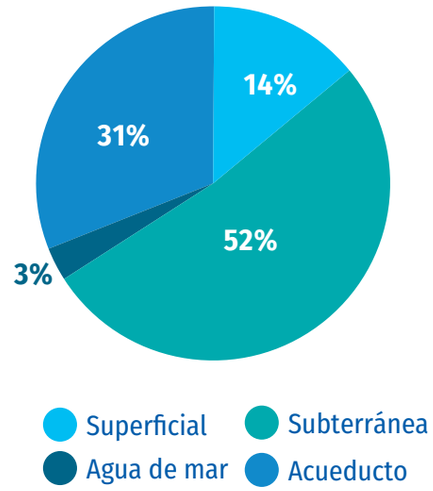
Nivel de medición

Nivel 1: Instalación
Nivel 2: Áreas
Nivel 3: Procesos
Nivel 4: Máquinas

Para garantizar que las mediciones sean precisas y el reporte del consumo es el correcto, debe existir una verificación de los equipos utilizados.
Los equipos de medición de nivel 1 se someten a un proceso de control metrológico estricto; en cuanto a los niveles 2, 3 y 4, cuando no es posible una calibración, se verifican los equipos para garantizar una medición adecuada.

Fuentes de agua

Desglose por fuente



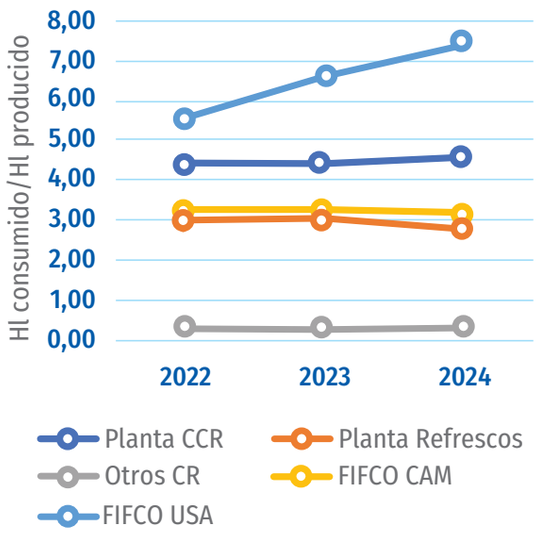
En las operaciones de producción de bebidas en Costa Rica, el agua proviene de 3 fuentes agua subterránea y 2 fuentes de agua superficiales (manantial) y es utilizada principalmente para la elaboración de los productos. Los centros de distribución y áreas administrativas en zonas rural se abastecen de agua proveniente de acueductos para usos como consumo humano y limpieza de equipos e instalaciones.

En el caso de FIFCO CAM 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 FIFCO USA, el agua es de origen superficial provista por el acueducto local.

Actualmente ninguna de las operaciones de FIFCO se ubica en zonas catalogadas con estrés hídrico, según lo estipulado por el Aqueduct Water Risk Atlas, del Instituto de Recursos Mundiales (WRI por sus siglas en inglés), y el Water Risk Filter, del Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF por sus siglas en inglés).

En el caso de Planta Cerveza hay un aumento con respecto al año anterior tanto para el consumo absoluto como en el indicador asociado, esto a pesar de que se presenta un mayor volumen en producción. Esta condición de aumento se debió principalmente a reingenierías en algunos procesos de la planta, que implicaban consumos de agua no asociados a la producción, por ejemplo, lavados y pruebas de equipos nuevos. Adicionalmente en la elaboración de productos de BAS, se incluyó un equipo adicional para garantizar una mayor calidad de agua, lo que implica un mayor consumo por hl producido. Por otro lado, siendo cerveza una de las plantas con mayor innovación en infraestructura y procesos, el 2024 se da inicio con la ejecución del Master Plan de nuevas líneas de proceso, incorporando dentro del consumo de agua las actividades asociadas a estos trabajos de obra civil y su consecuente mano de obra adicional.

Consumo histórico de agua en instalaciones de bebidas



Por su parte en Planta Refrescos se demuestra una correlación positiva entre el consumo de agua y los hectolitros producidos, generando una disminución del indicador pasando de **2,98** a **2,79** hl/hl, entre las principales acciones se identifica la recirculación de aguas de enjuagues y la disminución en los tiempos de retro lavados. El caso específico para las demás instalaciones de FDIS, el aumento se debe a la reincorporación presencial de personal que durante el 2023 estaba bajo la metodología de teletrabajo, además se identificó que el caso específico de la instalación del Coyol se presentaron daños en tuberías que generaron una importante cuantificación de fugas de agua, las cuales están en proceso de reparación.

Para 2024 en planta FIFCO CAM Guatemala se tuvo un aumento del **3%** en los hectolitros producidos, reflejando una disminución en el indicador de consumo que presentó una rebaja de **3,23** a **3,14**. Esto gracias a los refuerzos en la gestión y verificaciones de los ramales de distribución de agua a los procesos productivos para darle seguimiento en el Comité de Ambiente implementado.

Comportamiento histórico de consumo en las instalaciones de FIFCO

Instalación	Consumo absoluto de agua HL				Indicador HL/HL		
	2022	2023	2024	*Reducción	2022	2023	2024
Planta CCR	10.127.290	10.104.420	11.147.060	- 1.042.640	4,39	4,28	4,57
Planta Refrescos	5.855.890	6.359.010	6.677.400	-318.390	3,05	2,98	2,79
Otros CR	4.086.842	684.850	955.290	-270.440	1,03	0,14	0,19
Total FDIS	20.070.022	17.148.280	18.779.750	-1.631.470	2,82	2,47	2,52
FIFCO CAM	3.820.708	3.659.385	3.679.094	-19.709	3,20	3,23	3,14
FIFCO USA	12.865.497	13.523.249	13.079.121	44.128	5,66	6,79	7,53
Retail	224.480	234.870	277.260	-42.390	16,48	16,07	15,73
Total Bebidas + Alimentos FIFCO	57.050.729	51.714.064	41.515.854	-3.325.039	7,04	7,14	7,23
Hospitalidad	7.419.780	7.443.270	6.926.150	517.120	N/A	N/A	N/A
TOTAL	64.470.509	59.157.334	59.157.334	-2.807.919	7,04	7,14	7,23

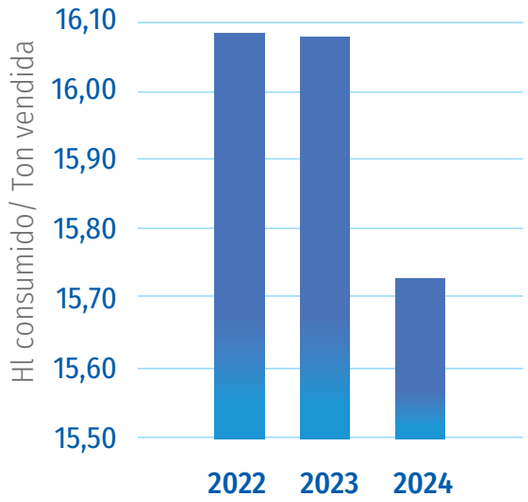
La planta de Rochester de FIFCO USA presentó un indicador al alza debido principalmente a una caída en las proyecciones esperadas de volumen, a pesar de los controles operacionales y gestiones de eficiencia, no se logró mantener la meta establecida.

También durante el 2024, el negocio de manufactura Retail tuvo un aumento de producción al igual que el año anterior de un **17%** en comparación al 2023, lo que genera un aumento en el consumo absoluto de agua potable, sin embargo se identificó que los condensadores eran una de las fuentes de mayor impacto en el consumo de agua, por lo que se inició con un ciclo de mejoras a través de mantenimientos preventivos, capacitaciones y cambio de proveedor, generando así una disminución en el consumo de agua de los últimos 5 meses del año. Con esta acción se pasa el indicador de **16,07** en 2023 a **15,73** Hl/ Ton en 2024 y se continúa la tendencia a la baja de este indicador que se ha mantenido en los últimos 5 años.

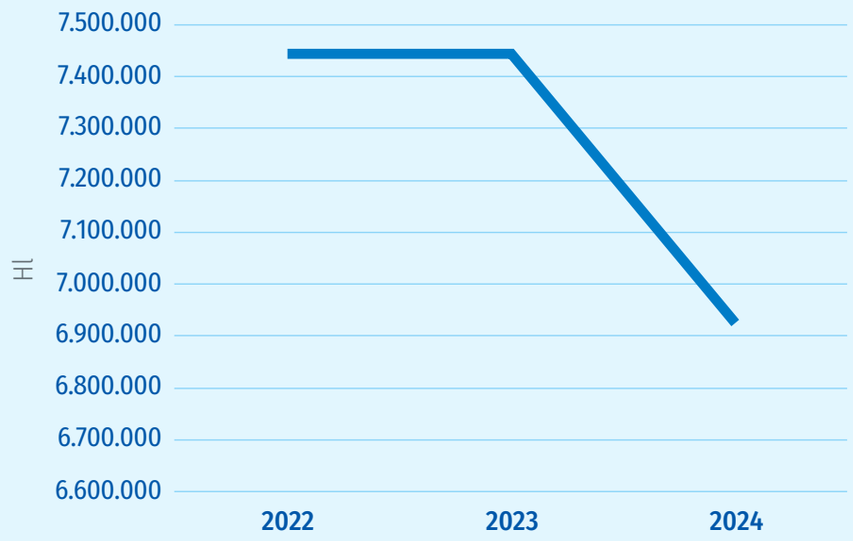
En el negocio de Hospitalidad, se evidencia una disminución muy clara en el consumo absoluto de este recurso. Cabe destacar que a pesar de que en 2024 hubo nuevamente un aumento de **2,38%** en la ocupación de las instalaciones, se mantuvo el consumo por debajo de lo reportado el año anterior. Entre las principales acciones destacan: la reducción de un **63%** del consumo de la piscina principal del Hotel Westin, mediante el cambio del tiempo de retrolavado, pasando de **10** minutos a **5** minutos, con esto se logró una reducción promedio de **833 m³**.

Además, la disminución del consumo de agua potable se ve favorecida gracias al aumento en la producción de agua desalinizada, dando prioridad a este tipo de fuente sobre la subterránea.

Consumo de agua operaciones Retail



Consumo de agua operaciones Hospitalidad



2. Control y reducción

Los indicadores y metas de cada periodo se establecen con base en las proyecciones de comportamiento y el histórico de años anteriores, es por esta razón que se observan fluctuaciones en algunas unidades de negocio, sin embargo, los planes y controles de reducción de consumo y eficiencia son una actividad constante en cada una de las operaciones.

3. Compensación

Se mantiene el proceso de compensación externa para la operación de bebidas en Costa Rica mediante la protección de cuencas hidrográficas a través del mecanismo de Pagos por Servicios Ambientales (PSA's) del Fondo Nacional de Financiamiento Forestal (FONAFIFO) y del fondo Agua Tica gestionado por medio de FUNDECOR (Fundación para el Desarrollo de la Cordillera Volcánica Central). Esta cuantificación es verificada anualmente por el Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica.

Iniciativas de reducción 2024

Iniciativa	Instalación
Se evitó el consumo de: • **15.575 m³** de agua limpia, por medio de la recirculación de enjuagues CIP en una de las líneas de producción (Línea 13). • **5.084 m³**, por medio de la disminución de frecuencias de retro lavados en una de las líneas de producción (línea 12).	FDIS (Planta Refrescos)
• Por medio de herramientas TPM como "kaizen" en diferentes procesos se identificaron y corrigieron ineficiencias en el sistema de enfriamiento y recirculación de agua, disminuyendo el consumo en aproximadamente **10.000 hl** mensuales. • Se aplicó kaizen en mejora del proceso de retorno de condensado de calderas que repercute en una disminución en el consumo de agua en la caldera.	FDIS (Planta Cerveza)
Mejoras en los procesos del área de elaboración: • Reducción del agua en el Tanque TCC 16 de agua desairada. • Reducción del factor de evaporación en las presentaciones cristalinas (silver, light, ultra). • Se pasó CIP de lavados de los tanques de dos pulsos a 1 pulso. • Se disminuyó la frecuencia de retro lavados del filtro de carbono en el área de filtración de 24 a 48 horas. Con ello se tuvo una disminución del 50% del consumo del proceso de filtro de carbón.	FDIS (Planta Cerveza)
Una de las fuentes de mayor impacto en el consumo de agua son los condensadores, por eso: • Se realizaron mantenimientos preventivos. • Mejoras en los condensadores. • Capacitaciones. • Cambio de proveedor. Se generó una mejora en el consumo de agua en los últimos 5 meses del año	Retail
Reducción de un **63%** del consumo de la piscina principal del Hotel Westin, mediante el cambio del tiempo de retrolavado, pasando de **10** minutos a **5** minutos, logrando una reducción promedio de **833 m³**.	Hospitalidad
Gestión e inspección de fugas, mediante el monitoreo de datos y visitas de campo. Reparaciones de fugas y cambios de tuberías que permiten la disminución del consumo de agua.	Hospitalidad
Gestión y verificaciones de los ramales de distribución de agua a los procesos productivos para darle seguimiento en el Comité de Ambiente implementado.	FIFCO CAM
Se creó el comité de ambiente con equipo multidisciplinario para abordar temas ambientales bajo la metodología de TPM.	FIFCO CAM

4. Agua Positiva

Luego de lograr una huella hídrica neutral, gracias al mecanismo de compensación mencionado anteriormente, de forma voluntaria, FIFCO realiza un esfuerzo adicional y llega al valor positivo en las operaciones de FDIS. 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.

Zonas de proyectos de fijación de agua

- **700 Ha Protegidas Cuenca Alta del Barva**

Específicamente para el caso de Distribuidora La Florida, el balance positivo se alcanza a través de la compensación sobre el nivel de neutralidad. Actualmente, se compensa 20% adicional al consumo de agua total de la organización. Este detalle se amplía dentro del apartado de “Biodiversidad”, en la página 158.



Colaboración con grupos de interés

Grupo de Interés	Acciones de colaboración sobre el agua
Proveedores	Programa de Compras Sostenibles e inducciones ambientales en sitio.
Usuarios	Mayor eficiencia de procesos de forma que generen un ahorro en el consumo, implementación de estrategias de ahorro.
Comunidades locales	Voluntariados para limpieza de ríos y cuencas (tanto en comunidades locales como playas y desembocaduras de los ríos principales), campañas de sensibilización, conciencia y educación ambiental.
Colaboradores	Concientización continua, involucramiento y responsabilidad directa en proyectos de ahorro y disminución de consumos por medio de metas, así como implementación de los planes ambientales.
Otros usuarios en la industria	Colocación de estrictos controles de consumo e indicadores de cumplimiento y análisis de oportunidades de ahorro y mejoras en eficiencias de consumo, así como compartir experiencias en temas de sostenibilidad con otras empresas de la zona.
Entes reguladores	Cumplimiento legal de lo solicitado y estrecho contacto con las entidades, reuniones frecuentes.
Organizaciones de la sociedad civil	Concientización a través de redes sociales y participación en alianzas estratégicas con otras organizaciones que permitan compartir y adoptar mejores prácticas de ahorro.
Alianzas/Asociaciones comerciales	Realización de acompañamiento, desarrollo, auditorías a proveedores y contratistas y seguimiento de las acciones de mejora relacionadas con la disminución y el ahorro de consumos de agua, educación ambiental y ejecución de proyectos en conjunto.

Saneamiento (Tratamiento de efluentes)

Para todas las operaciones y unidades de negocio, los criterios utilizados para garantizar la **calidad del vertido** de efluentes son los parámetros definidos por legislación de cada geografía donde se opera

No existen operaciones en países con ausencia de regulación en el tema y los sistemas de tratamiento de agua residual de todas las instalaciones se encuentran en operación continua y normal.

Las operaciones de FDIS tienen distintos puntos de descarga según la ubicación de sus instalaciones, en su mayoría son plantas de tratamiento de aguas residuales, sin embargo, en algunos centros de distribución las biojardineras son el medio utilizado para el tratamiento de agua como en el caso de Limón, San Isidro, San Carlos y Ciudad Neily.

En el caso de la planta de panificación de Florida Retail, las aguas residuales industriales tienen 2 vías de descarga final, el **40%** del agua es reutilizada internamente para alimentar a los sistemas de enfriamiento y el **60%** restante es enviado al alcantarillado sanitario, la cual es previamente tratada por medio de un sistema secundario de aguas residuales.

Vertido total de agua por unidad de negocio según destino

Por unidad de negocio

Unidad de negocio	FDIS		FIFCO CAM		Hospitalidad		Retail	
Vertido de agua por destino	2023 ML	2024 ML	2023 ML	2024 ML	2023 ML	2024 ML	2023 ML	2024 ML
1. Hacia agua superficial	1.033,07	965,88						
2.Hacia agua subterránea								
3. Hacia agua del mar					80,7	190,1		
4. Agua para terceros	23,74	25,26	215,71	188,17			23,487	27,73
Vertido total de agua (1+2+3+4)	**1.056,81**	**991,13**	**215,71**	**188,17**	**80,7**	**190,1**	**23,5**	**27,73**

En las operaciones de FIFCO CAM se realizó un estudio para identificar el balance hídrico de la PTAR y así cuantificar las entradas y salidas de manera eficaz, reflejando la realidad de la operación.

Para el caso de Hospitalidad, el retorno de agua al mar corresponde a una devolución de caudal del equipo desalinizador de la misma agua marina de entrada que no fue utilizada por este sistema, el incremento corresponde al aumento en la extracción de agua marina durante este periodo. La única variación en esta agua es que se reinserta con una mayor concentración de sal, correspondiente a la sal que se le extrajo al porcentaje de agua utilizado, este proceso es mediante membranas filtrantes, por lo cual al ser un proceso físico no lleva ningún tipo de aditivo químico o sustancias adicionales.

Reutilización de efluentes

- **Planta Cerveza / Planta Refrescos**

  Prensado de lodos del sistema de tratamiento de agua residual.

- **Planta Retail**

  Reúso para Sistema de Enfriamiento

- **Hospitalidad**

  Reúso total del vertido para riego de campo de golf.

Biodiversidad



Foto: Gerald Samuel Vega Campos



La biodiversidad se refiere a la **variedad de vida en la tierra**, incluyendo todas las especies de plantas, animales y microorganismos, así como los ecosistemas que lo conforman.

Una mayor calidad y cantidad de biodiversidad equilibra la salud de los ecosistemas, mejorando su resiliencia y productividad, permitiendo que estos servicios sean más abundantes para beneficio no solo del ambiente, sino también de la sociedad, las diversas actividades humanas y su relación con la naturaleza. Por ejemplo, una diversidad de plantas y polinizadores asegura una producción agrícola más estable y rica, mientras que una variedad de especies en los bosques contribuye a una mejor captura de carbono y purificación del aire.

Sin embargo, el balance natural está amenazado por el uso indiscriminado de los recursos naturales, como la deforestación, la contaminación y el cambio climático, lo cual ha acarreado un impacto negativo significativo en la biodiversidad, llevando a la extinción de especies, la degradación de hábitats naturales y su capacidad de adaptación y regeneración.

Por esta razón, es imperativo mitigar estos efectos adoptando prácticas sostenibles, protegiendo áreas naturales y promoviendo la restauración de los ecosistemas para asegurar un futuro saludable para todas las formas de vida y el equilibrio de la vida en el planeta.

Tomando esta premisa, FIFCO reconoce la importancia de incluir la variable de **biodiversidad** dentro de su modelo de negocio. Para lograrlo, se siguen dos pasos fundamentales: primero, se asume la responsabilidad del impacto de las operaciones sobre los recursos naturales mediante la medición, verificación y reporte de las huellas ambientales de agua y carbono. Segundo, se invierte en iniciativas y procesos que no solo reducen o compensan dicho impacto, sino que también promueven la restauración ecológica y la conservación de la biodiversidad en las zonas de influencia.

Iniciativas para la protección de cuerpos de agua

El recurso hídrico es vital para el negocio, por esta razón, se participa en iniciativas que promueven la **protección de zonas de recarga acuífera**, las cuales aseguran la conservación del bosque que las acoge y evitan su contaminación en el transecto con el que colindan las operaciones.

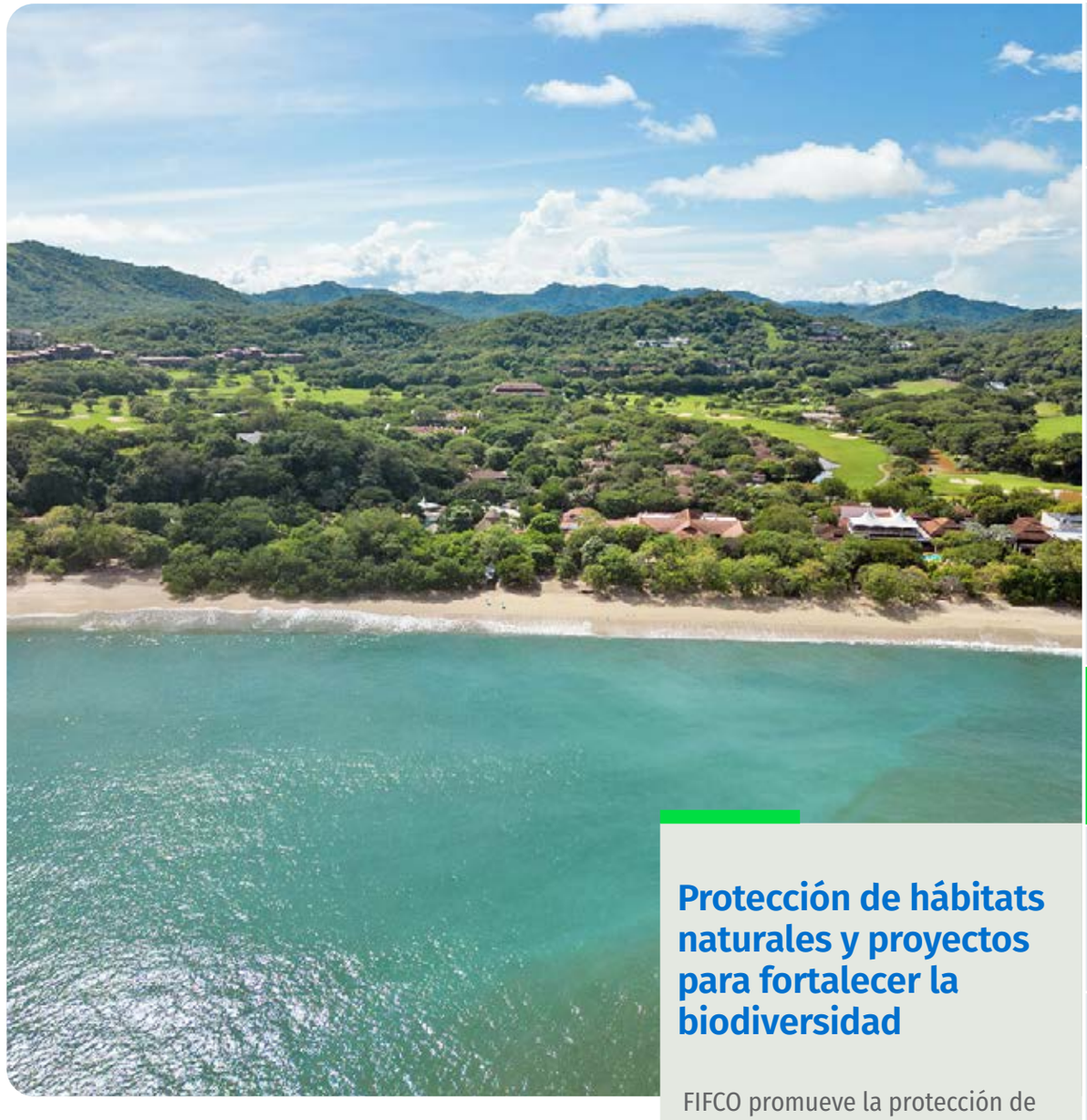
Protección de cuerpos de agua en áreas de influencia directa

Planta Cerveza, Planta Refrescos y el Centro de Distribución Regional (CDR) de Guápiles colindan con cuerpos de agua superficiales, por lo tanto, se cumple con las restricciones de distancia establecidas en la Ley Forestal de Costa Rica, al dejar un margen de protección con la colindancia de estos cuerpos de agua de 10 m en zonas urbanas y 15 m en zonas rurales. Además, para garantizar la protección de los manantiales en ambas plantas de producción se mantiene un perímetro de 100 m.
En el caso de la planta de manufactura de Rochester, Nueva York, la instalación colinda con el río Genesee, donde se garantiza por medio de controles internos, que no se genere ningún impacto hacia el cuerpo de agua y su vida acuática.

Recarga hídrica

Desde el 2001, FIFCO ha apoyado la protección de las cuencas hidrográficas de sus zonas de influencia. Durante el 2023 se firmó un convenio por 5 años para la **protección de 700 ha, bajo una coordinación público-privada.**
La gestión pública es por medio del Programa Nacional de Pagos por Servicios Ambientales-PSA, coordinado por el Fondo Nacional de Financiamiento Forestal- FONAFIFO y la privada es por medio de la iniciativa de Agua Tica, el primer Fondo de Agua del país, gestionado por la Fundación para el Desarrollo de la Coordillera Volcánica Central-Fundecor y del cual FIFCO es constituyente desde sus inicios en el 2018.

Por medio de estos mecanismos, se tiene la certeza de que no solamente se está promoviendo la recarga de los acuíferos de los que se toma el agua, sino que también se estén protegiendo diferentes servicios ecosistémicos como la biodiversidad, la belleza escénica, la fijación de carbono y la regulación del clima. Además de garantizar que los fondos lleguen directamente a los propietarios de las zonas de interés, proporcionando un valor agregado a su medio de vida y evitando que se dé un cambio de uso de tierra al buscar actividades productivas en lugar de la conservación del área.



Protección de hábitats naturales y proyectos para fortalecer la biodiversidad

FIFCO promueve la protección de hábitats tanto a lo interno de sus propiedades como extensiones de terrenos fuera de ella.

Esfuerzos para la protección de hábitats naturales

FIFCO protege **hábitats** tanto a lo interno de sus propiedades como extensiones de terrenos fuera de ella.

Corredor Biológico Interurbano (CBI)- Cubujuquí

FIFCO es socio colaborador del Corredor Biológico Interurbano (CBI)- Cubujuquí, oficializado el 7 de noviembre de 2024.

Dentro de las actividades de apoyo, FIFCO ha participado en las asambleas de planificación estratégica para su constitución y ha destinado las áreas verdes de Planta Cerveza, Planta Refrescos, el Edificio Corporativo y el Centro de Distribución Oeste, para que sean espacios de conectividad ecosistémica dentro del corredor. Esto se está realizando por medio de un proyecto de restauración ecológica-urbana.



Esta iniciativa tiene como objetivo el **regenerar las áreas verdes de las plantas productivas** para que sirvan como refugios climáticos para la biodiversidad de la zona de influencia del CBI y a su vez, brinden conectividad entre otras áreas naturales para su traslado, hospedaje y alimentación.

Durante 2024, se cumplió el primer objetivo del proyecto, **establecer una línea base de fauna dentro de las áreas verdes. Se realizó una alianza con el Laboratorio de Biología de la Universidad Nacional (UNA)**, para que sus especialistas en fauna llegaran a realizar monitoreos biológicos semestrales en las áreas verdes.

El propósito de obtener esta línea base es determinar la cantidad y el tipo de fauna presente en las áreas verdes. Esto permite monitorear cambios en las poblaciones y detectar posibles amenazas a tiempo, facilitando la implementación de medidas de protección y restauración efectivas, adaptadas a las especies presentes.

Foto: Gerald Samuel Vega Campos



Foto: Gerald Samuel Vega Campos

Respecto a las actividades periódicas, se realizaron los conteos de aves en alianza con el CBI, la UNA, el SINAC y las municipalidades pertenecientes al corredor. Se realizan dos conteos por año, uno para época lluviosa (abril) y otro para época seca (diciembre). Se avistaron 42 especies durante la época lluviosa y 38 especies en el conteo navideño, incluyendo aves migratorias.

Estos conteos semestrales son de suma importancia, ya que involucran a la sociedad civil dentro del rol “científico ciudadano”, fomentando la educación y conservación ambiental. También la recopilación de la información obtenida alimenta tanto la base de datos del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SINAC), como la base de datos de la Universidad de Cornell, USA.



Foto: Alberto Jara Portocarrero

Especies identificadas en el Interurbano (CBI) - Cubujuquí

Insectos

- 8 especies de mariposas
- 8 especies de libélulas
- 4 familias de escarabajos
- 4 familias de abejas, avispas y hormigas
- 1 familia para: moscas y mosquitos, tijeretas, grillos y chinches

Reptiles y anfibios

- 4 especies de reptiles
- 6 especies de anfibios

Murciélagos

- 7 especies

Mamíferos terrestres

- 5 especies

Aves

- 68 especies



Foto: Alexia Pereira Casal



Foto: Gerald Samuel Vega Campos



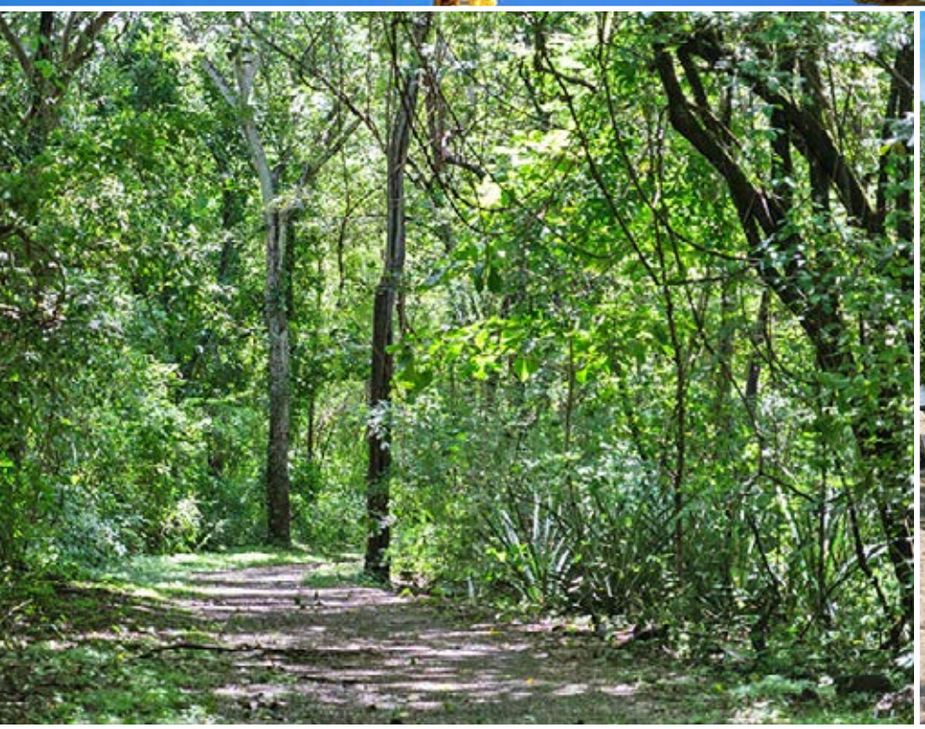
Foto: Gerald Samuel Vega Campos



Refugio Nacional de Vida Silvestre Mixto Conchal

Reserva Conchal destina el **4%** del área total de su propiedad para formar parte del Refugio Nacional de Vida Silvestre Mixto Playa Conchal. Gracias a este esfuerzo, el proyecto inmobiliario ha venido realizando importantes aportes a lo largo de los años, para la protección de diversas zonas tanto fuera como dentro de su propiedad protegiendo la biodiversidad y salvaguardando el bienestar de su ecosistema.

La protección de este espacio aporta un sumidero de carbono el cual **para el año 2024 capturó 160,03 toneladas de carbono**. Adicionalmente, de manera anual se realizan inmersiones de biología marina por profesionales competentes y acreditados donde se comprueba que no exista afectación a la flora o fauna marina en el área de influencia.





160,03 **TONELADAS DE CARBONO CAPTURADAS** EN 2024

Refugio Nacional de Vida Silvestre Mixto Playa Conchal

OFICIALIZADO BAJO EL DECRETO 35426 EL 18 DE SEPTIEMBRE DEL 2009

39,75 ha ÁREA TOTAL

28,29 ha ÁREA PROPIEDAD DE RESERVA CONCHAL

11,46 ha ÁREA PATRIMONIO NACIONAL DEL ESTADO

Objetivo

Preservar y restaurar los ecosistemas asociados al manglar y bosque circundante, incorporando el interés local por temas ambientales, así como preservar la belleza escénica del sitio para esparcimiento y recreación, tanto para los pobladores de las comunidades cercanas como para turistas nacionales y extranjeros.

El refugio mantiene la categoría de satisfactoria con una nota mayor a **90%** en la evaluación de manejo entre las áreas protegidas del Área de Conservación Tempisque (ACT).

Apiario

Creado en el 2020, el Apiario Reserva Conchal nace con el fin de **proteger las abejas**, obtener un producto de alta calidad y al mismo tiempo, generar empleo para personas de comunidades vecinas.

En el 2024 se inició con un proyecto innovador, el cual consiste en un laboratorio de inseminación y mejoramiento genético para la reproducción de abejas reinas, incorporando nuevas colmenas (núcleos). Se estima que esté finalizado para el año 2025.

Este laboratorio será un tipo de **quirófano apícola** con todo el equipo y tecnología para la inseminación instrumental de las abejas, donde se logrará el control del origen genético de las abejas basado en caracteres productivos, de defensa a enfermedades y resistencia adaptativa.

Además, como parte de los nuevos proyectos, para este 2024 se construyó un segundo Apiario de mayores dimensiones ubicado en el sector del Refugio Nacional de Vida Silvestre Mixto Conchal, con la intención de que para el año 2025 ambos apiarios se pueden combinar, albergando aproximadamente 50.000 mil abejas (*Apis mellifera*).

Este estará dedicado única y exclusivamente a la producción de miel, protegiendo y testeando a las abejas modificadas con el fin de obtener una miel de alta calidad. Su función es primordial, ya que será la fuente primaria de obtención del producto una vez las abejas realizan la importante tarea de polinización en el medio y además donde se evalúen las nuevas abejas reinas mejoradas genéticamente con la finalidad de conocer su productividad respecto a la producción de la miel, su resistencia ante el medio y las enfermedades.



Simbiosis

Es un programa de educación ambiental que se desarrolla en el Refugio Nacional de Vida Silvestre Mixto Conchal.

- Objetivo: promover el desarrollo integrado de iniciativas de educación para la conservación de los recursos naturales y la promoción del desarrollo sostenible en el ámbito de la comunidad educativa infantil, con el fin de contribuir con una sociedad proambiental, justa y solidaria.
- Como parte del programa Simbiosis se realizan visitas al vivero forestal y el meliponario, dentro del refugio, para explicarle a los estudiantes la necesidad de la protección de las áreas verdes, el agua y los animales y la importancia de la conservación de las abejas como principales polinizadores.
- Inició en el 2017.
- Se han capacitado 2967 estudiantes desde su inicio.
- En 2024 asistieron 572 estudiantes.
- Las comunidades que participan del proyecto son: Brasilito, Río Cañas, Portegolpe, Matapalo, Huacas entre otras.

En diciembre de 2024 se inauguró el nuevo proyecto de aula ambiental, donde se imparte el programa Simbiosis. El objetivo principal de este proyecto fue crear un espacio con mayor capacidad, donde los estudiantes interactúen directamente con el medio ambiente.

El aula se ubica contiguo al meliponario, que también se utiliza para educación ambiental, generando así una unificación de ambos espacios donde se logra una sinergia y una experiencia única y diferente, con una metodología de enseñanza innovadora para que los estudiantes aprendan en contacto directo con la naturaleza, mejorando la experiencia de aprendizaje ambiental respecto a la conservación de los espacios naturales, las abejas y su importante función de polinización.

Vivero forestal del Refugio

Se reprodujeron ***1.845*** árboles de más de **10** especies forestales como cedro amargo, guarumo, roble sabana, guanacaste, cenízaro, y cortez negro. Así mismo especies frutales como tamarindo, aguacate, jocote jobo, manzana de agua, marañón y capulín.

Cámaras trampa

En octubre del 2023 se colocaron **20** cámaras trampa alrededor de toda la propiedad de Reserva Conchal para realizar una identificación de la fauna presente en la propiedad.



Foto: Nicole Sofía Sánchez Castillo

Estas cámaras se mantendrán durante un año y, además, servirá de insumo para realizar un estudio comparativo con las cámaras colocadas en el 2019.



Meliponario del Refugio

El meliponario tiene como objetivo proteger las especies y concientizar a las personas visitantes de la importancia de las abejas.

- Para el 2025 propuso la meta de duplicar el número de colmenas.
- Alberga **4** especies de abejas nativas sin aguijón (jicote de gato, alitas blancas, mariola y chicopipe).
- **7** colmenas para un total aproximado de **21.000** abejas



Pasos de fauna-McGill

Desde el 2023 Reserva Conchal realizó una alianza con McGill University, con sede en Montreal, Canadá y la Fundación SalveMonos, para realizar proyectos de sostenibilidad con ayuda de Inteligencia Artificial. Dicha alianza permitió la creación de una aplicación y plataforma web para reportes de incidentes con monos Congo, la cual proporciona en tiempo real información sistematizada para organizaciones sin fines de lucro que trabajan en la protección de estas especies. Además, genera de manera inmediata “mapas de calor” que identifican según coordenadas de reportes, los sitios de mayor frecuencia y tipo de accidentes presentados.

En 2024, se realizó una campaña de sensibilización en Tamarindo, para que las personas estuvieran enteradas de la aplicación y se colocó una valla publicitaria cerca del Aeropuerto de Liberia, con el fin de promover la plataforma MONO – SOS.

Se instalaron aproximadamente **60** pasos de fauna para un total de 1.600 metros. En estos se identificaron **13** especies de vida silvestre y **7** tropas de mono Congo, las cuales son monitoreadas entre Reserva Conchal y Brasilito. Para 2024, Reserva Conchal invirtió un presupuesto aproximado de **$20.000** para el diseño e instalación de pasos aéreos para monos en Guanacaste.



Certificaciones ambientales y otros reconocimientos

Todos los procesos que se encuentran bajo un estándar de certificación se basan en la ejecución sistemática de acciones bajo el marco de mejora continua.

Se establecen estrategias claras de alto nivel; tales como identificación de aspectos e impactos ambientales, identificación y evaluación de requisitos legales, formación y toma de conciencia de nuestro personal, control operación, seguimiento y medición, auditorías y revisiones por la Alta Dirección.

Quejas, denuncias y sanciones

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

Certificaciones ambientales y otros reconocimientos 2024

Sitio	EMS	Water FP	Carbon FP	Product FP	ACV	Carbon+	Zero W	Energy						CST	Audubon	TPM Next
	ISO 14001	ISO 14046	ISO 14064	ISO 14067	ISO 14044	MINAE	Carbon Trust	ISO 50001	Playa	Comunidad	Esp. Prot.	Hogares Sostenibles	Sello Calidad Sanitaria	ICT-CR	ACSP for Golf	Env&Sos Pilar
Cerveza y BAS	●	●	●	●	●	●	●									■
Planta Refrescos y Agua	●	●	●	●	●	●	●									
CEDI GAM	●	●	●			●	●									
CEDI Rural		●	●			●	●									
Manufac. Retail	●		●			●	●	■								
WPC Hotel	●		●			●			●	●	■	◆		■		
W Hotel	●		●			●			●	●	■	◆				
Reserva Conchal	●		●			●			●	●	■	◆	●		●	
FIFCO CAM		●											●			
ROC (USA)																

● ISO 14001

● Water Footprint ISO 14046

● CO_2

● CARBONO NEUTRAL Reconocido por el Gobierno de Costa Rica — Carbono Neutral

● Carbon Trust Standard

■ ISO 50001

■ Bandera Azul Ecológica Microcuencas

● ISO 14067

● Bandera Azul Ecológica Playas

● Bandera Azul Ecológica Comunidades

■ Bandera Azul Ecológica Espacios Naturales Protegidos

◆ Hogares Sostenibles

● Sello Calidad Sanitaria

■ Turismo Sostenible

● Audubon

■ TPM next

Certificación de huella ambiental de productos

ISO 14046-1:2006
Huella de Agua

Water Footprint · Imperial · Cristal

ISO 14067:2015
Huella de Carbono de Producto

CO_2 · Imperial · Cristal

Estrategia Social

Como parte de la estrategia ESG al 2027, el componente social tiene 2 pilares fundamentales que impulsan parte de las 7 metas al 2027: **agenda de gestión interna y agenda de gestión externa**.



Avance en las metas | Estrategia Social

Meta 3 Consumo Inteligente - Menor grado alcohólico

2022	2023	2024	2027
Patrón de consumo de alcohol disminuye producto de la pandemia. **45,99% del portafolio FIFCO corresponde a productos de baja graduación alcohólica(≤4%).**	Ligero aumento en el patrón de consumo, en cantidad de tragos por ocasión como en cantidad de días de consumo a la semana. Se capacitó al personal FIFCO y sociedad civil mediante la creación de e-learnings de Consumo Inteligente y el relanzamiento "Aprendo a Manejar" que aborda el consumo de alcohol y la conducción, así como "Vida Saludable" dirigido a personas colegialas y abarca el tema: cero alcohol en la adolescencia. **44,42% del portafolio FIFCO corresponde a productos de baja graduación alcohólica(≤4%).**	Se continua trabajando con los e-learnings y en el posicionamiento del Consumo Inteligente en las personas mayores de 18 años. **41,95% del portafolio FIFCO corresponde a productos de baja graduación alcohólica (≤4%).**	**Mejorar el patrón de consumo: liderar educación en Consumo Inteligente en Costa Rica.** **Asegurar que productos de baja graduación alcohólica representan 55% del volumen (≤4%)**

Meta 4 Contenido de azúcar

2022	2023	2024	2027
10,45g/ 250 ml.	10,34g/ 250 ml.	8, 18g/ 250 ml. *Se alcanzó la meta planteada.	**<10g/ 250ml contenido de azúcar en portafolio FIFCO.**

Meta 5 Mujeres en posiciones de liderazgo

2022	2023	2024	2027
35% de mujeres en posiciones de liderazgo.	37% de mujeres en posiciones de liderazgo.	38% de mujeres en posiciones de liderazgo. Sensibilización y capacitación de líderes, abordando temas como la diversidad de pensamiento, gestión de sesgos inconscientes y el valor de la diversidad, promoviendo un entorno donde se reconoce y celebra la diversidad como motor de innovación y crecimiento sostenible.	**≥ 40 mujeres en posiciones de liderazgo.** **Cultura que promueva la masculinidad positiva.**

Meta 6 Pobreza multidimensional

2022	2023	2024	2027
11,8% colaboradores FIFCO.	9,52% colaboradores FIFCO.	5,80% colaboradores FIFCO. *Línea base: 11,08%. La compañía está a 0,26 puntos de alcanzar la meta.	**Reducir en un 50% el % de colaboradores en pobreza multidimensional.**

Estrategia Social / Agenda interna

Liderazgo Holístico

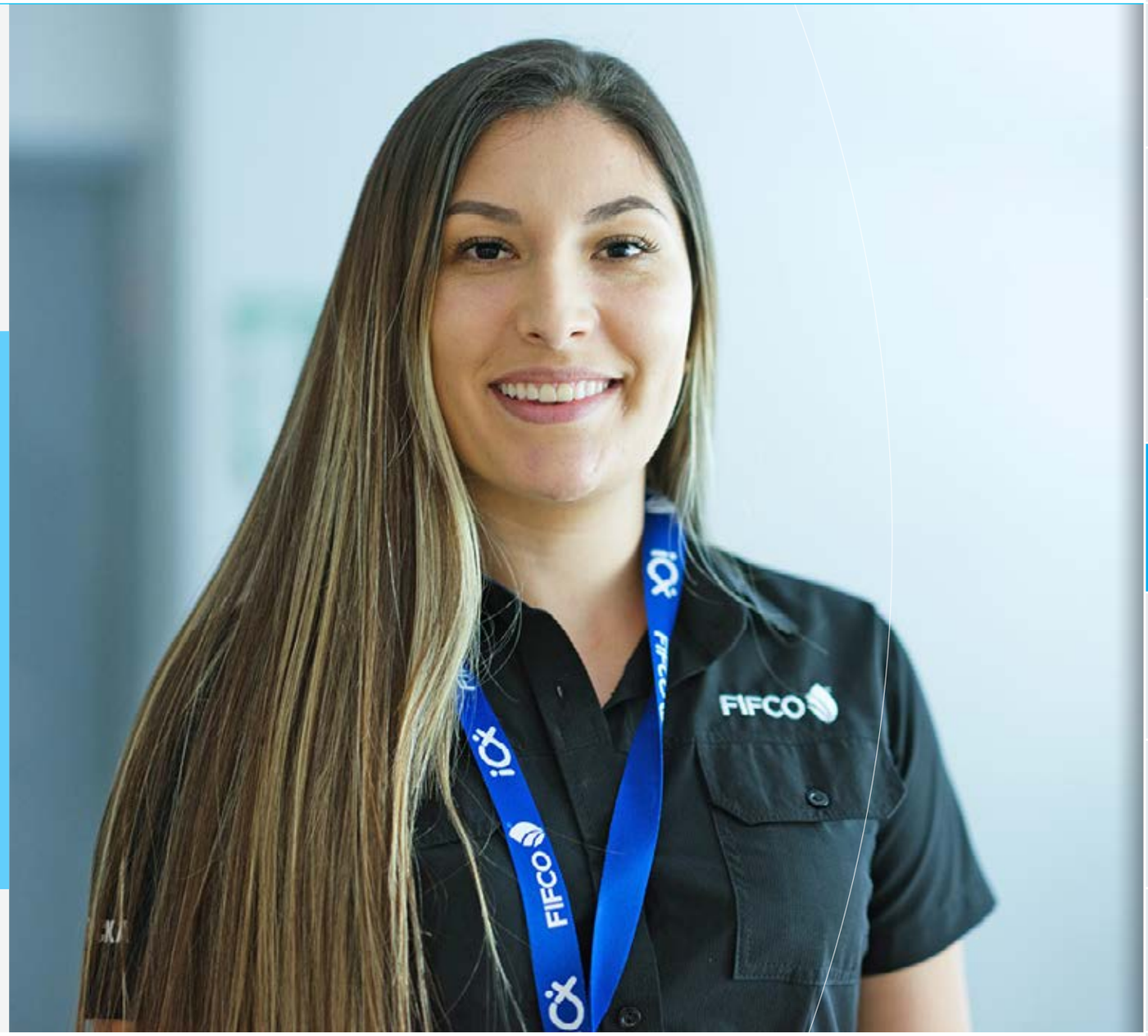
FIFCO continúa firme con su filosofía de **Liderazgo Holístico**, una visión que responde a los nuevos retos del contexto y a la estrategia de evolución de la compañía.

Este enfoque propone un liderazgo más integral y sistémico, orientado a impulsar cambios transformadores y generar un impacto positivo en las personas, la empresa y la sociedad, desarrollando líderes capaces de afrontar los retos de hoy y construir valor para el futuro.

Esta filosofía de liderazgo no solo se enfoca en las personas, sino que refleja el compromiso de FIFCO en ser una empresa que aspira a un nuevo liderazgo bajo las dimensiones ambiental, social y de gobernanza.

Competencias clave del Liderazgo Holístico

1. Liderazgo centrado en propósito
2. Gestión de la diversidad e inclusión
3. Pensamiento emprendedor
4. Pensamiento sistémico



Programas para continuar promoviendo el liderazgo

En 2024, FIFCO priorizó el fortalecimiento de las **habilidades de sus líderes**, enfocándose especialmente en el pensamiento emprendedor y en el valor de la diversidad e inclusión.







Como parte de las iniciativas de pensamiento emprendedor, y tal como se mencionó en el capítulo de Aprendizaje y Desarrollo, en Costa Rica se completó el programa **CREA**, promoviendo el *mindset* emprendedor en un grupo de más de **500** líderes de la organización. Este programa les permitió desarrollar herramientas para enfrentar retos, identificar oportunidades y generar soluciones innovadoras.

Adicionalmente, se implementó un programa de **Liderazgo Holístico** con un enfoque en Pensamiento Emprendedor, combinando teoría y práctica. A través de equipos multidisciplinarios, se fortalecieron las habilidades de emprendimiento y solución de problemas en colaboradores de FIFCO CAM y Retail, consolidando su capacidad para impulsar el cambio en sus respectivas áreas. FIFCO se mantiene fiel a su compromiso de desarrollar líderes capaces de afrontar los retos de hoy y construir valor para el futuro.

Como parte del compromiso de FIFCO por fortalecer las capacidades de liderazgo, se implementaron programas enfocados en desarrollar las competencias esenciales de los líderes, para así generar una base sólida para el liderazgo del futuro.

En el Negocio de Bebidas, se impartió el programa de Liderazgo **PRISMA**, dirigido a un grupo piloto de **40** líderes. PRISMA consta de cinco módulos enfocados en temas clave como metas y objetivos, priorización, toma de decisiones, gestión del cambio, negociación, creación de alianzas y redes, conversaciones cruciales, delegación, reconocimiento, así como herramientas para fomentar el pensamiento creativo, la cocreación, la experimentación y el aprendizaje continuo.

Por su parte, en Guatemala se implementó **Rutas de las Estrellas**, un programa de entrenamiento enfocado en liderazgo inicial, donde se le bridó a los participantes los fundamentos del liderazgo FIFCO, brindándoles las herramientas necesarias para comenzar a desarrollar su potencial y desempeñar roles de liderazgo con mayor confianza y eficacia.



Iniciativas en Costa Rica

En Costa Rica se reforzaron las habilidades de comunicación de los líderes a través del programa **Presentaciones Poderosas**, en el que participaron **140** líderes. Esta iniciativa tiene como objetivo garantizar que los líderes puedan comunicar sus mensajes de manera clara, persuasiva y efectiva ante diferentes audiencias

También se trabajó con el equipo de liderazgo de **Cadena de Abastecimiento**, en fortalecer su liderazgo apoyándose en la metodología de Franklin Covey enfocado en la agilidad y que busca la simplicidad de sus procesos.

Además, se llevaron a cabo capacitaciones enfocadas en el manejo del estrés, la gestión del tiempo con el fin de facilitar habilidades para una sana integración del equilibrio vida trabajo.

En negocio de Hospitalidad se desarrolló el programa **Lidera tu equipo** hacia el éxito, enfocado en promover un clima organizacional positivo, impulsar la productividad del equipo y reforzar la orientación hacia el servicio, tanto interno como externo.

En el negocio de Retail destacan iniciativas como el Programa de Liderazgo **Conexión – Cambio** – Inspirador diseñado para desarrollar habilidades de liderazgo en administradores, supervisores y líderes de puntos de venta, generando mayor conexión y efectividad en sus equipos.

En el negocio de Estados Unidos se realizaron evaluaciones de liderazgo para los líderes clave de la organización. Estas evaluaciones, diseñadas en alineación con el Perfil de Éxito de FIFCO USA, permitieron medir las preferencias de estilo individual, las capacidades de liderazgo y los indicadores clave asociados al desempeño en roles de liderazgo. El equipo de Talento fue capacitado por la firma Spencer Stuart para proporcionar retroalimentación personalizada a los participantes, maximizando el valor de estas evaluaciones como herramienta de desarrollo. Los resultados obtenidos de estas evaluaciones permitieron identificar patrones y tendencias entre los líderes, los cuales servirán como base para diseñar futuras iniciativas de desarrollo dentro de la agenda de aprendizaje organizacional.

Estas iniciativas conjuntas refuerzan el compromiso de la empresa con el desarrollo continuo de sus líderes y la promoción de un liderazgo efectivo en todos los niveles.



Cultura y estrategia

Comprometidos con el involucramiento de los equipos en el crecimiento de la empresa, a lo largo del año se llevaron a cabo tres sesiones de **townhall** en formato virtual, abarcando cada geografía.

Estas reuniones contaron con la participación de los líderes del Comité Ejecutivo, incluido el CEO, y los country managers respectivos de cada negocio. Su objetivo fue fortalecer la comunicación entre la alta dirección y los colaboradores, además de garantizar el seguimiento y el alineamiento con la estrategia de la organización.

A través de este espacio, se compartió **información estratégica** clave sobre el **desempeño del negocio**, los logros alcanzados y los retos futuros, ofreciendo una visión clara y transparente de la dirección de la empresa. Además, se generaron oportunidades para escuchar preguntas y sugerencias de los colaboradores y fomentar un diálogo abierto, promoviendo la cercanía y el compromiso entre el liderazgo y los equipos de trabajo. Estas sesiones facilitan la alineación de los colaboradores con la estrategia organizacional y fortalecen el compromiso de construir juntos el futuro de FIFCO.

En el **Negocio de Bebidas**, Cadena de Abastecimiento llevó a cabo un **rediseño organizacional** con el objetivo de alinear su estructura a la estrategia de Misión Futuro y responder de manera más efectiva a los retos estratégicos de FIFCO. Este rediseño permitió construir una Cadena de Abastecimiento más ágil, simple y empoderada, posicionándose como una palanca clave para el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Como parte de las iniciativas para apoyar la estrategia de FIFCO, el **negocio de Estados Unidos** en colaboración con la consultora Deloitte, realizó un análisis exhaustivo de su estructura organizacional actual y sus iniciativas estratégicas. Integrando principios de diseño organizacional, referencias de mercado y los resultados del diagnóstico de la situación, se desarrolló una propuesta para una nueva estructura organizativa. Esta fue implementada en el mes de octubre, con el objetivo de preparar a la organización para el éxito en 2025 y en los años futuros.

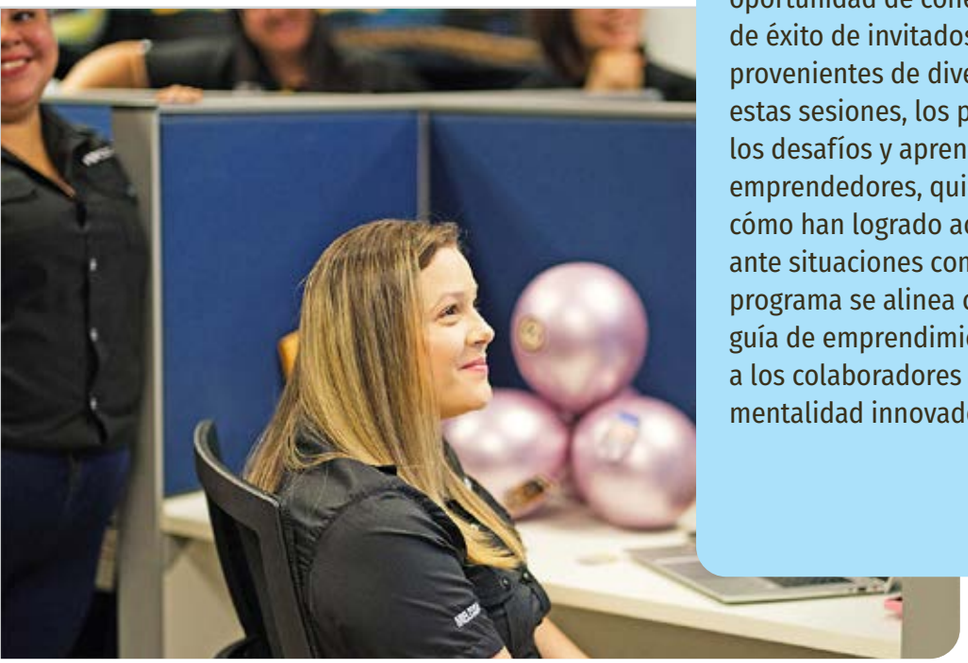


En paralelo, se implementaron esfuerzos continuos para fortalecer los elementos culturales en diferentes equipos, respondiendo a un contexto desafiante donde el trabajo híbrido y la llegada de nuevas generaciones retan a la compañía a mantener su cultura viva y en constante evolución. Por esta razón, se realizaron talleres que permitieron conectar con los elementos más importantes de la cultura FIFCO, como su historia, propósito, principios guía y el modelo de liderazgo.

Soy FIFCO

En **Guatemala**, se dio continuidad al programa **Soy FIFCO**, una iniciativa orientada a fortalecer la cultura organizacional en todos los niveles. En este programa, colaboradores de distintas áreas actúan como embajadores de la cultura FIFCO, y cada tres semanas se facilita un “shot de cultura”. Estos espacios permiten explicar temas clave asignados, abren el espacio a conversaciones de cultura y proponen retos a la acción, fomentando el entendimiento y la aplicación de la cultura de FIFCO.

Con el objetivo de conectar a los nuevos colaboradores con la cultura de FIFCO, se implementó un programa de **Employee Experience** enfocado en la etapa de **onboarding**. Como parte de esta iniciativa, colaboradores capacitados actuaron como **"Buddies"**, brindando acompañamiento cercano y facilitando la integración de los nuevos ingresos a la organización. Esta acción alcanzó un 90% de favorabilidad en la encuesta de satisfacción, destacando su impacto positivo en la adaptación de los nuevos colaboradores y su conexión con la cultura organizacional.



Conversaciones que inspiran

Para reforzar la cultura emprendedora, Guatemala mantiene el programa **Conversaciones que Inspiran**, un espacio de conversatorios bimensuales donde los colaboradores tienen la oportunidad de conectar con historias de éxito de invitados internos y externos provenientes de diversas industrias. En estas sesiones, los participantes conocen los desafíos y aprendizajes de distintos emprendedores, quienes comparten cómo han logrado actuar como dueños ante situaciones complejas. Este programa se alinea con el principio guía de emprendimiento, inspirando a los colaboradores a desarrollar una mentalidad innovadora y resiliente.



De igual forma, se realizaron más de **ocho team buildings** en distintas localidades, impactando a más de **700** colaboradores, tanto operativos como administrativos. Estas actividades tuvieron como objetivo reforzar la estrategia de FIFCO y fortalecer su cultura organizacional, con un enfoque en las cuatro capacidades del futuro, el propósito FIFCO y el reconocimiento. Las sesiones lograron un índice de favorabilidad superior al 90%, evidenciando su impacto positivo en la cohesión y motivación de los equipos.

En FIFCO CAM, se llevó a cabo una **Feria de la Innovación** en la planta, donde el equipo de Investigación y Desarrollo presentó un stand con las innovaciones más destacadas de FIFCO al personal operativo, resaltando los logros alcanzados en el ámbito de la innovación.

Esta iniciativa impactó a más de **500 colaboradores**, quienes vivieron la semana de la innovación a través de diversas experiencias y actividades diseñadas para inspirar y promover una cultura de emprendimiento e innovación innovadora dentro de la organización.

Como parte de los esfuerzos para el logro de la estrategia y potenciar la innovación, el área de **Rocket** del **Negocio de Bebidas** estableció una estructura más sólida para apoyar y gestionar proyectos innovadores, implementando la metodología Stages and Gates. A partir de este modelo, se han formulado varios proyectos, de los cuales se proyecta que alrededor de 60 serán ejecutados en el 2025, reafirmando el compromiso de FIFCO con la innovación.



Clima laboral

Durante el año, se implementó la metodología de **“Pulso”** para llevar a cabo mediciones ágiles, breves y focalizadas sobre el compromiso de los colaboradores con el fin de generar planes de acción en el corto plazo.

Complementariamente, FIFCO realizó por segundo año consecutivo la encuesta corporativa **“Tu Voz”**, diseñada para profundizar en el análisis del clima y la cultura organizacional a través de una visión integral. Esta herramienta, compuesta por 53 frases, evalúa nueve dimensiones clave, incluyendo aspectos fundamentales como liderazgo, cultura, inclusión, diversidad y condiciones laborales, entre otros. La aplicación se realizó en las geografías de Costa Rica y FIFCO CAM, y se logró una destacada participación del **87%** de los colaboradores, obteniendo resultados muy positivos de un **83%** de favorabilidad. Entre las categorías con resultados superiores destacan el liderazgo, cultura y pertenencia, y diversidad.

La evaluación se llevó a cabo a través de una empresa externa, utilizando herramientas digitales para garantizar la confidencialidad. Los resultados obtenidos permitieron establecer comparaciones frente al año anterior, además de profundizar en el análisis por área y generar planes de acción que contribuyan al desarrollo continuo del ambiente laboral en la organización.

Alineamiento Organizacional



UFIFCO
Desarrollando tu potencial

Aprendizaje y desarrollo

Con el objetivo de impulsar el desarrollo de las personas colaboradoras y el éxito sostenible de la empresa, durante el 2024 se implementaron **programas de formación** enfocados en el desarrollo de habilidades clave.

Estas iniciativas fueron diseñadas a partir de un mapa de las necesidades actuales de las áreas y los requerimientos estratégicos de la organización para el futuro.

A lo largo del año, los programas se dirigieron tanto a la actualización de conocimientos técnicos esenciales para las operaciones como al fortalecimiento de habilidades transversales, tales como el análisis de datos, el liderazgo integral y las competencias digitales. Estas acciones preparan a los colaboradores para desempeñarse en un entorno cambiante y dinámico.

FIFCO promueve un modelo híbrido de aprendizaje, que combina la flexibilidad del aprendizaje digital con las experiencias presenciales, asegurando así una formación integral y dinámica. En este sentido, **UFIFCO** ha jugado un papel clave al ofrecer programas basados en rutas de desarrollo y recursos multimedia, facilitando el acceso al conocimiento. Durante este año, se generó contenido de refuerzo adaptado a las necesidades de los equipos, buscando la actualización continua de sus competencias.

CAD-FIFCO Retail

Como parte de las acciones estratégicas, se creó el **Centro de Aprendizaje y Desarrollo** (CAD-FIFCO Retail) para el negocio de Retail, diseñado para proporcionar un entorno estructurado y enriquecedor de formación que facilite el conocimiento y crecimiento integral de los y las colaboradoras. Este espacio fue inaugurado en el mes de enero, consolidándose como un pilar fundamental para el desarrollo del talento.

Entre los principales beneficios de contar con el **CAD–FIFCO** Retail se destacan: la reducción de errores operativos, el incremento en las ventas y el tiquete promedio, el fortalecimiento de la eficiencia y la mejora en la calidad e inocuidad de los productos de panificación. Además, este centro impulsa el desarrollo de habilidades de liderazgo, formando líderes empoderados y preparados para dirigir equipos con éxito.

Programas de formación especializada

Durante el 2024, se ejecutaron programas de formación especializados en diversas áreas, destacando el compromiso de FIFCO por el **crecimiento profesional y el desarrollo de capacidades** en equipos clave de la organización.



En el Negocio de Bebidas, se llevaron a cabo capacitaciones de actualización profesional dirigidas a fortalecer las competencias clave de diversas áreas del Back Office. El equipo de **Tecnología** recibió formación especializada en Cobit e ITIL. Por su parte, el equipo de **Talento** fue parte de un programa de actualización enfocado en las mejores prácticas.

En el **Centro de Servicios Compartido**s, se implementó el programa de **Mejora Continua** con certificación Yellow Belt, y los colaboradores del área de Finanzas completaron un curso de actualización en las normas NIIF, asegurando la alineación con los estándares contables internacionales.

Para las operaciones de manufactura, se mantuvo el programa de **capacitación normativ**a, enfocado en garantizar el cumplimiento de todas las certificaciones y normativas aplicables. Estas formaciones se concentraron en dos áreas clave: el Sistema de Calidad e Inocuidad y el Sistema de Gestión de Seguridad y Ambiente. Como parte de estas acciones, **96** personas obtuvieron la certificación en manipulación de alimentos, y se impartió capacitación en Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), logrando una cobertura del 100% del personal en las tres plantas de manufactura del negocio en Costa Rica.

Como parte de los programas de especialización en el Negocio de **Bebidas**, **5** colaboradores obtuvieron la certificación de Sommelier y **5** colaboradores la Certificación Cervecera, fortaleciendo así sus competencias técnicas y su conocimiento especializado en estas categorías clave.

En **Guatemala**, se implementaron diversos programas de formación y desarrollo, con el objetivo de fortalecer las competencias técnicas, operativas y de liderazgo en los equipos. Entre los programas desarrollados, se destaca la certificación **"Better Process Control School"** (BPCS), enfocada en procesos térmicos avanzados y requerida por la FDA. Esta certificación permite a FIFCO contar con expertos internos capacitados para validar el diseño y la arquitectura de los procesos térmicos, específicamente en la producción de productos de frijol, eliminando la necesidad de asesorías externas.

Como parte del fortalecimiento operativo, se impartió una formación específica en mantenimiento electrónico de la línea **Tetrapack**, dirigida a operadores y líderes de línea, con el objetivo de optimizar el mantenimiento eléctrico en la producción de jugos Tetrapack.

También se implementaron programas orientados a la seguridad industrial, como la formación en trabajos en alturas, espacios confinados y trabajos calientes, además de la capacitación y certificación de brigadistas, asegurando la preparación de los equipos para trabajar en entornos de alto riesgo.

Por último, se desarrolló el programa **"Elevate Top Talent"**, una formación de alto nivel con una duración de 9

meses, dirigida a colaboradores con alto potencial. Este programa tiene como objetivo fortalecer su desarrollo profesional y contribuir a su motivación y retención dentro de la organización. Además, incluyó una certificación en Data Analytics y emprendimiento, impartida por una escuela de negocios y diseñada exclusivamente para FIFCO.

En el negocio de **Retail** se impartieron programas como la **Inducción al Puesto de Polifuncionales** facilitando la integración efectiva de nuevos colaboradores en sus funciones. La **Certificación LDCOM** se enfocó en la gestión de inventarios y operaciones logísticas en los puntos de venta. La **Gira País Musmanni - Calidad del Pan** ofreció 416 horas de formación técnica y operativa, garantizando la calidad y el adecuado desempeño en la operación diaria de los productos de la marca.

En el negocio de **Hospitalidad** se llevaron a cabo los talleres **Survivor–Cuerdas bajas**, diseñados para fortalecer las habilidades blandas alineado con los valores y principios guias de FIFCO, con un enfoque en el trabajo en equipo, la comunicación, el servicio al cliente y la planificación. Adicionalmente, se implementó un programa de capacitación en nivel básico de inglés, brindando herramientas clave para el desarrollo profesional de los equipos en un entorno turístico y de servicio.



En el negocio de **Estados Unidos**, se dio continuidad a los programas anuales de capacitación enfocados en fortalecer las capacidades y buenas prácticas en todas las áreas. Entre los programas desarrollados destacan **Consumo Inteligente**, **Buenas Prácticas de Manufactura**, **Política sobre Drogas y Alcohol**, y Capacitación en **Sospecha Razonable**, este último dirigido a gerentes y supervisores. Adicionalmente, se impartieron entrenamientos en ciberseguridad y en temas de salud, seguridad y medio ambiente, reforzando el compromiso con el desarrollo profesional y el cumplimiento normativo.

Programa Educación Dual

En Costa Rica, se continúa trabajando el programa de **educación dual** en alianza con el Instituto Nacional de Aprendizaje, que permite a nuevos talentos adquirir habilidades técnicas en una modalidad que combina la enseñanza teórica y práctica en dos entornos: el centro educativo y la empresa, asegurando una formación integral que responde a las demandas del mercado.

Durante este año, se llevó a cabo la graduación de la segunda generación del programa, ampliando su alcance y beneficiando a un mayor número de personas. Además, ya se inició con los participantes de la tercera generación, demostrando la continuidad y relevancia del programa que se consolida como una herramienta clave para el desarrollo de habilidades técnicas y el fortalecimiento de la empleabilidad.

La implementación del programa se reforzó y amplió en diversas áreas de negocio. En el Negocio de **Bebidas** se ofreció el Técnico Operador de Procesos Productivos, dirigido tanto a colaboradores internos como a participantes externos, fortaleciendo sus capacidades técnicas y promoviendo el aprendizaje práctico. En el Negocio de **Retail** se continuó con el Técnico en Administración de Puntos de Venta, enfocado en la gestión de inventarios, administración y servicio al cliente, áreas clave para la operación.

En el Negocio de **Hospitalidad**, se celebraron **10 años de formación dual continúa**, graduando en 2024 a un total de 30 estudiantes. Durante el año, se mantuvieron los programas de Operaciones de Asistencia en la Cocina (Gastronomía) y Operaciones de Servicio en Alimentos y Bebidas (Bar-Salón). Además, se implementó el Técnico en Mantenimiento de Habitaciones para Alojamiento Temporal, todos orientados a potenciar el talento en sectores estratégicos de la industria de la hospitalidad.

La continuidad y expansión de este programa refleja el compromiso de FIFCO con la formación profesional, contribuyendo al crecimiento de las personas y el fortalecimiento de la comunidad.



Pensamiento emprendedor e innovación

Durante este año, se trabajó en el desarrollo del **pensamiento emprendedor** como una de las capacidades del líder holístico y herramienta para potenciar la innovación dentro de la organización.

El emprendimiento, entendido en FIFCO como la capacidad de innovar y construir soluciones efectivas a los desafíos, ha sido priorizado en respuesta a los retos estratégicos que enfrenta la compañía. Este enfoque promueve el empoderamiento, la creatividad y la experimentación, reconociendo que la diversidad de perspectivas es esencial para generar nuevas ideas y soluciones innovadoras.

El proceso inició con un programa piloto dirigido al personal de Retail, el cual fue posteriormente ampliado a los equipos de FIFCO CAM. Esta formación, de carácter teórico-práctico, permitió a los participantes aprender e implementar una metodología que les brindó herramientas para profundizar en los problemas y encontrar soluciones bajo el enfoque del "cómo sí". Como parte del programa, los colaboradores desarrollaron proyectos aplicables a su día a día, generando un impacto directo en la eficiencia y la mejora continua de sus áreas de trabajo.





Como parte de las iniciativas para reforzar el pensamiento emprendedor, se llevó a cabo el programa **CREA**, enfocado en desarrollar la mentalidad emprendedora desde la perspectiva del *mindset*. Adoptar una mentalidad emprendedora implica cultivar actitudes, habilidades y comportamientos que faciliten la identificación de oportunidades, la innovación y la resolución de problemas. Estas sesiones, realizadas en octubre, impactaron a **500** líderes de Costa Rica, fortaleciendo sus capacidades para aportar soluciones innovadoras.

En el Negocio de Retail, se llevó a cabo el programa **Mentalidad Emprendedora**, una iniciativa diseñada para impulsar el espíritu emprendedor de los colaboradores, invitándolos a emprender un negocio o a compartir proyectos de emprendimiento que ya estuvieran desarrollando.

Al orientar a los líderes hacia el emprendimiento y la innovación, FIFCO fortalece su capacidad para adaptarse a un entorno dinámico, identificando oportunidades y desarrollando propuestas que impulsan el crecimiento sostenible de la organización.

Capacitaciones | Guatemala

En Guatemala, durante la segunda semana de noviembre, todos los colaboradores participaron en **capacitaciones** basadas en el principio guía de emprendimiento y pensamiento emprendedor. Los temas abordados incluyeron Data Mind, Gestión de Proyectos de Innovación, Liderazgo y Mentalidad Emprendedora, fortaleciendo competencias clave para impulsar la innovación.

Analítica de datos

En el 2024 se trabajó en el fortalecimiento del uso de datos para la toma de decisiones a través de la Academia de Datos, liderada por el **Centro de Excelencia de Analítica Avanzada**.



Este programa, alineado con la estrategia de la compañía, ofreció módulos específicos según los roles de los participantes, con el objetivo de potenciar decisiones basadas en datos como un pilar clave para enfrentar los retos del futuro.
En esta edición, el programa impactó a **327** colaboradores del Negocio de Bebidas quienes fortalecieron habilidades clave como calidad de datos, pensamiento crítico, analítica descriptiva y herramientas como Tableau, entre otras.

De forma complementaria y dando continuidad al proceso iniciado en el 2023, en el Negocio de Bebidas se implementó un modelo de aprendizaje asincrónico a través de la plataforma **DataCamp**. En ella, se desarrollaron rutas de carrera específicas para los puestos impactados, con el objetivo de fortalecer el perfil profesional de los participantes.

Adicionalmente, como parte de los esfuerzos iniciados el año anterior, se finalizó el programa de Excel, beneficiando a **272** colaboradores de las áreas de Ventas y Cadena de Abastecimiento, consolidando sus habilidades en el manejo de datos y optimización de procesos.

Habilidades comerciales

A lo largo de las operaciones se implementaron diferentes programas para reforzar las **habilidades comerciales** como negociación, venta consultiva y servicio al cliente.

En Costa Rica, el Negocio de Bebidas implementó el programa de capacitación comercial **Route to Market 2.0**, diseñado para transformar al equipo de ventas en asesores estratégicos. Su objetivo fortalecer las capacidades en la gestión comercial y el desarrollo de relaciones efectivas con los clientes. Durante el 2024, **93** colaboradores de las diferentes regiones participaron en la capacitación que abordó temas como segmentación de clientes, revisión de negocio, planes de desarrollo y el uso de herramientas como **Fill** y **Club Fill**.

Adicionalmente, todos los Gerentes Regionales y Supervisores participaron en un programa de **Train the Trainers** para replicar el conocimiento en todas las regiones del país. Este enfoque fortaleció las capacidades de liderazgo y brindó herramientas para ampliar el impacto de la capacitación a nivel nacional.

En mercadeo, se llevó a cabo el **Bootcamp de Planeamiento Estratégico de Marcas**, un programa diseñado a la medida con Miami Ad School para fortalecer las habilidades de planeamiento estratégico del equipo. Participaron **40** colaboradores en esta experiencia, que les permitió interactuar directamente con profesores activos en la industria, aportando una perspectiva práctica y actualizada sobre los retos y tendencias actuales del mercado.

Como parte de los esfuerzos por fortalecer las habilidades comerciales en el Negocio de Retail, se implementaron dos programas de formación enfocados en optimizar la gestión de los puntos de venta.
El **Programa Pa' Lante**: **Desarrollo de Futuros Líderes del Negocio**, dirigido a polifuncionales, tuvo como objetivo capacitar en principios teóricos y prácticas efectivas para la gestión exitosa de los puntos de venta.

Su enfoque principal se centró en optimizar las operaciones del PDV, mejorar la experiencia del cliente y aumentar la rentabilidad, preparando a los colaboradores para desempeñarse con mayor eficiencia en un entorno competitivo.

Por otro lado, el Taller de Ventas: **Maximizando el Tiquete Promedio**, dirigido a administradores de puntos de venta y polifuncionales, destinó **879** horas de formación para brindar estrategias avanzadas que permiten maximizar el valor de cada venta. Este programa puso énfasis en el incremento del tiquete promedio en los puntos de venta, proporcionando herramientas prácticas y aplicables a la operación diaria.

En negocio de Hospitalidad, se diseñó e implementó un programa de capacitación de servicio al cliente enfocado en establecer pautas y estándares claros para garantizar una experiencia consistente y de calidad en la interacción con los clientes.



Gestión del cambio

En FIFCO, se continúan fortaleciendo las habilidades organizacionales para integrar la **Gestión de Cambio** en los diferentes proyectos e iniciativas.

Durante el 2024, se capacitó a equipos de diferentes áreas, asegurando que las capacidades necesarias estén presentes desde la definición del acta de constitución hasta la implementación de los proyectos, fomentando la adopción a través de los propios miembros de los equipos.

El rol de Gestión de Cambio tanto como forma de trabajo, así como la estructura del equipo, se fortaleció mediante la alineación de prioridades estratégicas, roles y procesos con el equipo de Transformación y Tecnología. Como parte de las iniciativas, el equipo de Gestión de Cambio recibió una capacitación de 20 horas, abordando conceptos, herramientas y casos según las fases de la metodología de proyectos de FIFCO, así como el modelo de los 5 pasos de Gestión de Cambio.

Por otra parte, se realizó un diagnóstico del conocimiento y de la aplicación del rol de Gestión de Cambio a todo el equipo de Talento con el fin de diseñar una capacitación teórico-práctica que permita potenciar habilidades de cambio en el equipo, reforzar conocimientos y definir una forma de trabajo para su respectiva aplicación en todas las áreas del negocio.

En proyectos de transformación se aplica la metodología y herramientas para garantizar una adopción exitosa y positiva para las personas, especialmente en proyectos tecnológicos y otros cruciales para la transformación de la empresa. Además, se estableció una propuesta de transición al negocio para trabajar la adopción de los proyectos desde etapas iniciales, esto con el fin de mantener al negocio involucrado en las decisiones estratégicas durante la implementación del proyecto y construir el modelo de gobernanza previo a la entrega al negocio desde tres frentes: tecnología, procesos y personas.



FIFCO | Horas de capacitación impartidas durante el 2023

Nivel	2020	2021	2022	2023	2024
Operativo	57.556	22.849	41.013	59.326	46,864
Profesional	29.236	8.521	19.792	13.453	19,886
Gerencial	8.183	6.482	4.175	8.700	50,524
Total	94.975	37.852	64.980	81.480	117,274

Operativo				Mandos Medios				Gerencial			
Femenino		Masculino		Femenino		Masculino		Femenino		Masculino	
2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024
27%	33%	73%	67%	39%	51%	61%	49%	19%	32%	81%	68%

Política de Derechos Humanos

FIFCO da seguimiento continuamente a su política de **derechos humanos,** disponible para todos los públicos de interés.

Se sustenta en principios universalmente reconocidos, como la Declaración Universal de Derechos Humanos (DUDH), la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y los Principios de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) sobre las empresas y los derechos humanos; reflejando el compromiso de la empresa con **estándares internacionales** que promueven la equidad, la justicia y el respeto a la dignidad humana.

Cabe destacar que esta política se complementa con **otras normativas y estándares internos** de la compañía, incluyendo el Código de Ética, políticas de proveedor responsable, salud y seguridad ocupacional, y la política contra el hostigamiento y el acoso sexual.
La integración de estas políticas fortalece el marco ético y normativo de FIFCO, garantizando un entorno laboral y comercial basado en **principios** sólidos de responsabilidad social y respeto a los derechos fundamentales.

Inclusión y diversidad

Como parte de la continuidad en la estrategia de diversidad e inclusión, FIFCO reafirma su compromiso para los próximos años con la diversidad, la **inclusión y el respeto de las personas**, implementando acciones concretas ajustadas a las particularidades de cada geografía.





En FIFCO se trabaja el fortalecimiento de las habilidades de las personas de forma integral como individuos, contribuyendo a construir ser su mejor versión, tanto en su trabajo como en su vida personal.

Durante el 2024, se implementaron **acciones concretas** que refuerzan el compromiso de FIFCO con la **diversidad, la inclusión y el respeto** hacia las personas en todas sus geografías.

En Costa Rica por noveno año consecutivo la empresa firmó la **Declaración de San José**, comprometiéndose a trabajar a favor de los Derechos Humanos de las personas LGTBIQ+.

En línea con la filosofía de inclusión, FIFCO fomenta un **entorno colaborativo** que evita la polarización y la competencia de género, promoviendo en su lugar la **complementariedad** y el **valor del potencial individual**. Esto se refleja en iniciativas como la equidad salarial, asegurando que no exista diferencia de género en las compensaciones, y en la filosofía de diversidad, que busca capitalizar las diferencias como un valor fundamental dentro del modelo de liderazgo de la empresa.

Durante el año, se logró la incorporación de **5** colaboradores, quienes se han integrado de manera exitosa gracias a la implementación de herramientas como el lenguaje de señas.

SUMA

Como parte del enfoque de liderazgo holístico, FIFCO desarrolló el programa **SUMA**, una serie de talleres de sensibilización y capacitación enfocados en la diversidad, la inclusión y la gestión de sesgos inconscientes. Este programa, facilitado por una consultora experta, inició en agosto con los líderes del Negocio de Bebidas y posteriormente se extendió a los equipos de Retail y Hospitalidad, impactando a más de 500 líderes en total. Como parte de su continuidad. SUMA promovió la filosofía de diversidad de FIFCO, donde la compañía busca **sumar desde las diferencias y capitalizar el valor de la diversidad** como un elemento clave del modelo de liderazgo. Esta visión entiende que la diversidad enriquece la innovación al integrar perspectivas distintas, permitiendo enfrentar los desafíos con soluciones más creativas y efectivas.



El enfoque de SUMA está alineado con la estrategia del negocio, creando condiciones de igualdad de oportunidades y minimizando los sesgos inconscientes que influyen en la toma de decisiones. De esta manera, se fortalece la conexión entre diversidad, liderazgo e innovación, impulsando el desarrollo de una cultura organizacional inclusiva e innovadora.

El programa SUMA se implementará en Guatemala en enero de 2025.

En Guatemala, se dio continuidad al programa **FIFCO Sin Límites**, enfocado en la inclusión de personas con discapacidad auditiva en las operaciones. Esta iniciativa ha generado espacios seguros e inclusivos, y también ha contribuido a sensibilizar a la organización promoviendo una cultura más inclusiva y equitativa. Como resultado de estos esfuerzos, FIFCO Guatemala recibió una mención honorífica de la **Organización de Pro Ciegos y Sordos**, que la reconoció como una empresa con prácticas inclusivas destacadas en el país.

Por otra parte, se mantiene **Líderes en Construcción**, donde más de 75 colaboradores han participado en este programa durante los 3 años de desarrollo. Esta iniciativa, estructurada en seis sesiones de coaching, está enfocada en promover nuevas perspectivas sobre la masculinidad positiva. A través de estos espacios, se fomenta la vulnerabilidad, la expresión de sentimientos, la comunicación efectiva y la gestión de relaciones, abordando prácticas concretas para promover la igualdad.

Entre Maes

El negocio de hospitalidad realizó el primer evento de género enfocado en hombres, **Entre Maes**, con la participación de 80 asistentes, incluyendo organizaciones aliadas, academia, entidades públicas y miembros de la comunidad. Este evento abordó temas como nuevas masculinidades, corresponsabilidad en el cuido, paternidad presente, y la promoción de la salud física y mental en hombres.





En el marco del respeto y la creación de entornos seguros, Guatemala lanzó la campaña **Despliegue Anti Bullying**, dirigida a más de **400** colaboradores del área de cadena de abastecimiento. Esta iniciativa se enfocó en los valores de respeto, unidad y la política de puertas abiertas de FIFCO, promoviendo el uso de la línea ética ante situaciones que no estén alineadas con la cultura organizacional. La campaña incluyó materiales audiovisuales, gráficos y mensajes de líderes, subrayando la importancia de fomentar espacios seguros y de confianza.

Además de las iniciativas mencionadas, se mantiene el calendario de comunicación y celebración de fechas especiales que refuerzan mensajes alusivos a la inclusión y diversidad. Estas acciones subrayan el compromiso continuo de la empresa con la creación y mantenimiento de un entorno laboral seguro, inclusivo y diverso y la determinación de la empresa en avanzar hacia una cultura organizacional que promueva la diversidad en todas sus formas y niveles.

En el negocio de hospitalidad, se concluyeron los talleres **Aliados para la Inclusión**, donde se formaron 15 personas de los comités de género y equipos de Recursos Humanos en conductas aliadas para promover la igualdad y fortalecer una cultura de inclusión dentro de la organización.

En el negocio de Estados Unidos, se dio continuidad a los talleres de **“Inclusión Consciente”**, ampliando el alcance de su audiencia a más líderes. Estas sesiones, que combinan actividades interactivas y discusiones grupales, permitieron a los participantes profundizar en el entendimiento de los sesgos inconscientes, la autoconciencia como herramienta para eliminar prejuicios y la importancia de promover un entorno de trabajo inclusivo.

Estrategia organizacional de género FIFCO Hospitalidad

En el año 2022 con apoyo de Voces Vitales Costa Rica, se aplicó un diagnóstico empresarial de Naciones Unidas llamado Principios "**WEPS**" (Women Empowerment Principles) en las operaciones de Hospitalidad para evaluar las áreas de oportunidad y abordar iniciativas que promuevan más **visibilidad hacia temas de inclusión y género** a lo interno del resort. Como parte de las acciones en esta línea, en 2024 se llevaron a cabo varios eventos.



Kivelix Trophy

Reserva Conchal se convirtió por segundo año consecutivo en la sede principal del evento de ciclismo femenino de montaña **Kivelix Trophy**, el cual busca la inclusión de la mujer y su empoderamiento a través de la práctica del deporte. Un evento planeado para un 100% de competidoras femeninas en 10 diferentes categorías donde participaron 200 personas.

Me cuido por mí

Por segundo año consecutivo se llevó a cabo el evento **Me cuido por mí**, con la participación de **150** mujeres, incluyendo colaboradoras, mujeres de comunidades vecinas, instituciones aliadas y ONG's. Esta actividad tuvo como objetivo generar espacios para promover la sororidad, el autocuidado, el bienestar y la salud integral de las mujeres en Guanacaste.



Adicionalmente, se realizaron diversas actividades complementarias, como un taller sobre sesgos dirigido al equipo gerencial, una charla titulada **"Mujer, sociedad y empresa"**, enfocada en sensibilizar y visibilizar los roles de la mujer en la sociedad actual, y tres espacios de conversación sobre **"Maternidad y paternidad en equilibrio"**, dirigidos a colaboradores de los hoteles y Reserva Conchal, fomentando la reflexión y balance en roles.

Entre Maes

Como se mencionó, este fue el primer evento de género enfocado en hombres, con una asistencia de **80** personas. 50% de ellos colaboradores de Hospitalidad y 50% externos, que incluyen también organizaciones aliadas, academia, entidades públicas y comunidad. Se promovieron temas como las nuevas masculinidades, la corresponsabilidad en el cuido, la paternidad presente, la promoción de la salud física y la salud mental en hombres.

AstroDesarrollo

FIFCO logró **reducir su índice de Pobreza Multidimensional Empresarial** (IPMe) y con ello, mejorar la condición de decenas de hogares de personas colaboradoras, contribuyendo significativamente a la meta **ESG #6:** “Reducir en un 50% el porcentaje de colaboradores en pobreza multidimensional”.

Mejora de la condición de 97 hogares de personas colaboradoras FIFCO.

La meta es lograr una reducción del **50%** de la línea base. **La compañía está a 0,26 puntos de alcanzar la meta.**



FIFCO | IPMe

REDUCCIÓN A

5,80%

Disminución de **3,72** puntos porcentuales respecto al **9,52%** registrado en 2023

Abordajes para lograr disminuir el IPMe

Dimensión	Indicador	Cantidad de personas intervenidas
Protección Social	Personas con discapacidad sin transferencia	32
Salud	Sin Seguro de Salud	203
	Sin Eliminación de Excretas	29
Educación	Rezago Educativo	4
	No Asiste a la Educación Formal	58
Trabajo	Salario Mínimo	205
	Incidencias Laborales	121
	Total Cierres 2024	**652**





Iniciativas Especiales



- **Feria de Emprendimiento "AstroEmprende"**
  Dos eventos diseñados para fomentar y apoyar emprendimientos de las personas colaboradoras y sus familias. Con la participación de 32 emprendimientos, cada uno presentando sus productos y/o servicios.

- **Taller Presencial de Educación Financiera Astro Kids**
  Se llevó a cabo un taller financiero en colaboración con Grupo Mutual, dirigido a 25 niñas y niños familiares de personas colaboradoras.

- Se llevó a cabo un **Taller Virtual de Empleabilidad**, que constó de **4 módulos** y una duración total de 8 horas. Este taller estuvo dirigido a familiares de colaboradores en situación de desempleo y contó con la participación de **21 personas**. Su objetivo fue desarrollar habilidades clave para la búsqueda de empleo, incluyendo la mejora del currículum, la práctica de entrevistas y el fortalecimiento de habilidades interpersonales y de comunicación. El taller fue impartido por la Lic. en Psicología Pamela Céspedes.

- **Psicología Clínica:** Atención presencial y virtual a personas colaboradoras, pareja e hijos (as), para un promedio de 21 personas atendidas mensualmente durante el 2024.

Aliados AstroDesarrollo

- Horizonte Positivo
- JMR Consultora Social
- Oficina del Consumidor Financiero
- Grupo Mutual
- Efecto Boomerang
- Presencia ConSient
- Hospital Metropolitano
- Nutricionista Valery Vargas Q.
- Universidad Castro Carazo
- EJP Capacitaciones Empresariales
- Clap Studio

Webinars y talleres impartidos

Dimensión	Charla/Taller	Cantidad de personas
Educación / Trabajo	Empoderamiento para el Liderazgo	148
	Movember: Una oportunidad para los hombres de aprender sobre el autocuido y la reconexión emocional	65
Finanzas	¿Cómo influyen mis emociones en mis decisiones financieras?	103
	Todo sobre Créditos Informales	90
	Aprovechá al Máximo tu Aguinaldo	70
Salud	Crianza Respetuosa I	137
	Crianza Respetuosa II	95
	Reinventando Nuestra Maternidad	57
Finanzas	¿Cómo Sacarle Provecho a la Canasta Básica?	80
Trabajo	Tus Primeros Pasos Laborales	147
	Total cantidad de personas impactadas 2024	992

AstroDesarrollo | Hospitalidad

Como parte de las estrategias para el desarrollo multidimensional en Hospitalidad se ejecutaron acciones en ámbitos como: educación, salud, vivienda y aseguramiento, que permitieron **reducir en 10,47 puntos porcentuales la incidencia de pobreza multidimensional** en el periodo 2023-2024.

Se continúa trabajando con varios grupos en lecciones presenciales para que las personas estudiantes finalicen el bachillerato por madurez y tercer ciclo (séptimo, octavo y noveno), así como procesos con la CCSS para otorgar seguros médicos a familiares de colaboradores a través del servicio de protección social familiar.

Se lanzó un plan piloto de acompañamiento a 10 casos puntuales de endeudamientos medios y altos, con una metodología basada en la economía del comportamiento, impartida por un equipo de profesionales en psicología y mentores financieros durante un periodo de 12 meses.



AstroDesarrollo | Guatemala

A partir de una revisión de la situación en FIFCO Guatemala, se desarrolló e implementó una herramienta adaptada, logrando un **86%** de participación en su primera implementación

Los resultados mostraron una incidencia del **6,1%** en personas con alta vulnerabilidad (12 hogares) y del **28,9%** en vulnerabilidad media (53 hogares).

Esta herramienta se basa en indicadores clave que abarcan diversas áreas fundamentales para el bienestar de las personas colaboradoras y sus hogares, el cual incluye un plan de acción en las siguientes dimensiones:

- **Educación y Cultura**
- **Hábitat y Servicios Básicos**
- **Finanzas**
- **Salud Integral**

Aliados AstroDesarrollo Guatemala

- **Horizonte Positivo**
- **Claudia Luján (Trabajadora Social)**
- **Sara Ruano (Psicóloga familiar).**



Mujeres en posiciones de liderazgo

Como parte del compromiso con el crecimiento de **mujeres en roles de liderazgo**, se mantiene un seguimiento riguroso a los procesos de selección, promoción y desarrollo de carrera en cada geografía, asegurando la identificación y el crecimiento de candidatas calificadas dentro de la organización.

Al cierre del año, FIFCO alcanzó un **38%** de mujeres en posiciones de liderazgo, avanzando de manera constante hacia la meta del **40%** para el 2027. Si bien se ha logrado ocupar nuevas posiciones con talento femenino, el indicador debe medirse anualmente, debido a la rotación natural de personal, lo que refuerza la necesidad de dar un seguimiento continuo a lo largo del año.

En el negocio de Bebidas se han generado nuevas oportunidades para la participación de mujeres en roles comerciales y posiciones de liderazgo, buscando potenciar los resultados del negocio, y promover la diversidad en áreas tradicionalmente ocupadas por hombres. Como parte de esta estrategia, recientemente se nombraron tres gerentes regionales y cuatro supervisoras, incluidas posiciones en zonas rurales como San Carlos y Puntarenas. Además, se designó a la primera vendedora en las zonas de Ciudad Neilly y San Isidro, marcando un hito en la apertura de nuevos espacios para el talento femenino.

Para fortalecer el empoderamiento de las mujeres, se han implementado diversas iniciativas específicas en las geografías. En el Negocio de Costa Rica, el Centro de Servicios Compartidos lanzó la iniciativa **Faro Rosa**, un espacio mensual diseñado para que las mujeres puedan acompañarse, compartir experiencias, fortalecer sus vínculos y desarrollar su liderazgo a través de conversaciones de valor y el intercambio de conocimiento.

Por su parte, en Guatemala, se desarrolló el programa **FIFCO MUJERES**, un programa de coaching personal y profesional dirigido a más de **20** colaboradoras. A través de 6 sesiones, las participantes trabajaron en objetivos clave como el empoderamiento para la consecución de metas, la gestión emocional y el desarrollo del liderazgo. Este programa piloto impactó positivamente en **25** mujeres, consolidando sus habilidades y motivándolas a alcanzar su mejor versión personal y profesional.

Bienestar integral

En FIFCO se promueve la calidad de vida y el **bienestar integral** de las personas colaboradoras.

Durante el año se implementaron diversas iniciativas de bienestar enfocadas en promover un estilo de vida saludable, el equilibrio entre la vida personal y laboral, y fortalecer la convivencia entre colaboradores y sus familias.

Como parte de las iniciativas, en el **negocio de Retail**, se lanzó un nuevo modelo de compensación y beneficios bajo el programa **Transformamos tu experiencia**, con el propósito de reforzar un entorno laboral que fomente el bienestar y la satisfacción de los colaboradores, promoviendo un mayor compromiso, productividad y sentido de pertenencia hacia la empresa.

El **negocio de Hospitalidad** también desarrolló un proyecto de diseño e implementación de un portafolio de compensación y beneficios que promueva la retención de talento y contribuya al bienestar de los colaboradores. La implementación comenzó este 2024 e incluye medidas como la revisión de permisos con goce de salario, la implementación de días personales, descuentos, flexibilidad laboral, teletrabajo, entre otros.

Asimismo, como parte de las iniciativas de bienestar, se rediseñó el menú del comedor de colaboradores, ofreciendo opciones nutricionalmente balanceadas y variadas, completamente subvencionadas por la empresa. Además, se optimizó el servicio de transporte mediante la selección de un nuevo proveedor que garantiza seguridad y comodidad, mejorando significativamente las condiciones para los colaboradores que recorren rutas de hasta dos horas diarias.

En el **Negocio de Bebidas**, se llevó a cabo una revisión y mejora de las jornadas de trabajo para los equipos operativos de la Cadena de Abastecimiento, con el objetivo de promover el bienestar de los colaboradores y lograr un mejor equilibrio entre la vida personal y laboral.

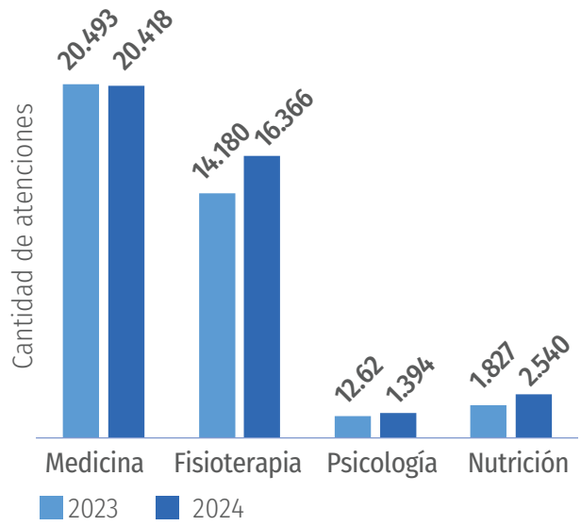
En Costa Rica, el programa **Estar Bien**, vigente desde 2015, se enfoca en el bienestar integral de los colaboradores, ofreciendo espacios de trabajo seguros y

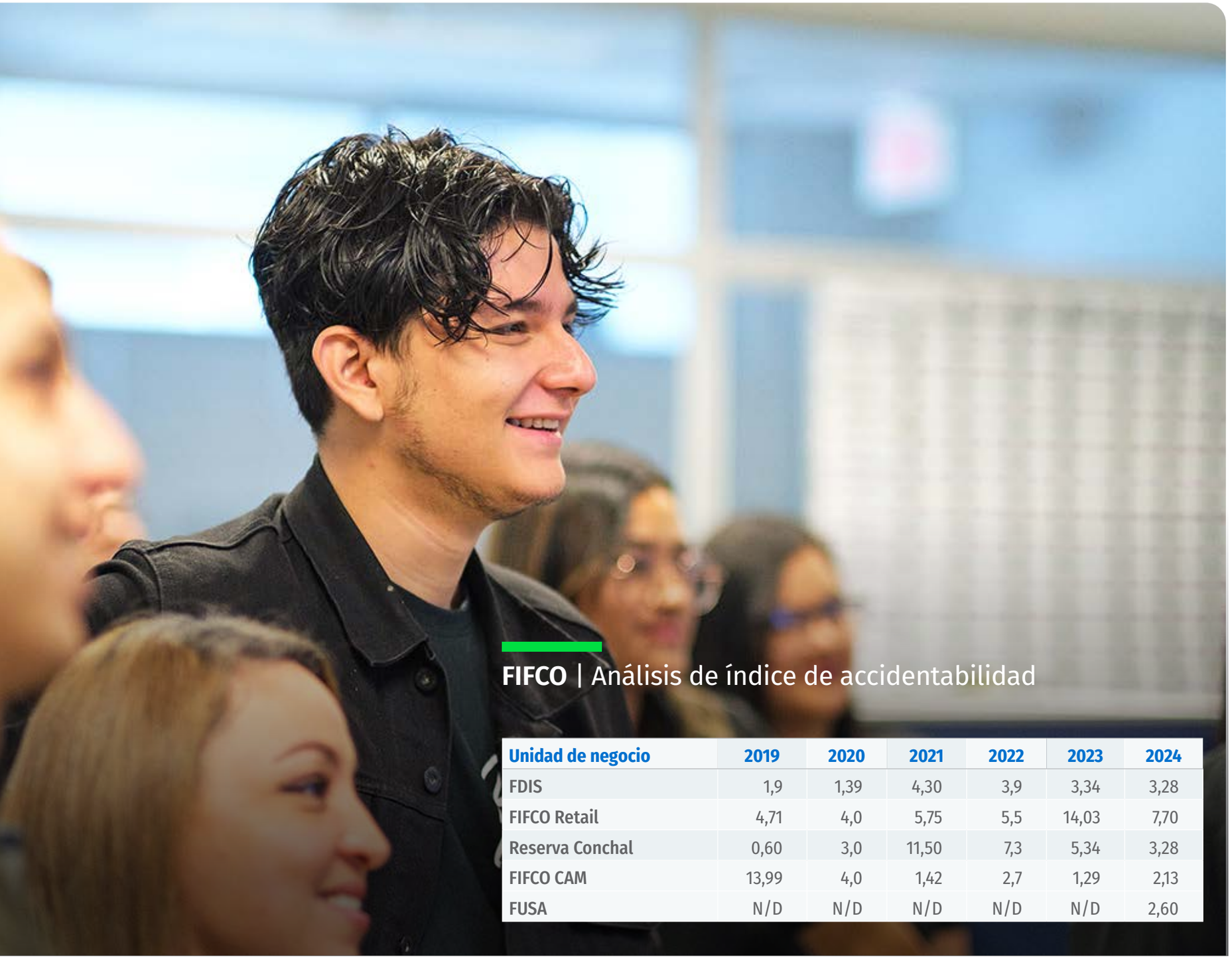


acceso a servicios de salud de calidad. Este programa incluye atención en medicina de empresa y laboral, fisioterapia, rehabilitación, hidroterapia, nutrición y apoyo psicológico, asegurando una cobertura integral de las necesidades físicas y emocionales de nuestra población.

Además, promueve un estilo de vida activo a través de clases grupales de actividad física, que abarcan disciplinas como atletismo, spinning, entrenamiento funcional, circuitos, y ejercicios de movilidad, adaptándose a las capacidades y objetivos de los participantes.

Servicios de salud FIFCO
Costa Rica 2024





FIFCO | Análisis de índice de accidentabilidad

Unidad de negocio	2019	2020	2021	2022	2023	2024
FDIS	1,9	1,39	4,30	3,9	3,34	3,28
FIFCO Retail	4,71	4,0	5,75	5,5	14,03	7,70
Reserva Conchal	0,60	3,0	11,50	7,3	5,34	3,28
FIFCO CAM	13,99	4,0	1,42	2,7	1,29	2,13
FUSA	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	2,60

En los servicios de salud ofrecidos en el negocio de Costa Rica a los colaboradores del Gran Área Metropolitana como en zonas rurales, se brindaron un total de **40,718** atenciones en el año 2024, alcanzando un incremento en la cobertura respecto a 2023: un 10% en psicología y salud mental, 15% en fisioterapia y rehabilitación, y 39% en nutrición
Esto refleja el avance hacia la ampliación en la cobertura de los servicios de salud que se ofrece actualmente. Estos servicios abarcaron atenciones curativas, como tratamiento de lesiones, enfermedades comunes y emergencias menores, así como servicios preventivos, incluyendo chequeos médicos, vacunación, monitoreo de condiciones crónicas y programas de salud ocupacional.

En el ámbito preventivo, se llevaron a cabo evaluaciones de salud orientadas a identificar riesgos laborales y promover hábitos saludables, impactando positivamente en la detección temprana de enfermedades y orientando siempre avanzar en la prevención para lograr una reducción de ausentismo laboral. Además, en zonas rurales, se implementaron estrategias para garantizar el aprovechamiento de los servicios, la identificación temprana de lesiones que puedan generar una enfermedad laboral y ampliar el acceso de las diferentes áreas a las terapias preventivas y curativas.

Estar Bien Costa Rica / Logros del programa

- **Campaña de Salud Bucodental:** Con la participación de 135 colaboradores, se promovieron hábitos de higiene dental y revisiones periódicas para mejorar la salud bucal.

- **Campaña de Salud Visual:** Su objetivo fue sensibilizar a los colaboradores sobre la importancia de cuidar la salud ocular, ofreciendo recursos y actividades para prevenir problemas visuales relacionados con el trabajo y la vida diaria. Se incluyó material informativo, guías de ejercicios para prevenir la fatiga visual, diagnostico visual gratuita. Participaron en total 40 personas.

- **Campaña de Vacunación Influenza estacional 2024:** En colaboración con la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS), se aplicaron 775 vacunas, protegiendo la salud de colaboradores y sus familias.

- **Campaña de Donación de Sangre:** En alianza con el Banco Nacional de Sangre, se obtuvieron 50 donaciones en 4 puntos habilitados durante el mes de junio

- **Reto de nutrición 2024 – Guerreros de Batalla:** Este año, el reto de nutrición se organizó por equipos, donde los participantes obtenían puntos por aumento de masa muscular y pérdida de grasa, fomentando la competitividad y el trabajo en equipo. El enfoque grupal buscó reducir la deserción y promover el apoyo mutuo, reforzando valores como el compañerismo, la solidaridad y la empatía. Participaron 222 colaboradores, resultando un equipo ganador de FDIS y otro de Retail.

- **Campaña de Salud Mental:** Esta iniciativa buscó mejorar la comunicación sobre salud mental, derribar tabúes y proporcionar herramientas para el bienestar emocional de los colaboradores. La actividad principal, "**La Cabina de las Emociones**", invitó a los participantes a reflexionar sobre sus emociones, seleccionando tarjetas que representaban sus sentimientos y expresando sus pensamientos al reverso. Se llevó a cabo en diversos *sites* de FIFCO, recolectando un total de **875** tarjetas que reflejaron emociones predominantes como enojo, tristeza, frustración, ansiedad y alegría, relacionadas con la satisfacción laboral, familiar y personal.

- **Jornada de Electrocardiogramas:** Durante septiembre se realizaron 85 electrocardiogramas para detectar problemas cardíacos no evidentes, acompañados de información sobre salud cardiovascular y controles preventivos.

- **Campaña de Salud Femenina:** En el mes rosa, se ofrecieron charlas sobre temas como climaterio, menopausia y cáncer de ovario, enfatizando la importancia de los controles médicos anuales y el autocuidado.

- **Campaña de Salud Masculina:** Incluyó educación sobre prevención de cáncer de próstata y testicular, pruebas de antígeno prostático y charla sobre masculinidades saludables.

- **Campaña de VIH/SIDA:** En diciembre, se compartió información sobre prevención, factores de riesgo y métodos de cuidado, sensibilizando a los colaboradores sobre el VIH y su impacto.

- **Programa de Identificación de Riesgos Ergonómicos:** Se aplicaron normas ISO (11228-1, ISO 11228-2, ISO 11228-3) en puestos de trabajo con mayor impacto ergonómico y se completó la matriz de riesgos y puestos de la empresa. Además, se ofrecieron ejercicios preventivos de estiramiento y calentamiento.

- **Programa Encargado Saludable:** Se realizaron **96** valoraciones médicas completas para encargados de distribución, detectando y dando seguimiento a diagnósticos como hipertensión, diabetes y obesidad.

- **Campaña de Salud Auditiva:** Realizada en Planta Retail, incluyó **104** audiometrías para detectar problemas auditivos iniciales en trabajadores expuestos a niveles elevados de ruido.



- **Taller de Gestión de Emociones:** Ofreció herramientas para la autogestión emocional y estrategias para mejorar la comunicación en equipos. Participaron colaboradores de áreas como refrigeración, automotriz y desarrollo de negocios de Retail.

- **Campaña de Espirometrías:** Se realizaron espirometrías a **5** colaboradores expuestos a micropartículas de harina, identificando un caso con antecedentes de fumado y brindando recomendaciones preventivas.

Estar Bien Guatemala
Logros del programa

- **Semana del Bienestar:** se llevaron a cabo mini retos diarios dirigidos a mejorar el bienestar mental y físico de los colaboradores, ofreciendo herramientas prácticas y tips para fomentar un estilo de vida saludable. Esta actividad impactó a más de 700 colaboradores, quienes participaron activamente a lo largo de la semana.

- **Charlas de bienestar:** realizadas de manera bimensual, ofrecieron webinars impartidos por nutricionistas y psicólogas profesionales sobre temas como amor propio, alimentación balanceada, consumo inteligente y mindfulness, entre otros. Más de 500 colaboradores fueron sensibilizados y capacitados durante el año.

- **FIFCO Wellness challenge:** a través de un reto de seis semanas, se brindó a los participantes sesiones de evaluación con nutricionistas, planes de alimentación personalizados, clases virtuales de entrenamiento funcional y seguimiento semanal. Esta actividad ayudó a más de 20 colaboradores a mejorar su índice de masa corporal (IMC), calidad del sueño, horas de ejercicio y hábitos alimenticios.

- **Campeonato FIFCO CAM:** Esta actividad permitió a través de la sana competencia promover la conexión y movimiento físico del personal operativo, a la vez que la convivencia con las familias de los colaboradores.

Estar Bien Estados Unidos
Logros del programa

- **Programa Blue4U Wellness**

  Se da continuidad al programa que promueve un estilo de vida saludable. Los participantes pueden obtener un descuento de $500 en sus primas médicas al realizar exámenes biométricos para medir colesterol, triglicéridos y glucosa, en colaboración con su médico.

- **Reembolso de Bienestar**

  Para fomentar una actitud proactiva hacia la salud, se ofrece a los colaboradores elegibles un reembolso anual de hasta $200 para la compra de equipos de ejercicio o membresías de gimnasio.

- **Nuevos beneficios voluntarios**

  Se añadieron seguros de accidente, enfermedad crítica e indemnización hospitalaria como opciones para ampliar la cobertura de bienestar.

Estar Bien Hospitalidad / Logros del programa

- **Programa Positivamente**

  Una iniciativa enfocada en la salud mental y emocional, ofreció sesiones de terapia, talleres de psicoeducación y capacitaciones en primeros auxilios psicológicos. Durante el año, se realizaron 6 talleres sobre temas como adaptación al cambio, manejo del estrés y autocuidado, sumando 197 horas de capacitación.

- **Campaña de vacunación contra la Influenza**

  Un total de **80** colaboradores recibieron voluntariamente la vacuna contra la influenza

- **Campaña de Vigilancia de la Salud**

  Dirigida a colaboradores expuestos a agroquímicos y estrés térmico por calor, en la que se realizaron estudios de Colinesterasas y pruebas de Función Renal, reforzando el compromiso con la salud y seguridad en el entorno laboral.

- **Feria de la Salud para promover el bienestar integral**

  Brindó especialidades como Odontología, Optometría, Nutrición, Dermatología, Laboratorio y Ginecología.

- **Campaña Contra el Cáncer de Mama**

  Una iniciativa para concientizar sobre la detección temprana. Incluyó la visita de un mamógrafo móvil, donde se realizaron estudios a colaboradoras y mujeres de la comunidad. También se organizó una carrera/caminata, con la participación de 51 personas, finalizando con una charla de sensibilización.

- **Rally Movember Contra el Cáncer de Próstata y Testicular**

  Se llevó a cabo con el objetivo de concientizar al personal sobre la importancia de la detección temprana y el autocuidado masculino. La actividad incluyó una competencia de obstáculos en equipos, con la participación de 65 colaboradores. El evento finalizó con una charla educativa impartida por la Fundación Movember Costa Rica, Bigotes Contra el Cáncer y el Hospital Metropolitano.

Programa Estar Seguro

Para FIFCO el capital humano es **el activo más valioso.**

Las personas colaboradoras son quienes impulsan el éxito de la compañía y contribuyen al logro de los objetivos organizacionales. Por esta razón, la inversión en seguridad es una prioridad estratégica.

Consciente de que uno de los mayores desafíos es lograr una verdadera humanización en los ambientes laborales, la organización mantiene una estrategia enfocada en el bienestar de sus personas colaboradoras, alineada con la filosofía de la **"Seguridad Primero"**.

En 2024, FIFCO continuó consolidando su cultura de seguridad a través de capacitaciones, programas y campañas, además de trabajar en estrecha colaboración con el área de salud para promover la salud preventiva, destacando el programa **"Estar Bien"**.

Entre las principales campañas que se destacan en las diferentes geografías y operaciones están:

Campaña de seguridad basada en comportamientos para las plantas de bebidas y alimentos

Esta campaña refuerza las conductas asociadas al cumplimiento de lineamientos de seguridad, promoviendo así la cultura alrededor del tema de prevención de accidentes y primeros auxilios.

En el caso de FDIS se llevó a cabo la campaña **"Laboratorio SHE"**, que aplica un diagnóstico en temas relevantes de seguridad ocupacional, salud preventiva y medio ambiente, con el fin de conocer si la población FIFCO tiene claros los principales hitos que podrían generar un impacto a su seguridad y salud o bien al ambiente.

Se abordaron temas como el manejo seguro de cargas, refuerzo de reglas que salvan vidas, **EPA** (evalúa, piensa y actúa), separación de residuos, atención de derrames de productos químicos. Adicional se trabajó también la campaña



"Ni rápido ni furioso" con el personal de bodegas, el objetivo fue crear conciencia sobre el manejo seguro de los montacargas, límites de velocidad, revisión, medidas de seguridad generales. En planta Retail, se desarrolló la campaña **"SHE Boxing"** para concientizar a las personas colaboradoras en comportamientos de autocuidado. Se promovió la identificación, reporte y cierre de comportamientos y condiciones inseguros que podrían ser potenciales eventos de seguridad en la planta.

En FIFCO CAM se enfocó en darle prioridad al programa **EPA** (evalúa, piensa y actúa), para concientizar la prevención de accidentes y el autocuidado en las labores diarias de planta. Se avanzó en el proceso de gestión autónoma en 5 ensambles involucrando a las áreas de mantenimiento, producción, calidad y TPM. En la agenda de capacitación se continuó el trabajo con las tareas críticas y se capacitó a **53** brigadistas, quienes de manera voluntaria están dispuestos a velar por la seguridad de sus compañeros.

En Hospitalidad se promueve la cultura de seguridad por medio de actividades de concientización, se mantienen los recorridos por las diferentes áreas de la instalación con el fin de identificar riesgos y prevenir accidentes.

Cultura de seguridad
Hitos

1. **Comunicación constante** a nivel corporativo para generar conciencia y reforzamiento positivo hacia todos los niveles de la organización
2. **Celebración corporativa** del día internacional de la Salud y Seguridad en el Trabajo.
3. **Reforzamiento de la cultura** en seguridad bajo una metodología más lúdica.
4. **Consolidación del pilar de "Safety Corporativo"** en el área de bebidas y alimentos.
5. **Avance en la implementación del programa del Sistema Contra Incendios**, con una mejora de **3,2%** teniendo un resultado al cierre de 2024 de **12,5** en el área de bebidas y alimentos.
6. Se obtuvo el **tercer lugar en la categoría A del desafío de brigadistas** organizado por el Instituto Nacional de Seguros de Costa Rica.
7. **Registro de 0 accidentes** en 2024 para planta Refrescos.
8. **Se trabajó en capacitaciones** como tareas críticas (trabajos en altura, caliente, espacios confinados, LOTOTO), brigadas, uso de equipo protección personal, uso de montacargas, manejo de amoniaco y CO_2, manejo defensivo, manejo manual de cargas, reglas que salvan vidas, entre otros.

Trabajando con áreas de soporte estratégico como Ingeniería y Proyectos, con respecto al 2023 se incrementó la inversión en un **97%** de Capex de seguridad por un monto de **$6,5** millones, en el cual se atendieron los siguientes proyectos:

1. Mejoras en el sistema contra incendio, detección y alarma en las plantas de bebidas, Coyol, servicios logísticos, almacenes y distribución, planta Retail e FIFCO CAM.
2. Compra e instalación de dispositivos mecánicos de cargas.
3. Instalación de puntos de anclaje, líneas de vida y reforzamiento estructural en FDIS y planta Retail.
4. Adquisición de equipo de atención de emergencias.
5. Compra e instalación de los nuevos tanques de alcohol en planta Cerveza.
6. Mejoras en el sistema de amoniaco, enfocado en sistema de alarmas planta Cerveza.
7. Mejoras en demarcación e infraestructura en almacenes y distribución.
8. Mejoras en los cerramientos en el almacenamiento de químicos y sistema eléctrico en planta Cerveza.
9. Construcción de estación de lavado en servicios logísticos.





Retos

1. **Desarrollar una cultura de seguridad** basada en comportamientos a nivel de colaboradores, contratistas y visitantes, debido a que la rotación de personal lo mantiene como una constante cada año.
2. **Impulsar la transformación y automatización** digital en el sistema de gestión.
3. **Estandarización de procedimientos** y creación de repositorios corporativos.
4. **Integrar el sistema de gestión de seguridad** con el sistema de gestión ambiental.

Análisis de índice de accidentabilidad

La Planta Refrescos destaca por cumplir **1 año sin accidentes**.

Hay una tendencia a la baja en la cantidad de accidentes desde el año 2021. Esta disminución obedece a la gestión preventiva principalmente en el área de planta refrescos, ya que en años anteriores era un área que presentaba un alto índice de accidentabilidad y en 2024 cumple el hito de cumplir 365 días sin accidentes. Esto gracias a la modificación del rol del área comercial en los puntos de venta, accionando con una nueva estrategia de identificación y mitigación de riesgos en su entorno.

En Retail hay una disminución significativa de **45%**, esto obedece a la reducción de accidentes principalmente del área comercial, gracias al enfoque en los esfuerzos en solucionar condiciones básicas de seguridad en puntos de venta; como conceptos básicos de seguridad, inducción de personal de nuevo ingreso, visitas a campo para identificar condiciones inseguras e involucramiento de las áreas y personal de todo nivel.

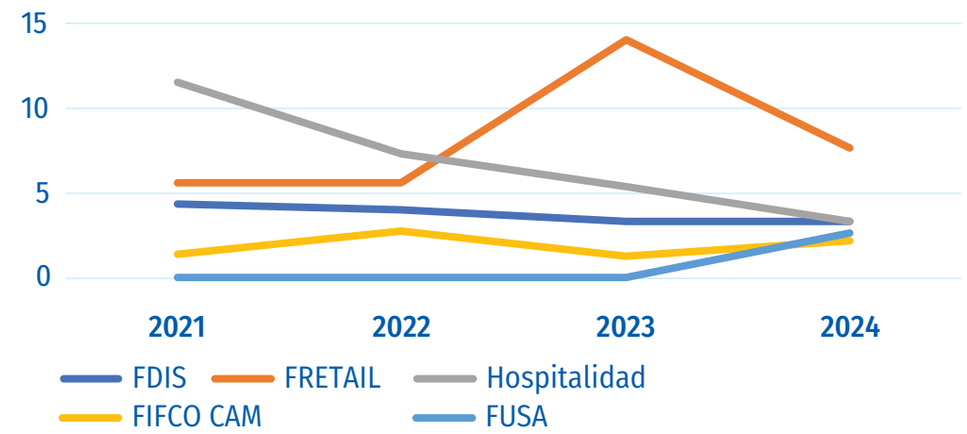
Para Hospitalidad la reducción del indicador está orientada hacia la prevención en recorrido en áreas, presencia e involucramiento de las distintas áreas y la capacitación constante del personal, cabe destacar que es el tercer año consecutivo en el que se mantiene una tendencia a la reducción de accidentes.

En FIFCO CAM el indicador pasa de **1,29** a **2,13**, cerrando el año con únicamente **3** accidentes contabilizados, 1 más que el año anterior, producto de la adecuación hacia las labores en las nuevas líneas de producción, sin embargo, se espera que para 2025 las condiciones de seguridad por las mejoras subyacentes que traen consigo los nuevos procesos productivos.

FIFCO | Análisis de índice de accidentabilidad

Unidad de negocio	2021	2022	2023	2024
FDIS	4,30	3,9	3,34	3,28
FIFCO Retail	5,75	5,5	14,03	7,70
Reserva Conchal	11,50	7,3	5,34	3,28
FIFCO CAM	1,42	2,7	1,29	2,13
FUSA	N/D	N/D	N/D	2,60

FIFCO | Índice de accidentes con lesiones
Porcentaje



Reconocimiento y celebración

Durante el 2024, se fortalecieron los espacios de **celebración y conexión** con los colaboradores, creando oportunidades para reconocer el desempeño excepcional y fomentar los momentos de interacción y celebración dentro de los equipos.

En las diferentes geografías se generaron espacios para reconocer el desempeño sobresaliente de los colaboradores a través de espacios para compartir y reconocer la milla extra.

En Costa Rica, alineados con los valores de “pasión por nuestras marcas” y “celebración”, las actividades de reconocimiento se trasladaron al ON PREMISE, en el Bar República, permitiendo que los equipos vivieran la experiencia del On de una manera única y cercana.

El Evento de **Excepcionales** destacó este año al permitir que los colaboradores reconocidos asistieran con un acompañante, transformando la celebración en un momento significativo al compartir su logro con alguien importante para ellos. El Evento de Resultados 2023 también se llevó a cabo en el Bar República, ofreciendo un espacio especial para reconocer y celebrar los logros alcanzados durante el año.









Además, se implementaron espacios de conexión a través de diversas actividades diseñadas para fortalecer los lazos entre los colaboradores y vivir el principio guía de Pasión por nuestras marcas. Entre estas actividades destacaron la Champions en el Corpo, el Turnito Navideño, la Celebración de Navidad para los niños, el Imperial Idol, así como las conmemoraciones del Día del Libro, el Día del Padre, el Día de la Madre y el Día del Niño, que promovieron momentos de interacción y celebración.

En **Guatemala** se llevó a cabo de forma trimestral la premiación **Conquistadores**, un evento de reconocimiento dirigido a personal operativo de cadena de abastecimiento enfocado en la mejora continua premiando a las diferentes líneas por alcance de excelentes resultados en KPI´s. A lo largo de este programa se han premiado a más de **400** colaboradores fomentando nuestro principio guía de celebración.

FIFCO CAM realizó el programa a **Protagonistas FIFCO** que reconoce los mejores resultados proyectos destacados, honor a la trayectoria y desempeño excepcional. Este año, 15 proyectos fueron nominados y **19** colaboradores reconocidos.

Asimismo, se implementó el programa **FIFCOINS**, una iniciativa de reconocimiento trimestral diseñada para fomentar los principios guía, el modelo de liderazgo y la ejecución efectiva de sesiones uno a uno. A través de la acumulación de FIFCOINS, los colaboradores pueden premiar entre sí las acciones que reflejan estos valores, acumular puntos que se canjean por premios y ser nombrados en la premiación, liderada por el country manager. Durante el 2024, se entregaron más de 600 FIFCOINS y 100 colaboradores fueron galardonados en las premiaciones, consolidando este programa como una herramienta clave para reconocer y celebrar el compromiso y desempeño dentro de la organización.



Alineados con el principio de celebración, Guatemala conmemoró el **65 aniversario de la planta FIFCO CAM** con un evento especial que incluyó un tour guiado para los hijos de los colaboradores, permitiéndoles conocer el proceso de producción en la planta. La actividad estuvo acompañada de juegos, rifas y un espacio de convivencia familiar, reuniendo a más de **200** asistentes, familias de los colaboradores, quienes conectaron con la cultura y las marcas de FIFCO.

Además, se llevaron a cabo diversas actividades recreativas a lo largo del año, como la celebración del Día de la Madre, el Día del Padre, torneos de boliche, desayunos de bienvenida, entre otras iniciativas diseñadas para fortalecer la conexión entre colaboradores y reconocer su desempeño.

En negocio de Hospitalidad se llevaron a cabo actividades especiales enfocadas en reconocer y celebrar el compromiso y la dedicación de los colaboradores. En el mes de agosto, se realizó una sesión de reconocimiento por años de servicio, una actividad una actividad diseñada para resaltar el valor de las personas con más antigüedad, como muestra de agradecimiento por su contribución y permanencia en la organización.

Como parte de las celebraciones de cierre de año, se llevó a cabo la Fiesta de Navidad 2024, un evento que incluyó música, comida y atracciones, diseñado para reconocer los logros del equipo y fomentar un ambiente de celebración. En los puntos de venta **MUSI**, se implementó el programa Estrella del Mes, diseñado para promover el reconocimiento oportuno e incrementar la motivación, satisfacción y compromiso de los colaboradores.

En el negocio de **Estados Unidos** se implementaron nuevos programas de reconocimiento: Cheers2Peers, Captain Awards y Brew House Ale Stars. Estas iniciativas están diseñadas para reconocer las contribuciones destacadas de los colaboradores, resaltar a quienes ejemplifican los principios guía y el modelo de liderazgo y fomentar una cultura de agradecimiento. Además, se introdujeron los Premios por Años de Servicio, celebrando los aniversarios clave de los colaboradores con comunicaciones internas y regalos personalizados. Para gestionar estos programas, se generó una alianza con la plataforma Snappy, que automatiza el proceso y permite a los colaboradores elegir un regalo personalizado, mejorando la experiencia de reconocimiento.

Estrategia Social / Agenda externa

Ciudadanía Consciente

Durante el 2024, el enfoque continúa siendo la ciudadanía consciente, el programa de la estrategia social externa de FIFCO que **sensibiliza e inspira** a los diferentes públicos de interés sobre la relevancia de ser activistas en la promoción de la ciudadanía.

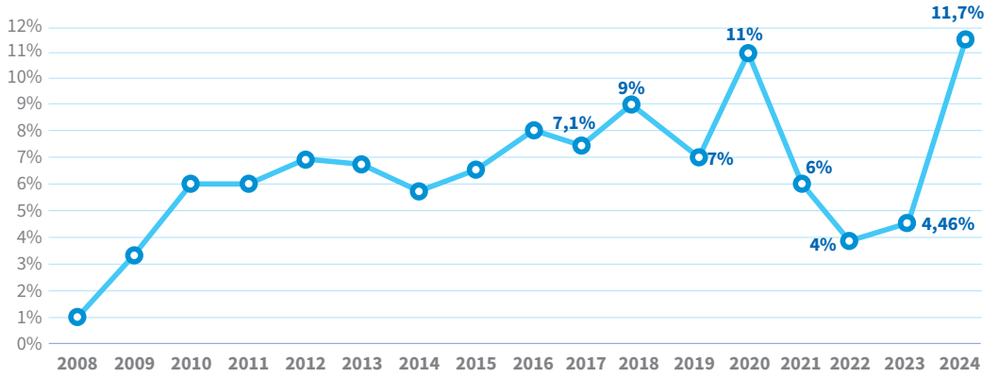
Nuestros principales programas

1 Consumo Inteligente y Portafolio Balanceado

2 Contribución Expansiva

3 Voluntariado

FIFCO / Inversión social estratégica





¿Por qué aumenta la Inversión Social en el 2024?

1. **Gastos de capital** (seguridad, salud y ambiente) aumentan debido a inversiones y proyectos en plantas de producción.
2. **Aumenta inversión** en seguridad, salud y ambiente.
3. **Disminución de la base de cálculo** (utilidad neta atribuible a accionistas).

1. Consumo Inteligente y Portafolio Balanceado

Contar con un **portafolio balanceado** y promover el **consumo inteligente** de alcohol solo en personas mayores de edad son algunas de las iniciativas más emblemáticas para FIFCO en el eje social.

REDUCCIÓN DE AZÚCAR 2024 VS. 2023

-2,16 GRAMOS DE AZÚCAR / 250ml



Principales aliados de Consumo Inteligente

- Ministerio de Educación Pública de Costa Rica
- Hoteles Westin y W
- Nutricionista Valery Vargas Quesada
- Aura Interactiva
- Agencia Jotabequ
- FLACSO

Consumo Inteligente Integral 2024 / Hitos y acciones

- **Menor Grado Alcohólico:**

  El **41,95%** del portafolio FIFCO, son productos de baja graduación alcohólica.

- **Estudio de Patrón de Consumo de Alcohol (EPCA) 2024:**

- Prevalencia de 4**9%** de personas adultas declaran haber tomado al menos un trago en el último año.*
- Días de consumo a la semana: **2.55** vs **2.24** (2023). Se muestra un crecimiento leve por distribuir las bebidas consumidas en más días a la semana.*
- Tragos por ocasión: 6,82 vs 6,51 (2023). No hay diferencia significativa por lo que se mantiene igual que el año anterior.*

Capacitaciones:

- **66.994** personas capacitadas/sensibilizadas en consumo de bebidas:
- **977** E-learnings de personas colaboradoras de FIFCO
- **568** programa 'Tomá Mejor' para colaboradores
- **94** personas colaboradoras de Hoteles Westin y W
- **2.040** personas colaboradoras vía "mailing"
- **112** proveedores y clientes capacitados presencialmente
- **12.314** clientes sensibilización vía Fill
- **809** clientes a través de Distribución
- **2.141** personas estudiantes de secundaria E-Learning 'Vida Saludable' MEP
- **2.018** consumidores E-Learning 'Aprendo a Manejar' (FIFCO – Grupo Purdy)
- **45.921** consumidores a través de Redes Sociales
- **Campaña de consejos de Consumo Inteligente para el fin de año:**

  Se alcanzaron **491.150** personas distintas durante el mes de diciembre a través de un total de **814.586** impresiones. Se generaron **7.020** interacciones (reacciones, comentarios y "shares") y un total de **8.830** clicks en los anuncios, para un CTR promedio de **1,75%.**

*Fuente: Estudio de Patrón de Consumo de Alcohol (EPCA) 2024, FLACSO.

Portafolio balanceado 2024
Hitos y acciones

Huella de Azúcar Bebidas FIFCO

La bebida promedio de FIFCO cerró el año con un acumulado de **8,18** g de azúcar por porción de 250 ml, superando la meta ESG #4: <10g /250 ml contenido de azúcar en portafolio FIFCO.

Portafolio de Alimentos

- Redujo un 16% el consumo de grasa. Dejó de utilizar **7,8** kg de grasa por tonelada de producto.
- Redujo el consumo de sal en un 41%. Dejó de utilizar **4,4** kg de sal por tonelada de producto.
- Disminuyó el **15%** del contenido de sodio en los frijoles molidos Ducal con sabor.
- Sigue manteniendo niveles por debajo de la meta nacional de sodio y de grasa en la familia de pan melcochón.

Alimentos Musmanni

La familia de pan melcochón sigue manteniendo niveles por debajo de la meta nacional de sodio y de grasa.





Principales aliados de Portafolio Balanceado

- Ministerio de Educación Pública de Costa Rica
- Nutricionistas
  - Carolina Villalobos Ramírez
  - Valery Vargas Quesada
- ILSI

2. Contribución Expansiva

Programa de Educación Dual

El programa de formación dual en Reserva Conchal cumplió este 2024 su **décimo aniversario** de ejecución continua, siendo el programa de esta modalidad más consolidado en el sector turismo.





Durante la ejecución del presente año se llevó a cabo tanto el curso "**Operaciones de asistencia en cocina**" como el curso "**Operaciones de Servicio en Alimentos y bebidas**", ambos relacionados al área de la gastronomía y tuvo una participación de **30** jóvenes.

Al finalizar su proceso formativo, más del **85%** de los egresados obtuvieron un empleo dentro de las operaciones hoteleras de la compañía o en establecimientos turísticos cercanos, por lo que este programa continúa destacando en la generación de impacto para la empleabilidad local.

Adicional a estos programas, se ejecutó por primera vez en Guanacaste un piloto en alianza con el INA llamado "**Mantenimiento de habitaciones para alojamiento temporal**", que incluye la formación de talento en el área de construcción civil, fontanería, electricidad y aire acondicionado.

10 años
DE EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

+85%
ESTUDIANTES CONTRATADOS

359
TOTAL DE GRADUADOS DESDE QUE INICIÓ EL PROGRAMA

Otras formas de contribución

La paz tiene muchas formas

FIFCO, el Ministerio de Educación Pública (MEP), la Fundación PANIAMOR y la Dirección Nacional CEN-CINAI desarrollaron una caja de herramientas digital que incluye varios recursos educativos como un cuento ilustrado, una guía de lectura, cápsulas informativas y una infografía para hacer conciencia y prevenir la violencia desde la Primera Infancia.

Impacto

Los recursos digitales impactaron a:

- **3.727** Centros Educativos (entre públicos y privados)
- **128.086** estudiantes
- **10.000** docentes, mediante los **27** asesores regionales y nacionales.
- **96** profesionales impactados en 3 talleres presenciales:
  - 1 Taller nacional
  - 2 Talleres en la Dirección Regional de Educación de los Santos

En redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok) “La paz tiene muchas formas” alcanzó a **52.202** personas, y también se colocaron mensajes de paz en los principales medios de comunicación nacional.



Vida Saludable

Mediante un convenio con el MEP, FIFCO trabaja el proyecto “**Vida Saludable**”. Es una plataforma de enseñanza virtual dirigida al estudiantado de décimo y undécimo año de centros educativos públicos, que buscan realizar su trabajo social comunitario en temas relacionados con el bienestar integral.

Fue lanzado en 2020 y actualmente cuenta con **5** módulos: Cero alcohol y drogas en la adolescencia, Promoción de la actividad física, Nutrición, Gestión del COVID-19 y Salud Mental.

En 2024 se incluyó un nuevo módulo que abordará la temática de **Movilidad Segura**, de la mano del socio estratégico Grupo Purdy.
El objetivo es promover la adecuada educación vial en esta población, y se estará incorporando durante inicios del 2025, sustituyendo el módulo del COVID 19.

En 2024 la plataforma **Vida Saludable** impactó a **2.145** personas estudiantes y en total, desde que inició, ha impactado a **10.542** personas.









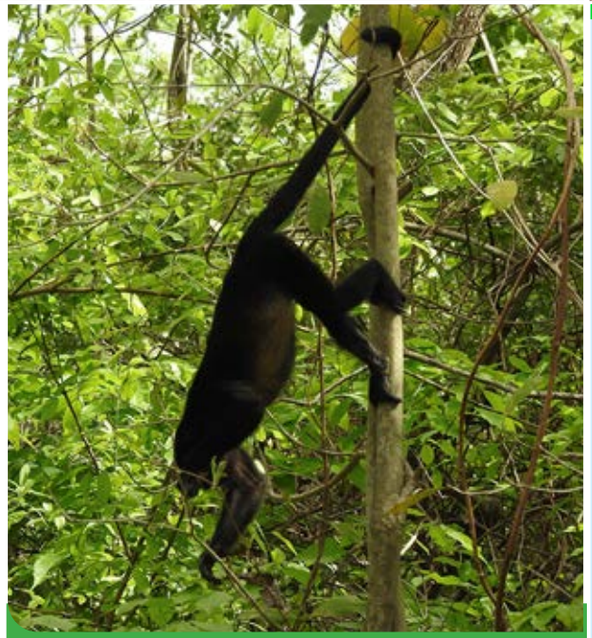
Alianza con Universidad McGill

Por segundo año consecutivo **Reserva Conchal** y **McGill University** mantienen su alianza para potenciar proyectos de sostenibilidad con ayuda de Inteligencia Artificial. Este año se recibió en Guanacaste la segunda generación de estudiantes de McGill University.

Durante su visita, los estudiantes apoyaron con mejoras a las plataformas desarrolladas y el seguimiento de los datos obtenidos en 2023 e inicios 2024. Además, este año los estudiantes interactuaron directamente con los aliados estratégicos y visitaron sus instalaciones, principalmente con las organizaciones dedicadas a conservación de la vida silvestre en Costa Rica.

Un avance muy relevante respecto a la alianza es que en 2024 se logró interpretar resultados de los datos obtenidos en el 2023.

Gracias al análisis de estos datos y a la información recolectada en la aplicación MonoSOS sobre puntos calientes en carreteras con mayor incidencia de accidentes, **este año se han colocado en los alrededores de Reserva Conchal más de 60 pasos de fauna equivalentes a una distancia de 1600m y con ellos se logró disminuir la incidencia de animales heridos en carretera.**



+60 PASOS DE FAUNA COLOCADOS

Programa educativo “Huella Ambiental”

Durante el 2024 Reserva Conchal desarrolló un nuevo proyecto llamado **“Huella Ambiental”** con el objetivo de concientizar en temas ambientales a estudiantes de las escuelas de Brasilito y Matapalo las cuales representan 2 de las comunidades más próximas a las instalaciones. Se impartieron **8** talleres presenciales con un total **322** estudiantes.

El programa inició en el mes de marzo y finalizó en octubre y en general, se abordaron temas como prevención de incendios forestales, importancia del recurso hídrico y de los océanos, separación de residuos, entre otros.

Se celebró el Día del Jaguar con actividades educativas que inspiraron a la comunidad a proteger este emblemático felino de Costa Rica.

Huerta Agroecológica Najui

El proyecto de **Huerta Najui** (que significa Mujer en Chorotega) ubicado en Reserva Conchal continúa innovando en su manera de producir parte de las hortalizas, hierbas y flores que son utilizadas en las operaciones del negocio de Hospitalidad.

Este 2024, se inició un proceso para la regeneración del suelo en área cultivable, mediante la utilización de microorganismos de montaña (principalmente hongos) para el tratamiento de los sustratos de siembra. Dichos organismos son recolectados directamente de las áreas boscosas no intervenidas de la propiedad, garantizando así su calidad y características beneficiosas. Este proceso, permite avanzar en la búsqueda de una transición de Huerta Agroecológica a Huerta Orgánica, garantizando cada vez un producto más limpio y sostenible en los platillos de los restaurantes.







En Najui se siembran más de **15** variedades de productos, manteniéndose como producto estrella las flores comestibles gourmet, mismas que decoran las especialidades de los Hoteles Westin, W y el Restaurante Neenda de Reserva Conchal.

3. Voluntariado

Programa de voluntariado Elegí Ayudar

El Programa de Voluntariado **Elegí Ayudar** es el brazo ejecutor de iniciativas sociales y ambientales de FIFCO a nivel de voluntariado.

Además, **Elegí Ayudar** es el mecanismo a través del cual los colaboradores viven la sostenibilidad de primera mano.

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







28.493
HORAS APORTADAS EN 2024

1.094.444
HORAS ACUMULADO YTD
(YEAR TO DATE) DESDE 2009

+3.571
PERSONAS PARTICIPANTES
INCLUYENDO:

- PERSONAS COLABORADORAS
- PROVEEDORES
- ACCIONISTAS
- PÚBLICO EXTERNO

Resultados Elegí Ayudar 2024

Año	FIFCO Bebidas y Alimentos Costa Rica	FIFCO CAM	FIFCO Hospitalidad	FIFCO Retail	FIFCO USA	Públicos Externos (Accionistas, Proveedores, Clientes y Comunidad)	Total
2009	24.950	0	0	0	0	0	24.950
2010	46.274	0	0	0	0	0	46.274
2011	48.798	0	0	0	0	0	48.798
2012	47.126	4.351	2.950	0	0	0	54.427
2013	45.895	4.971	3.431	2.416	0	0	56.713
2014	38.836	4.736	3.113	3.096	0	0	49.781
2015	40.548	4.460	2.724	4.268	5.637	0	54.913
2016	41.502	5.116	3.008	5.248	7.798	0	62.672
2017	40.183	5.303	5.258	5.368	9.204	1.724	67.040
2018	48.035	5.994	7.962	16.684	11.185	54.786	144.646
2019	87.173	11.242	17.266	32.368	23.664	71.671	243.384
2020	27.287	184	3.760	3.464	1.200	6.220	42.115
2021	25.156	896	7.411	7.553	2.417	6.687	50.120
2022	18.376	2.902	12.106	3.529	9.713	3.581	50.207
2023	5.261	976	10.144	19.815	28.975	4.740	69.911
2024	9.472	1.159	10.946	398	3.050	3.468	28.493
TOTAL	**594.872**	**52.290**	**87.355**	**104.207**	**102.843**	**152.877**	**1.094.444**





Elegí Ayudar 2024 / Voluntariados ambientales

3.540

Árboles sembrados

- Circunvalación Hatillo / San José
- Circunvalación Norte /Tibás
- Reserva Conchal
- Planta Refrescos
- Playa Tárcoles

+11.890kg

Cantidad de residuos recolectados

- Playa Brasilito
- Playa Conchal
- Playa Puerto Viejo
- Playa Guacalillo
- Playa Tárcoles
- Estadio Nacional
- Potrero / Santa Cruz
- Instalaciones FIFCO y alrededores
  - Depósito de Nicoya
  - Depósito de Puntarenas
  - Depósito de Limón
- Finca Garzas
- Carretera Ruta Huacas-Brasilito
- Refugio Mixto Conchal
- Ecolecta (iniciativa mensual en Huacas y Brasilito)











Parques Nacionales/ Áreas Protegidas intervenidos por personas voluntarias

- Parque Nacional Carara
- Parque Nacional Irazú
- Parque Nacional Prusia
- Parque Nacional Marino Baulas
- Reserva Forestal de Grecia
- Parque Nacional Volcán Poás
- Monumento Nacional Guayabo
- Refugio Mixto Conchal
- Refugio de Vida Silvestre Iguanita

Océanos: “De vuelta a casa”

“De vuelta a casa” es un proyecto de FIFCO y su marca Imperial, en colaboración con el Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE-SINAC), AERIS y la Universidad de Costa Rica. Su objetivo principal es **restaurar los ecosistemas marinos de Costa Rica**, afectados por la extracción masiva de conchas marinas.







El proyecto incluye un **documental** que educa al público sobre la importancia de las conchas marinas, estas no son recuerdos turísticos, sino piezas clave para la biodiversidad y la estabilidad de las playas. Esto a través de una herramienta de inteligencia artificial desarrollada por FIFCO, capaz de identificar en segundos si una concha pertenece al Pacífico o al Caribe, con una precisión superior al **90%**.

Para su desarrollo, se creó una base de datos única de **18.500** imágenes de conchas recolectadas con la ayuda de más de **200** voluntarios. Este modelo, que aprendió a través de miles de iteraciones, permitió clasificar **36.000** conchas en un tiempo récord, logrando un avance que antes era impensable.

Por primera vez, las conchas incautadas no terminaron enterradas. En un solo día, todas las conchas decomisadas durante un año fueron devueltas al mar, restaurando su papel en los ecosistemas marinos del Pacífico y del Caribe. Este logro no solo vació los contenedores del aeropuerto, sino que marcó el inicio de un cambio profundo en la manera de abordar este problema ambiental.



Inversión social

- **Lanzamiento del libro "El Camino Hacia la Paz es un Tesoro"/Estrategia Cultura de Paz FIFCO-PANIAMOR-CENCINAI-MEP**
  Se impactó a 128.086 niños y niñas en 3.727 centros educativos de primera infancia.

- **Libros "Tradiciones Compartidas"**
  Las ventas de este libro se donaron al Banco de Alimentos, alcanzando $9000 dólares recolectados.

- **Programa de Bilingüismo CENCINAI Uruca – ULATINA – Despacho de Primera Dama**
  414 niños y 18 docentes impactados.

- **Proyecto Minerva (EY- FIFCO – AMCHAM- MEP)**
  Apoyo de $50.000 dólares en herramienta para preparar a Costa Rica ante futuras demandas de Talento y promoción de la participación de proveedores FIFCO.

- **Albergues Juveniles de la Alegría**
  Donación de una habitación para los Albergues Juveniles de la Alegría Torres del Espíritu Santo, beneficiando a 744 jóvenes en alto riesgo social.

- **Campaña "Cleteá por ellas"**
  Apoyo a la prevención de la violencia femenina mediante Paniamor, impactando a 800 personas.

- **Campaña "Cada Bicicleta Cuenta"**
  Apoyo a dos estudiantes de la comunidad indígena Cabécar con becas.

- **Comunidad Florida de Siquirres:**
  Estudio para muros de cimentación y rampas para mejoras en Escuela Florida de Siquirres.

Apoyo en emergencia por inundaciones

En noviembre de 2024, FIFCO apoyó a las comunidades de Guanacaste devastadas por las inundaciones. Con un espíritu de solidaridad, se entregaron **4.500** platos de comida caliente, **1.400** baguettes recién horneadas, **1.400** patés, **500** botellas de agua de 1 litro, **250** unidades de Tropical y **1.477** kg de "blancos" (almohadas, edredones, sábanas y cobijas).

Este esfuerzo fue posible gracias a la comunicación con las entidades públicas como el gobierno local y las fuerzas vivas, propietarios de Reserva Conchal, aliados estratégicos y las personas voluntarias.







Principales aliados de Inversión Social

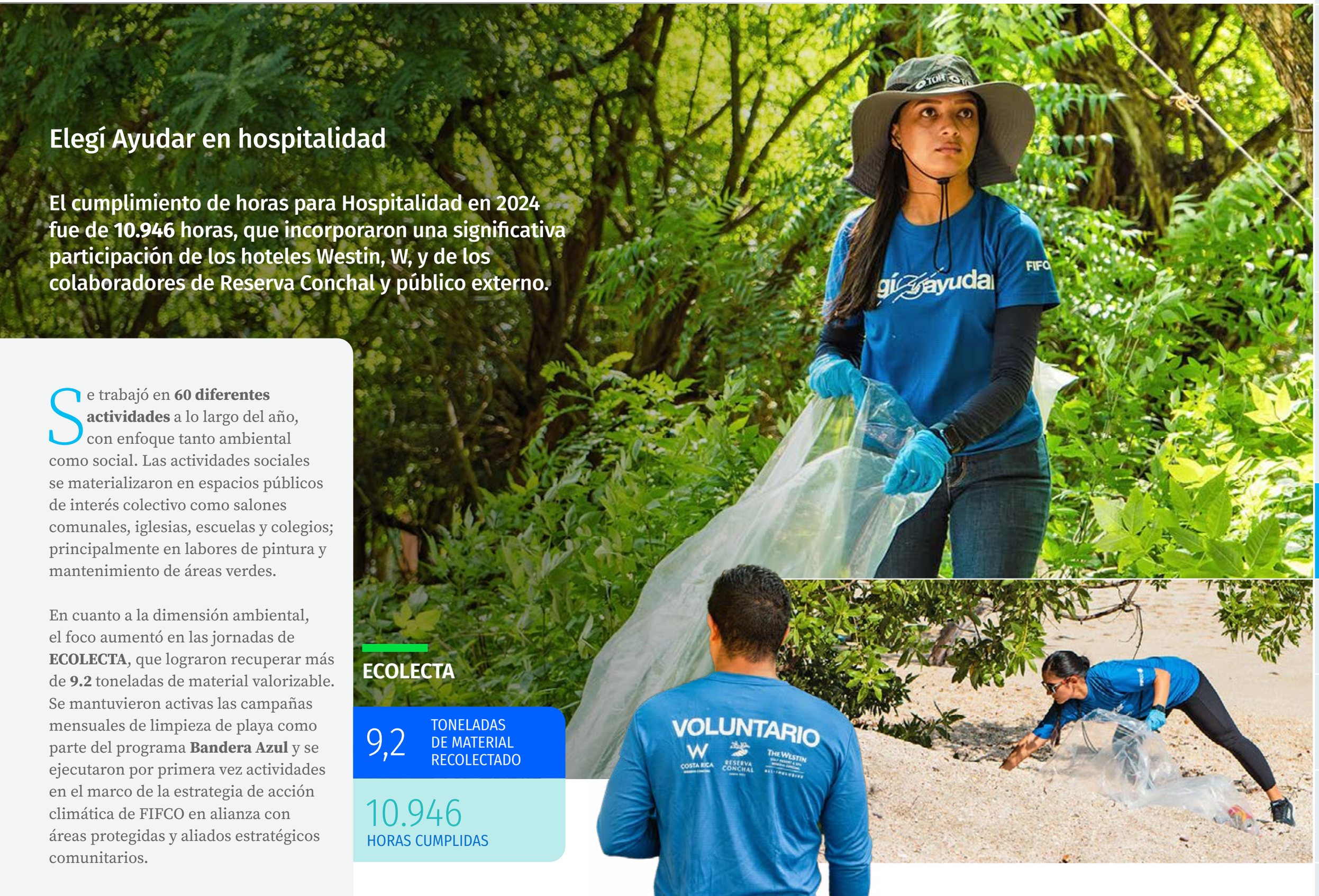
- Banco de Alimentos
- Ministerio de Educación Pública de Costa Rica,
- Centros de Educación y Nutrición
- Centros Infantiles de Atención Integral
- Despacho de Primera Dama de Costa Rica
- Universidad Latina
- EY
- AMCHAM
- Obras del Espíritu Santo
- Paniamor
- Grupo Shinamo

Elegí Ayudar en hospitalidad

El cumplimiento de horas para Hospitalidad en 2024 fue de 10.946 horas, que incorporaron una significativa participación de los hoteles Westin, W, y de los colaboradores de Reserva Conchal y público externo.

Se trabajó en **60 diferentes actividades** a lo largo del año, con enfoque tanto ambiental como social. Las actividades sociales se materializaron en espacios públicos de interés colectivo como salones comunales, iglesias, escuelas y colegios; principalmente en labores de pintura y mantenimiento de áreas verdes.

En cuanto a la dimensión ambiental, el foco aumentó en las jornadas de **ECOLECTA**, que lograron recuperar más de **9.2** toneladas de material valorizable. Se mantuvieron activas las campañas mensuales de limpieza de playa como parte del programa **Bandera Azul** y se ejecutaron por primera vez actividades en el marco de la estrategia de acción climática de FIFCO en alianza con áreas protegidas y aliados estratégicos comunitarios.



ECOLECTA

9,2 TONELADAS DE MATERIAL RECOLECTADO

10.946 HORAS CUMPLIDAS

Elegí Ayudar 2024 / Voluntariados sociales

- **Acompañamiento al Adulto Mayor en ECOSEDI**
  Actividades de música, baile, bingo y juegos. Apoyo a **28** adultos mayores, Conchal.
- **Donación de Pintura**
  Escuela Corazón de Jesús, Monumento Nacional Guayabo y Fundación Picnic.
- **Donación de Ropa Ejecutiva**
  Campaña "Vestidas Para Triunfar" de Fundación Alas y Colegio Surí de Pavas. Entrega de más de **100** prendas de vestir.
- **Donación de Sangre** / FIFCO Retail.
- **Embellecimiento de Biblioteca Móvil**
  Cartagena, Guanacaste.
- **Pintura de Mural Alusivo al Ambiente y Niñez** / Hogar de Niños Baik, Cartago.
- **Pintura de Instalaciones de la Cancha de Fútbol** / Parque de Fútbol La Asunción, Belén.
- **Pintura de Templo Católico**
  Portegolpe, Guanacaste.
- **Pintura de Salón Comunal**
  Cartagena, Guanacaste.
- **Pintura de Instalaciones y Cuartos**
  Asociación Pro-pacientes Hemato-Oncológicos Hogar Santa María, Hospital México, San José.
- **Pintura de Casa Guardaparques**
  Humedal Corral de Piedra, Guanacaste.
- **Pintura de Cocina y Comedor**
  Escuela Playa Grande, Guanacaste.
- **Pintura de Escuela**
  Los Ranchos, Guanacaste.
- **Pintura de Salón Comunal**
  Matambú, Guanacaste.
- **Pintura de Capilla Religiosa**
  Lorena, Guanacaste.
- **Mantenimiento a Casa Cuna de Bienestar Animal** / Guanacaste.
- **Festejo del Día del Niño y la niña**
  Hogar Brotes de Olivo en Tibás, con música, regalos y juegos. Apoyo a 10 niñas y niños.
- **Construcción de Escuela**
  Techo en Palencia, Guatemala.
- **Entrega de Víveres a 95.000 familias**
  "Entre Hermanos Nos Ayudamos" en el Corredor Seco Guatemalteco. TBC
- **Tamaleada en Alianza con el Despacho de la Primera Dama** / En beneficio a Fundación Rahab, entregando **400** tamales.

Principales aliados estratégicos de Voluntariado

- Green Wolf
- MOPT
- Fundación ProParques
- EcoTárcoles
- The Clean Wave,
- Municipalidad de Cartago
- Hogar Infantil Brotes de Olivo
- Fundación Rahab
- Fundación Alas
- Fundavida
- ECOSEDI
- Comunidad de Brasilito
- Ecolecta
- Colegio Surí
- Hospital México
- Grupo Pedregal



+9.000
PERSONAS IMPACTADAS
incluyendo niñas, niños y comunidades de Costa Rica y Guatemala, así como de las comunidades de Búffalo y Rochester en Estados Unidos.





Entre Hermanos Guatemala 2024

Una propuesta humanitaria liderada por Ducal y otras marcas para combatir la **desnutrición crónica en el Corredor Seco de Guatemala**, proporcionando acceso a alimentos clave, información sobre nutrición y cómo las comunidades pueden cultivar sus propias cosechas.







Algunos logros del programa

- Se recaudaron **$90.000**, en alianza con las marcas y socios comerciales.
- Se inició la **Fase 2 del proyecto** con el que se pretende acompañar a un grupo de agricultores, contribuyéndoles con capacitaciones técnicas para mejorar el cultivo de frijol y maíz, entre otros cultivos.
- En FIFCO Centroamérica y México, se ha brindado a diferentes actores, con quienes se ha trabajado en la mitigación del hambre donando más de 126.000 toneladas de alimentos.
- Entre los principales beneficiarios están: la Municipalidad de Guatemala, la Alcaldía auxiliar zona 17, Bomberos voluntarios, Centro de Salud Canalitos, Centro de Salud Zona 18, Ministerio de Salud, Fundación Ayúdame a Vivir y los Bancos de Alimentos de Guatemala y El Salvador.

Gobernanza

Avance en las metas | Gobernanza

FIFCO estableció una ruta clara para convertir a la organización en un **referente de Gobernanza al 2027.**

La agenda de trabajo respalda el actuar de la compañía y garantiza la continuidad del negocio. FIFCO estableció la meta número 7 como parte del eje de Gobernanza mostrando avance en 2023.

Meta 7 FIFCO como referente de gobierno corporativo

2022	2023	2024	2027	Progreso
Línea base			Meta	
Buen ecosistema de gobernanza. **63** Índice madurez PWC.	**Actualización de políticas asociadas al buen gobierno corporativo** (ciberseguridad, gestión de riesgos, derechos humanos, salud y nutrición). **Fortalecimiento de la gestión de ciberseguridad y en administración de riesgos.** **81** Índice madurez PWC.	**Gestión de riesgos y crisis.** **Proyecto Génesis:** mapeo macroprocesos de la compañía. **Gestión de la cadena de suministros.** **Medición de riesgo de proveedores.** **Ciberseguridad & TI.** Conformación de comité de ciberseguridad, implementación y obligatoriedad de la Política y los lineamientos de Ciberseguridad. **Gestión de relación con clientes:** Inclusividad digital a nivel regional. **Política de relacionamiento con públicos de interés.** **Política de nutrientes y sustancias sensibles.** FIFCO alcanza la categoría de líderes en mejores prácticas de ESG y PWC le otorga un puntaje de **85** en el índice de madurez.	**FIFCO como referente en el gobierno corporativo.**	En 2022, PwC (red de firmas encargadas de brindar auditoría, consultoría de negocios, entre otros servicios) realizó un diagnóstico de madurez ESG para FIFCO. La compañía obtuvo un **63** en el índice de madurez y esa cifra se definió como la línea base. A partir de ese año, FIFCO estableció “subject matter experts” o expertos en cada materia / brecha para que, en conjunto con sus equipos, crearan un plan para cerrar las brechas identificadas. Al cierre de 2024, FIFCO presentó los resultados de cómo fue cerrando dichas brechas y PWC otorgó una nueva calificación: un **85** en el índice de madurez. Esta calificación es un gran logro, porque permite que FIFCO pase de ser un referente en ESG a la categoría de líderes mejores prácticas de ESG.

Gestión de la Gobernanza

La gobernanza es un pilar en la **agenda de sostenibilidad**, es la base sobre la cual se define cómo opera la empresa, establece procesos, indicadores y políticas, garantizando solidez, ética y transparencia



Gobernanza

Rendición de cuentas

Gobierno corporativo

Cumplimiento

Manejo del riesgo

Transparencia en impuestos

Política anticorrupción

Código de Gobierno Corporativo

El 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.

FIFCO se rige por el **Código de Gobierno Corporativo**,aprobado por la Junta Directiva en mayo 2017. Su cumplimiento es obligatorio para todo el personal. En él, se establece el sistema mediante el cual la empresa es dirigida bajo los principios de transparencia, rendición de cuentas y sostenibilidad, al considerar los siguientes apartados:

I. Generalidades.

II. Órganos para la gobernabilidad de la compañía.

III. Políticas y procedimientos para el Gobierno Corporativo.

IV. Mecanismos para acreditar el cumplimiento del Gobierno Corporativo.



Durante el periodo 2024 FIFCO no recibió transferencias o asistencia financiera por parte del gobierno o instituciones públicas.

Junta Directiva

La Junta Directiva es el máximo órgano de Gobierno Corporativo y representa a la Asamblea de Accionistas, quienes le han delegado asegurar el crecimiento y sostenibilidad de la empresa.

El nombramiento de los integrantes de la Junta Directiva se realiza bajo un proceso documentado de conocimiento de los accionistas y rige por un período de dos años. A la fecha, el 100% de los miembros de la Junta Directiva son de nacionalidad costarricense y ninguno ocupa puestos ejecutivos o de asesores dentro de la organización.

Adicionalmente, no han reportado alguna influencia interna o externa que pueda impedir su juicio objetivo. Por ello, todos los miembros se consideran independientes.

Cabe destacar que, el 95% de los altos ejecutivos, tales como los directores que le reportan a la Junta Directiva o los puestos gerenciales altos, son contratados en la comunidad local.

Las funciones de la Junta Directiva se encuentran documentadas en un Reglamento, el cual establece que se deben realizar 12 sesiones ordinarias durante el año.

En este periodo se reportan estas 12 sesiones ordinarias y 1 extraordinaria. La gestión de Gobierno Corporativo de FIFCO se realiza al amparo y en cumplimiento de lo requerido por la Superintendencia General de Valores de Costa Rica en el Reglamento de Gobierno Corporativo.

FIFCO | Asistencia a sesiones de Junta Directiva / 2024

	Número de sesión												
Directivo/fiscal	**2681**	**2682**	**2683**	**2684**	**2685**	**2686**	**2687**	**2688**	**2689**	**2690**	**2691**	**2692**	**2693**
Fecha	22 Ene	12 Feb	19 Feb	11 Mar	22 Abr	20 May	24 Jun	15 Jul	20 Ago	23 Set	21 Oct	18 Nov	26 Dic
Wilhelm Steinvorth Herrera	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
José Rossi Umaña	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Arturo Alexis Loría Agüero	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Shannon Music Gamboa	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Sergio Egloff Gerli	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Philippe Garnier Díez	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Jaime Jiménez Soler	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Roberto Truque Harrington	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

× Ausencia excusada

Nota: Quorum (mínimo la mitad de los 7 miembros de JD)

Proceso de evaluación de la Junta Directiva FIFCO

El proceso de evaluación atiende lo establecido en el Reglamento sobre Gobierno Corporativo, Acuerdo CONASSIF 04-16

Objeto de evaluación

- **Desempeño de Junta Directiva como órgano colegiado.**
- **Perfil de idoneidad de miembros de Junta Directiva individualmente.**

Metodología

- **Criterios de evaluación.**
- **Calificación y ponderación.**
- **Revisión documental y entrevistas.**

Con la promulgación del Reglamento sobre Gobierno Corporativo vigente desde el año 2016 (Acuerdo CONASSIF 04-16, aplicable a los emisores no financieros supervisados por SUGEVAL, cual es el caso de FIFCO), se incentivó en las entidades reguladas y en los emisores no financieros el ejercicio de sanas prácticas de gobierno corporativo, que contribuyan a mejorar la gestión de la entidad, así como la identificación y gestión de los riesgos relevantes.

La metodología utilizada en el desarrollo de la evaluación atiende a los requerimientos de dicha normativa, los cuales responden a los más avanzados estándares internacionales.

Calificación global de la Junta Directiva: 99%

La evaluación de la Junta Directiva de FIFCO refleja un desempeño altamente consolidado y alineado con las mejores prácticas de gobierno corporativo a nivel global. La calificación obtenida, de **99%**, evidencia el cumplimiento pleno de los requerimientos normativos tanto internos como externos, así como la aplicación efectiva de los principios de buen gobierno en la dirección y supervisión de la empresa. Desde una perspectiva individual, todos los miembros de la Junta cumplen a cabalidad con el perfil de idoneidad definido por la empresa, demostrando un alto nivel de competencia, compromiso y profesionalismo en el ejercicio de sus funciones. Se destaca la diversidad en la composición del órgano, así como su capacidad para desarrollar análisis críticos y discusiones estratégicas en torno a los retos y oportunidades de la organización. El periodo evaluado ha sido particularmente relevante debido a la implementación efectiva del plan de sucesión, con la designación de un nuevo Director General, lo que demuestra la solidez del marco de gobernanza y la capacidad de la Junta para gestionar transiciones clave sin afectar la estabilidad ni el desempeño organizacional. Asimismo, la Junta Directiva ha reforzado su enfoque en la gestión de riesgos, asegurando la aplicación de controles adecuados y la supervisión continua del apetito de riesgo corporativo.

El rol de la Junta Directiva se caracteriza por su alto grado de organización, participación activa y enfoque crítico en la toma de decisiones, lo que se traduce en una supervisión efectiva de la estrategia y operación empresarial. La agenda de trabajo, la calidad de la información recibida y el desarrollo de las sesiones han permitido fortalecer la eficacia en la toma de decisiones, consolidando un modelo de gobierno basado en la transparencia, la responsabilidad y la creación de valor sostenible. Entre las áreas de mejora, se recomienda continuar con la consolidación de la cultura de gestión de riesgos en toda la organización, fortalecer la independencia de la función de control normativo, estructurar un plan de capacitación continua para los Directores y optimizar la documentación cualitativa en las actas de Junta Directiva, para garantizar evidencia del apoyo técnico que le brindan todos los Comités.

En conclusión, la Junta Directiva de FIFCO reafirma su posición como un órgano altamente competente y alineado con las mejores prácticas internacionales, desempeñando un papel fundamental en la sostenibilidad y crecimiento de la empresa. La evaluación evidencia un gobierno corporativo robusto, con un ejercicio de liderazgo que combina estrategia, supervisión y transparencia, garantizando la continuidad y el desarrollo del negocio con una visión de largo plazo.

Fuente: ESTUDIO LEGAL por Silvia Canales

Criterios de evaluación

1 Función y rol de la Junta Directiva.

2 Composición de la Junta Directiva.

3 Competencias de la Junta Directiva.

4 Cultura de la Junta Directiva.

5 Operación de la Junta Directiva y análisis crítico.

6 Gobernanza y Administración del Riesgo desde la Junta Directiva Directiva.

7 Gestión de la información.

8 Comunicación.

9 Evaluación de miembros individuales.

10 Estructura de Comités.

Comités de apoyo

La Junta Directiva cuenta con dos comités que brindan **apoyo técnico** en temas estratégicos

Comité de Gestión de Capital Humano

Establece las políticas específicas sobre remuneración y otros beneficios que se otorgan a miembros del Comité Ejecutivo y demás colaboradores según aplique. Dichas políticas pueden considerar aspectos tales como las metas, el desempeño individual y el desempeño de la Compañía en general, esto bajo un formato de Balanced Score Card (BSC), metodología que pondera el cumplimiento de metas y métricas en materia económica/comercial, social interna y voluntariado. A fin de garantizar un crecimiento sostenible de la empresa y la aplicación de los estándares de Gobierno Corporativo, la Compañía cuenta con tres áreas de control que le reportan al Comité de Auditoría y Riesgos.

Miembros del comité

- Wilhelm Steinvorth
- José Rossi
- Phillippe Garnier
- Emilia Amado

Comité de Auditoría y Riesgos

Promueve la supervisión y la responsabilidad (rendición de cuentas). Garantiza que el equipo ejecutivo desarrolle y ejecute controles internos efectivos y una adecuada gestión del riesgo, que la auditoría interna desempeñe su papel y que los auditores externos evalúen, por medio de su propia revisión, las prácticas del equipo ejecutivo y de la auditoría interna, si fuera el caso.

Miembros del comité

- Sergio Egloff
- Arturo Loría
- Roberto Truque

La Junta Directiva está comprometida con el crecimiento sostenible del negocio y la aplicación de estándares internacionales de gobierno corporativo en la compañía.

El código de Gobierno Corporativo y la Política de Gestión de Riesgos plasman las mejores prácticas con relación a:

1. Las políticas básicas que regulan la interrelación de la compañía con los diferentes grupos de interés.

2. El nivel de tolerancia al riesgo, el cual se definió como conservador, con el fin de proteger el patrimonio de los accionistas. Para ello, los líderes de proceso (directores, gerentes y jefaturas) deben establecer los controles requeridos para mantener los riesgos de la compañía en el nivel indicado.

3. El papel de la Junta Directiva y sus comités de apoyo:

Gestión del Capital Humano y Auditoría y Riesgos.

4. El fortalecimiento de las áreas de control: Auditoría Interna, Gestión de Riesgos y Cumplimiento. Estas áreas le reportan al Comité de Auditoría y Riesgos de la Junta Directiva y sus principales funciones se detallan a continuación en el cuadro “Estructura de Control Interno”.

Estructura de control interno



Consultas a la Junta Directiva

Mecanismos de consulta

Las personas inversionistas de FIFCO cuentan con varios espacios de encuentro y comunicación, entre ellos, espacios fijos en las sesiones trimestrales de rendición de cuentas de la administración, implementados por primera vez en el año 2021.

En cuanto a los colaboradores, existe un procedimiento a nivel de Auditoría Interna, donde pueden externar sus inquietudes o quejas al máximo órgano de Gobierno Corporativo. En el caso de Industrias Alimenticias Kern's en Guatemala y FIFCO USA existe un sindicato al cual los colaboradores pueden afiliarse libremente. Estos sindicatos son el órgano máximo de representación laboral y de negociación.

Nuestra Junta Directiva y la sostenibilidad

FIFCO es una empresa que opera bajo una estrategia de Triple Utilidad y que se propuso alcanzar siete metas en sostenibilidad bajo las dimensiones ambiental, social y gobernanza.

La Junta Directiva mensualmente conoce y aprueba los principales proyectos tanto comerciales como de las agendas ambientales, sociales y de gobernanza, la Dirección General y la Dirección de Relaciones Corporativas, y el resto de las direcciones involucradas, le comparten a la Junta Directiva, de forma trimestral, los avances en cada dimensión, así como los principales hallazgos y planes de acción respectivos. Estos compromisos, avances y logros se compilan y reportan de forma anual en el reporte integrado de la compañía. La definición de materialidad y la recopilación de declaraciones para reportar de conformidad a los Estándares del GRI, contempla una sesión exclusiva con Junta Directiva, posicionado el rol de los miembros en la toma de decisiones sobre la sostenibilidad de la compañía.

Liderado por el área de Alineamiento Estratégico, los directores y gerentes de cada negocio u operación establecen metas y objetivos estratégicos que contribuyen a la ejecución de la estrategia definida. Estos objetivos comerciales, ambientales y sociales son aprobados bajo un formato de anotador corporativo por parte de la Junta Directiva. Mensualmente se rinde cuentas sobre el avance de estos.

Entre los indicadores no financieros revisados y aprobados por la Junta Directiva destacan: avances en materia de gobernanza, cumplimiento, cultura y clima organizacional, indicadores e iniciativas de Consumo Inteligente de Alcohol, reducción de azúcar, consumo y compensación de agua, reducción y mitigación de gases de efecto invernadero, toda la agenda relacionada a materiales, envases y recuperación de residuos, entre otros.

De igual forma se da el espacio para que la administración presente resultados y oportunidades en materia económica, social y ambiental. Estas quedan plasmadas en la minuta registrada de cada sesión de Junta Directiva, con sus acuerdos y plazos respectivos.

Política de Derechos Humanos

FIFCO mantiene como principios y valores compartidos fundamentales la protección, respeto y la promoción de los Derechos Humanos.

Se compromete a respetar los derechos humanos de sus colaboradores en el trabajo y en las comunidades en las que opera, procura que los Derechos Humanos sean respetados y promovidos a lo largo de la cadena de valor.

La Política de Derechos Humanos se centra en aspectos prioritarios:

- La Declaración Universal de los Derechos Humanos proclamada por Naciones Unidas (ONU) y los dos Pactos Internacionales que constituyen la Carta Internacional de Derechos Humanos.
- La Declaración Tripartita de Principios sobre Empresas Multinacionales y Política Social de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).
- El Pacto Global de Naciones Unidas.

La Política de Derechos Humanos de FIFCO se complementa con otras políticas y normas de la Compañía: Código de Ética y Conducta, Políticas de Proveedor Responsable, Salud y Seguridad Ocupacional, Política Ambiental y Política Contra el Hostigamiento y/o Acoso Sexual.

FIFCO está en contra y rechaza cualquier forma de trabajo infantil a lo largo de su cadena de valor.

Declaración de San José

FIFCO apoya por octavo año consecutivo la Declaración de San José, declaración que incluye principios en contra de la discriminación por orientación sexual e identidad de género y a favor de los Derechos Humanos de las personas LGBTIQ+ en espacios de trabajo. Es una iniciativa de la Alianza Empresarial para el Desarrollo que se realizó por primera vez en el 2016 a través de Pride Connection (antes Bloque Empresarial LGBTI).

Códigos de conducta

Los siguientes códigos de conducta de FIFCO son de aplicación y de acatamiento obligatorio para todas las subsidiarias, sus departamentos, colaboradores y directores, todos publicados en nuestro sitio **www.fifco.com**.

- Código de Ética y Conducta.
- Código de Proveedor Responsable.
- Política Ambiental Corporativa.

Área de cumplimiento

El área de **Cumplimiento**, por ser una unidad independiente, le reporta a la Dirección de Auditoría y Cumplimiento. En este periodo se realizaron evaluaciones de cumplimiento a procesos que estaban dentro del plan de trabajo, así como a otros que requirieron abordaje a raíz de Auditorías Operativas efectuadas, como lo fue el proceso de Recall.

Se implementó la nueva regulación de independencia para miembros de Junta Directiva Acuerdo CONASSIF 4-16 Reglamento sobre Gobierno Corporativo.

Se nombraron formalmente los Oficiales de Cumplimiento tanto titular como suplente, ante la Unidad de Investigación Financiera de El Salvador (UIF) para la operación de FIFCO CAM. Se diseñó y aprobó la documentación relacionada con dicho proceso, requerido por regulación local.

Gestión de riesgos

La evaluación de riesgos comprende el proceso de identificación, análisis, valoración y tratamiento de los riesgos que pueden afectar el giro normal de una empresa y su patrimonio.

Garantiza que se alcancen los objetivos definidos en la compañía y que se protejan los recursos de los inversionistas. Además, la gestión de riesgos procura la viabilidad financiera apoyando la eficiencia de la operación, mitigando los efectos negativos cuando se presenta un incidente de riesgo y permitiendo la optimización de las fuentes de fondeo disponibles.

La gestión de riesgos en FIFCO se basa en el estándar ISO 31000 y COSO ERM. Como parte de este proceso, en el 2023 la Junta Directiva aprobó una nueva versión de la Política Corporativa de Riesgos (el primer lineamiento data de 2017). Establece que la compañía asumirá un perfil de riesgo conservador, el cual descansa en las siguientes pautas básicas de administración:

- **Papel de la Junta Directiva y el Comité de Auditoría y Riesgos.**
- **Funciones de la Gerencia de Riesgos.**
- **Parámetros para administrar el portafolio de deuda e inversiones y utilizar coberturas financieras.**
- **Modelo de gestión de riesgo no financiero y continuidad del negocio.**

A fin de implementar esta política, la Gerencia de Riesgos cuenta con 5 lineamientos y 3 procedimientos que documentan la metodología asociada y puntualizan el proceso que se realiza para mapear y gestionar los riesgos y medir la efectividad de sus controles.

A nivel empresarial, se cuenta con un mapeo que considera riesgos del modelo ESG (Ambiental, Social y Gobernanza) y factores propios del plan estratégico. Se trabaja con una metodología Top-Down y es transversal a la compañía enriqueciendo el proceso de alcanzar las metas corporativas. Adicionalmente, considera los riesgos emergentes que son aquellos temas que a nivel mundial se identifican con impacto para el mediano y largo plazo.

En el caso de los riesgos operativos, se cuenta con mapeos de de Planta Cerveza, Planta Refrescos y de manera parcial en la Planta de Guatemala, las más importantes de nuestro negocio. Además, un proceso de gestión de eventos de riesgos y se verifica la efectividad de los controles asociados a estos riesgos. Este proceso se realiza con una metodología Bottom Up, la cual apoya la gestión de los Gerentes y Directores de la Compañía.

Tipos de riesgo de la compañía

Riesgos empresariales

Considera los riesgos que impactan la consecución de los objetivos estratégicos y de negocio.

a) Emergentes
b) Ambientales, sociales y Gobernanza (ESG)
c) Asociados a los objetivos estratégicos de la compañía.



Riesgos financieros

Considera los riesgos que puedan afectar negativamente las finanzas de la Compañía.

a) Variaciones en los tipos de cambio y las tasas de interés.
b) Rating crediticio de las emisiones o del emisor.
c) Límites de concentración por: emisor, emisión y subyacente.
d) El grado de liquidez de los instrumentos en los que se invierte.
e) Los flujos de efectivo necesarios para cubrir las obligaciones de la Compañía.

Riesgos no financieros

Considera riesgos que puedan generar pérdidas por fallos en los procesos, el personal, los sistemas internos o bien a causa de acontecimientos externos.

a) Riesgos operativos
b) Riesgos de Continuidad del Negocio
c) Seguridad informática

Principales riesgos empresariales y su tratamiento

Riesgos emergentes

Considera temas de inestabilidad política, cambio climático, crisis logísticas y el uso de la inteligencia artificial

El riesgo se monitorea de forma constante y se han desarrollado estrategias para enfrentar crisis de materias primas y logística.

Adicionalmente, se ha trabajo en definir buenas prácticas para el uso de la inteligencia artificial y la capacitación al personal.

Riesgos asociados a ESG

Esta categoría reúne los riesgos asociados a las principales materias primas, los eventos climáticos, el manejo de prácticas amigables con el ambiente, la retención y desarrollo del talento humano y temas asociados a la gobernanza de la compañía.

La gestión de estos riesgos se realiza con monitoreos constantes de las amenazas producto del cambio climático y eventos logísticos, programas de desarrollo de las capacidades del talento humano y revisión periódica de nuestro marco de Gobierno Corporativo.

Riesgos estratégicos

Reúne los riesgos asociados a la capacidad productiva y la tecnología de la información.

Para su mitigación existe un plan de expansión de la capacidad de la compañía y un programa para fortalecer la seguridad informática y manejar la obsolescencia tecnológica

Nuestros avances en 2024

Los esfuerzos de riesgo se enfocaron en trabajar tanto en planta cerveza como en planta refrescos. Adicionalmente, se avanzó en el mapeo de la planta de Guatemala (se cuenta con un plan de expansión estratégico para los siguientes procesos o sites que se debe ejecutar en los siguientes años). Como parte del alineamiento al modelo ESG, el concepto de riesgos se ha trabajado bajo un modelo de GRC (gobernanza, riesgos y cumplimiento) y este año se fortaleció el proceso al incluir la verificación de la efectividad de los controles. El proceso se ha acompañado de una gestión del cambio que fortalece la cultura de gestión de riesgos en la compañía.

Continuidad del negocio



En el 2024, se logró la **certificación ISO 22301** (Continuidad del Negocio) en Planta Cerveza de Costa Rica.

Con esta distinción la compañía asegura que cuenta con un proceso que minimiza el impacto de cualquier evento disruptivo en los activos, servicios y productos, medio ambiente, comunidad y otras partes interesadas. Este proceso en un esquema de mejora continua y se fundamenta en los siguientes pilares:

- Una política con los lineamientos a seguir antes, durante y después de una interrupción del negocio para asegurar una respuesta adecuada a la materialización de un riesgo.
- Planes documentados e implementados: Continuidad del Negocio, Gestión de Crisis, Respuesta y recuperación ante Emergencias y Plan de Recuperación Tecnológica.
- Una estructura organizacional que le brinda gobernanza a este proceso, por medio de los siguientes comités: Continuidad y Crisis, Emergencias y Recuperación Tecnológica.
- Revisión periódica de los análisis de riesgo e impacto de negocio para los procesos en la cadena productiva asociada a cerveza en Costa Rica.
- Un Plan de pruebas que considera ejercicios de simulación para las estrategias de continuidad y planes.
- Una herramienta tecnológica para el control y registro de la información del sistema de gestión y un proceso de gestión de cambio bajo el lema **“FIFCO no para”** en el cual se han reforzado conceptos asociados a gestión de riesgos, gobernanza, cumplimiento y continuidad del negocio.

Adicionalmente, se ha trabajado en la extensión del plan de continuidad en la Planta de Refrescos, donde se han logrado los siguientes avances:

- Diseño del mapa de procesos y de los respectivos procedimientos.
- Elaboración del mapeo de riesgos y del análisis del impacto de negocio.
- Diseño de estrategias de continuidad.

Principales riesgos de continuidad de negocio y su tratamiento

DESABASTO MATERIAS PRIMAS Y/O INSUMOS

Para su mitigación se establecen alianzas con contrapartes en el extranjero para producir las principales marcas, se está implementando un plan de abastecimiento ante catástrofes y un programa de gestión de riesgo en cadena de abastecimiento.

El riesgo se monitorea de forma constante debido a las amenazas producto del cambio climático y eventos logísticos.

CAPACIDAD LIMITADA DE PRODUCCIÓN/ DISTRIBUCIÓN

La Compañía se encuentra en ejecución de planes y proyectos para el aumento en la capacidad productiva y de distribución.

Estas inversiones están enfocadas en el aumento en la capacidad de sus plantas y mejoras en los procesos de planeación.

DAÑO O PÉRDIDA DE EQUIPOS CRÍTICOS/ INSTALACIONES

En este escenario de riesgo se consideran estrategias para la Importación de producto terminado para la cobertura de mercado. Así como también alianzas con terceros para producir las principales marcas.

Existe un sólido programa de mantenimientos preventivos y controles complementarios que mitigan el riesgo.

AUSENCIA DE PERSONAL

La Compañía cuenta con planes de sucesión para posiciones críticas, así como planes de capacitación y entrenamiento en competencias técnicas críticas.

CAÍDA DE SISTEMAS

El plan de continuidad de negocio considera la implementación y mantenimiento del Plan de Recuperación tecnológica, esta gestión implica actualizaciones en los procesos de tecnología, controles de seguridad, pruebas y mejoras en la infraestructura de manera tal que la organización se mantenga preparada para responder ante amenazas cibernéticas y otros eventos.

Nuestro Enfoque de 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.

El Reporte Integrado 2024 responde a la más reciente actualización de los Estándares GRI en el rubro de impuestos publicada en mayo del 2020.

Para este Reporte Integrado, se responde puntualmente los indicadores del estándar en referencia, y así, FIFCO brinda mayor amplitud en un tema de alta relevancia para la compañía.

Gestión fiscal y pública de FIFCO*

Al ser una entidad regulada por la Superintendencia General de Valores de Costa Rica (SUGEVAL), FIFCO hace de conocimiento público, mediante la emisión de hechos relevantes, la ejecución de iniciativas de trascendencia fiscal, tales como reorganizaciones empresariales, emisiones de bonos, adquisiciones, ventas mercantiles, entre otros.

La organización se caracteriza por una visión responsable en el pago de impuestos, mostrando transparencia en sus decisiones y total apertura ante las autoridades tributarias para colaborar en revisiones fiscales.
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.

(vi) No utilizamos legislaciones de baja o nula tributación con la intención de tomar ventajas impositivas.

Pagamos impuestos en los países en donde operamos, en concordancia con la capacidad económica y la normativa aplicable. La información se presenta de manera anual en el informe “Country by Country” que entregamos a la autoridad tributaria en Costa Rica (Dirección General de Tributación (“DGT”). Este informe está basado en los principios de la OCDE. Costa Rica, como miembro de la OCDE, y la DGT han incorporado dichos principios para mejorar la transparencia y la gobernanza. Este reporte es presentado de forma anual y se encuentra disponible para autoridades tributarias de otros países a través de acuerdos de intercambio.

Cualquier situación de trascendencia fiscal es revisada y aprobada por el Comité Corporativo de Impuestos, el cual sesiona al menos tres veces al año y está integrado de la siguiente forma:

- Dirección de Finanzas y Servicios Corporativos, actuando como Presidente.
- Gerencia Corporativa de Tesorería e Impuestos, actuando como Vice-Presidente.
- Gerencia Corporativa de Impuestos.
- Gerencia de Impuestos Local.
- Dirección Legal.
- Gerencia de Centro de Servicios Compartidos.
- Gerencia de Relaciones Públicas.
- Gerencia Corporativa Financiera.
- Asesor Tributario Externo (sin voto).

En cuanto al enfoque sobre cumplimiento normativo; FIFCO procura realizar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias de forma correcta, oportuna y en estricta concordancia con la normativa fiscal de los países donde opera, entendiendo que existen vacíos legales que requieren interpretación fiscal.

A efectos de poder cumplir con el marco normativo, se establecen procesos de control interno con áreas multidisciplinarias, se brinda constante capacitación al personal envuelto en tareas de cumplimiento tributario, se realizan relevantes inversiones en tecnología para soportar demanda de requerimientos fiscales, se coordinan auditorías internas y se solicitan dictámenes fiscales sobre el grado de cumplimiento a firmas tributarias externas.

Lo anterior con el fin de garantizar un ambiente de control permanente, que nos ayude a evitar errores humanos e interpretaciones subjetivas sin sustancia legal. El proceso de cumplimiento cuenta con los papeles de trabajo y documentación soporte, que respalda los pagos de impuestos, los cuales son custodiados por un periodo de 10 años -aunque las administraciones tributarias solicitan en promedio 4 años para cualquier revisión que requieran a posteriori.

FIFCO siempre se ha caracterizado por su compromiso fiscal, procurando transacciones comerciales únicamente con proveedores y clientes de carácter formal, dejando trazabilidad contable y fiscal en cada transacción de compra y venta, información que es remitida periódicamente a las administraciones tributarias, para control tributario cruzado.

Además, se cuenta con una guía de precios de transferencia que requiere que las transacciones con partes relacionadas se realicen bajo el principio de plena competencia.

La relación entre el enfoque fiscal y las estrategias empresariales y de desarrollo sostenible de la organización

Conforme a la filosofía empresarial de Triple Utilidad, FIFCO tiene una práctica fiscal que está alineada no sólo con objetivos de carácter económico, sino también de índole social y ambiental.

FIFCO considera que las contribuciones en impuestos y cargas sociales, realizadas de forma correcta, permiten el desarrollo de los países y la estabilidad de los fondos de pensiones; por tanto, en temas fiscales FIFCO promueve el correcto pago de los tributos y apoya las actividades tributarias enfocadas al control y responsabilidad fiscal.

FIFCO como empresa responsable en el pago de impuestos, que brinda información fiscal relevante en sus estados financieros y a las instancias gubernamentales que lo requieren, entiende que los valores de las marcas empiezan por operar correctamente y contribuir al desarrollo del país, con el pago de impuestos de forma precisa y oportuna. Es satisfactorio para FIFCO que los consumidores y socios comerciales estén seguros de que cada unidad vendida tributa correctamente. FIFCO considera que a través de una conducta fiscal responsable y transparente, se garantizan los componentes de carácter social, que se encuentran inmersos en la estrategia de sostenibilidad de la compañía. De esta forma se aporta una contribución significativa en el desarrollo, progreso y bienestar de las comunidades donde operamos.

Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos

Según los lineamientos de este rubro, la organización informante debe presentar la siguiente información:

a. Gobernanza fiscal y marco de control:

i. El órgano de gobierno o el cargo de nivel ejecutivo de la organización responsable de la práctica fiscal; FIFCO cuenta con un Comité de Impuestos Corporativo enfocado en la agenda fiscal, la cual incluye pertinentes. Adicionalmente, FIFCO cuenta con un área de Auditoría Interna, la cual, dentro de sus áreas de trabajo, incorpora los procesos de cumplimiento fiscal.

b. Mecanismos de notificación de inquietudes relacionadas con conductas no éticas o ilegales y con la integridad de la organización en relación con la fiscalidad:

Cualquier situación interna o externa, que pueda tener una connotación de carácter ilícito, debe ser reportada de forma inmediata a la división de auditoría interna, según se establece en el Código de Ética de FIFCO, dicha denuncia puede ser realizada de forma anónima. Las denuncias son escaladas de forma prioritaria para investigación y de ser necesario se contacta a los organismos judiciales respectivos.

c. Proceso de verificación de los contenidos en materia fiscal:

FIFCO reconoce el valor de los informes financieros para accionistas, socios comerciales, consumidores, entes estatales y otras partes interesadas. El área de impuestos de FIFCO vela constantemente para proporcionar una divulgación mejorada, transparente y equilibrada en la comunicación de los asuntos fiscales. La práctica de FIFCO es revelar cualquier situación fiscal incierta en sus notas a los estados financieros auditados, y provisionar las contingencias fiscales conforme a la normativa contable correspondiente.

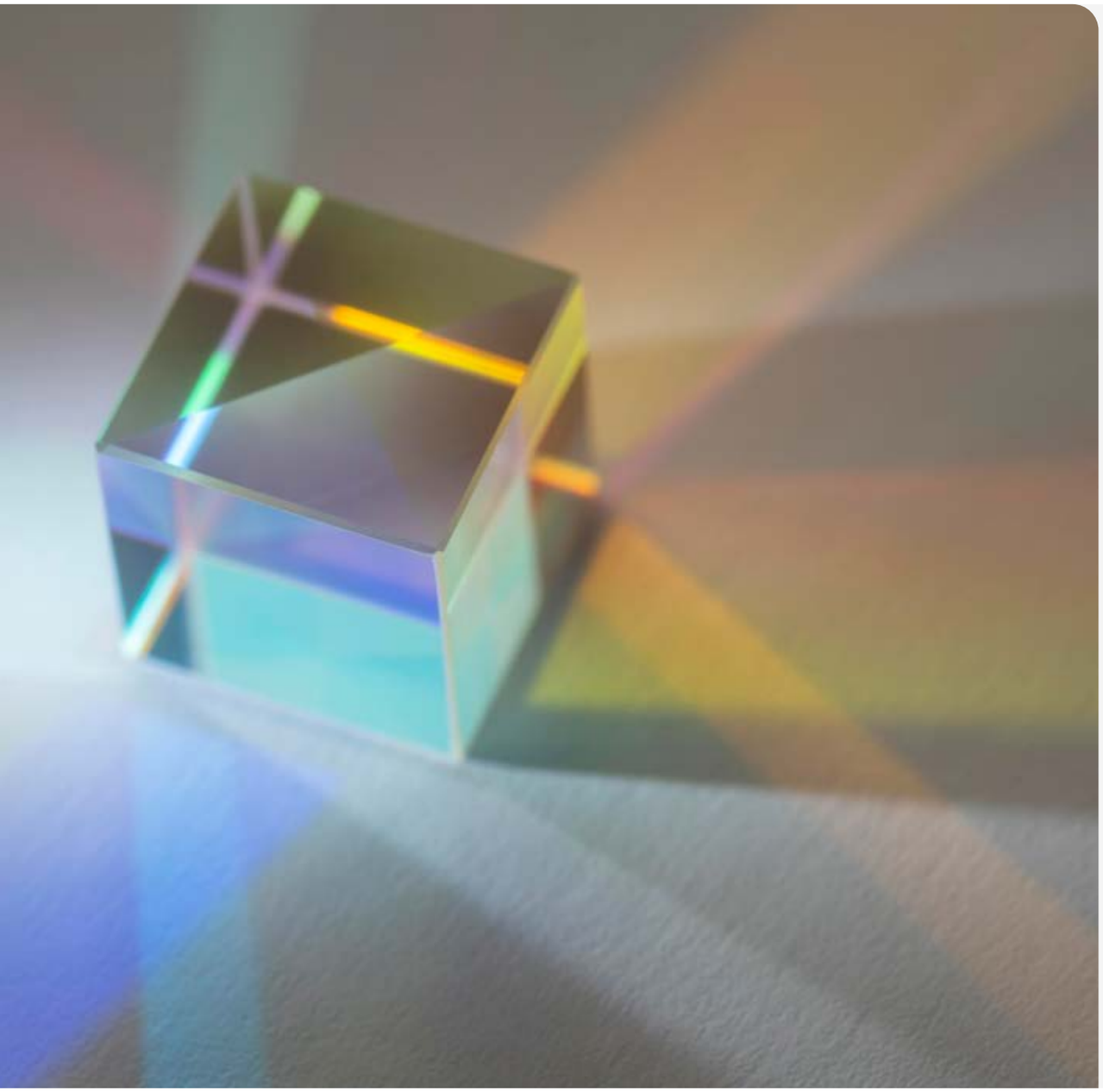
a. Enfoque en cuanto a la participación de los grupos de interés y la gestión de las inquietudes de los grupos de interés en relación con la fiscalidad:

i. El enfoque en cuanto al compromiso con las autoridades fiscales; el enfoque de FIFCO es respetuoso y cordial, en un ambiente colaborativo y de transparencia con las autoridades tributarias, reconociendo además el apoyo conjunto en la lucha contra la evasión fiscal y el contrabando.

ii. El enfoque en cuanto a la defensa de las políticas públicas en materia fiscal; FIFCO se limita a ejercer un punto de vista reflexivo sobre la política fiscal, a través de las cámaras representativas donde se encuentra afiliada.

iii. FIFCO mantiene reuniones con accionistas y públicos de interés que se realizan de forma trimestral para presentación de los resultados de negocio.

Ética y Transparencia



El Código de Ética y Conducta FIFCO aborda la **ética** de forma contundente, al especificar cuáles son aquellos comportamientos esperados en las personas colaboradoras, mecanismos de denuncia y reclamación existentes, así como el tratamiento a temas de corrupción.

El cargo directivo responsable del Código de Ética está representado en la figura del Director de Auditoría y Cumplimiento. Los miembros del órgano de gobierno y empleados reciben capacitación sobre el código de ética y sobre las políticas más importantes para la compañía.

Para colaboradores y colaboradoras de nuevo ingreso, el área de Talento coordina que dentro del proceso de inducción, realicen el curso virtual que contiene el Código de Ética descargable, una comprobación de conocimiento y un título de aceptación de este.

Todos los miembros del órgano de gobierno, personas colaboradoras y los socios empresariales están en la obligación de llevar el curso virtual Código de Ética, así como de leer el documento Código de Ética y Conducta FIFCO, registrado a nivel de usuario en el expediente del funcionario de la compañía.

Dicho código aplica para todas las unidades de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, FIFCO USA y México. Además, el área de Ética realiza charlas virtuales a diferentes áreas, tales como Eventos Especiales, Almacenes, Retail, entre otras.

En cuanto a temas relacionados con incumplimiento al Código de Ética (fraude, corrupción, conflicto de interés, incumplimiento interno y externo, debilidades de proceso) clima organizacional, acoso (sexual/ laboral), discriminación y otros, en las operaciones de Costa Rica, Guatemala, FUSA y México, se recibieron e investigaron **49** casos, de los cuales **32** casos corresponden a potenciales violaciones al Código de Ética, **9** casos están relacionados a temas de Clima Organizacional, **8** casos fueron relacionados a acoso (sexual/laboral). Los casos de clima organizacional son trasladados al Ejecutivo de Talento correspondiente, por ser requeridas las competencias de dicho Departamento y sus especialistas en el proceso de investigación, en cumplimiento a la legislación laboral vigente de cada país. Dentro de los casos de potenciales violaciones al Código de Ética , luego de finalizado el proceso de investigación de cada denuncia, en al menos **4** casos la falta fue ejecutada por un Gerente, en al menos **6** casos, las faltas fueron ejecutadas por mandos medios y en **4** casos por personal operativo.

Mecanismos de denuncia y reclamación

Existen 4 canales oficiales para recibir denuncias y/o consultas sobre conducta ética-lícita y temas relacionados con la integridad de la organización, las cuales pueden ser anónimas o no:

1) De forma personal

Las personas colaboradoras podrán acercarse, sin que esto genere temor a represalia a su Jefe Directo, al Ejecutivo de Talento o bien, al área de ética, (aplica para todo FIFCO).

2) Mediante el sitio web del proveedor experto en servicios relacionados, donde se podrá enviar la denuncia de forma electrónica (aplica para Costa Rica, Guatemala, El Salvador, FIFCO USA y México) siendo esta forma la más utilizada. Este sitio puede ser accedido vía web o bien, mediante la aplicación Fifco One.

3) Línea confidencial de ética

Esta línea es atendida por el proveedor experto en servicios relacionados y está disponible en cada una de las locaciones geográficas: Costa Rica, Guatemala, El Salvador, FIFCO USA y México.

4) A través del Centro de Primer Contacto

Las consultas o denuncias son recibidas por esta área y trasladadas al Departamento de Ética y para su proceso de investigación (aplica para todo FIFCO). Con respecto a las consultas o llamadas, éstas se atienden y transcriben por parte del proveedor experto en servicios relacionados, quien posteriormente las dirige al Departamento de Ética y, donde se da inicio con el análisis y proceso de investigación.

El personal de FIFCO conoce la existencia de esta línea confidencial de ética, además, saben que pueden realizar consultas directamente al personal autorizado en el área de Ética y de Talento. Como parte del proceso de inducción, se brindan capacitaciones al personal sobre el tema, enfatizando y garantizando la confidencialidad de los procesos. Dentro del Código de Ética se establece como política que no se podrán tomar represalias contra las personas que realicen algún tipo de denuncia.

Buenas prácticas comerciales

Capacitación

FIFCO, en su compromiso con la legalidad en los países donde opera, se esfuerza por mantener prácticas comerciales que respeten las normativas de competencia.

Por ejemplo, Distribuidora La Florida S.A., como parte de este compromiso, ha implementado una serie de medidas significativas destinadas a estar cumplimiento con la libre competencia justa en los mercados en que operamos, especialmente en el territorio de Costa Rica. Entre las iniciativas más relevantes, se ha llevado a cabo capacitaciones masivas para los equipos comerciales, destacando la importancia del respeto a las reglas de competencia en el mercado costarricense. Estas sesiones de formación tienen como objetivo principal fortalecer la comprensión de las normativas de libre competencia, las políticas de la empresa en este aspecto, y compartir buenas prácticas comerciales.

En el marco de estas capacitaciones, se reafirmaron principios fundamentales, entre ellos:

- Promoción de la libre competencia como un pilar esencial de las operaciones.
- La preferencia de las y los consumidores por la calidad, frescura y sabor de las marcas FIFCO se gana de forma justa en un entorno competitivo.
- Los acuerdos comerciales con clientes se fundamentan en relaciones ganar-ganar, siempre respetando las leyes antimonopolio y de competencia del mercado. Se opera dentro de los límites legales para garantizar una competencia sana y equitativa.

Adicionalmente, se ha generado un programa de cumplimiento que cuenta con diferentes aspectos, como lo son por ejemplo una política integral de libre competencia. Esta política incluye la capacitación continua de los y las empleadas, la revisión periódica de las prácticas comerciales y la implementación de canales de denuncia para reportar cualquier irregularidad. El programa de cumplimiento, liderado por el área de cumplimiento, en acompañamiento con el área legal, es una parte vital de la estrategia corporativa.

Por política corporativa FIFCO no contribuye a partidos políticos ni a representantes políticos en ninguno de los países en los que operamos

Denuncias notificadas formalmente

Tipificación o situación	2022	2023	2024
Denuncias relacionadas con clima organizacional	45	25	9
Denuncias sobre incumplimientos al Código de Ética	49	34	32
Denuncias sobre acoso y discriminación	5	0	8
Denuncias reasignadas a otras áreas	20	18	0
Total de denuncias	119	77	49

Código de Ética y Conducta Comercial de Negocios

- **Responsabilidades**
  Ética y comunicación, cumplimiento con regulaciones, protección de bienes de la compañía, integridad y exactitud en los registros contables, prácticas laborales justas y diversas, discriminación y acoso, contratación de menores de edad, conducta personal.
- **Representación de la compañía ante los clientes y grupos externos**
  Trato justo, equitativo, con clientes y proveedores; proselitismo político; comparecencias en público.
- **Privacidad y confidencialidad**
  Información de carácter confidencial, carácter privado de la información del mercado de valores, de clientes y empleados.
- **Conflicto de intereses**
  Transacciones comerciales con terceros, regalos y actividades recreativas, inversiones, Ética y transparencia, actividades comerciales externas, uso del nombre o instalaciones de la compañía, oportunidades corporativas.
- **Otras disposiciones importantes**
  Leyes antimonopolio, compromiso con el medio ambiente y salud ocupacional, comunicación sobre actividades sospechosas y/o evidencias de lavado de dinero.

Normas NIIF S1 y S2

Las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF): S1 y S2

Las NIIF son un conjunto de estándares de lenguaje contable para presentar los estados financieros de las empresas

Avances importantes en el entendimiento de las nuevas aplicaciones de Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) S1 y S2

Durante 2023 FIFCO hizo pública su inscripción al Grupo de Trabajo sobre Divulgación de Información Financiera relacionada con el Clima (TCFD) adoptando ese modelo como la base para el desarrollo de su metodología de acción climática.

En línea con las actualizaciones y tendencias mundiales se efectúan avances en el entendimiento de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) S1 y S2, que tienen su base en el marco TCFD y serán de carácter de reporte obligatorio para las entidades financieras y contables de Costa Rica hasta el reporte del año 2026.

El objetivo principal de estas normas internacionales es brindar un marco normativo de estándares globales de divulgación, para que las empresas midan y divulguen los riesgos financieros asociados al impacto de la sostenibilidad y cambio climático en sus operaciones, de manera directa e indirecta.

Objetivos

NIIF -S1
Requerimientos Generales para la Información Financiera a Revelar relacionada con la Sostenibilidad

Su objetivo es que las entidades **revelen información sobre sus riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad**, convirtiéndose en una herramienta de utilidad para los usuarios de informes financieros y facilitando su toma de decisiones relativas al suministro de recursos a las entidades.

NIIF-S2
Información a Revelar relacionada con el Clima

Tiene como objetivo que las entidades revelen información sobre sus **riesgos y oportunidades relacionados con el clima**, siendo útil para los usuarios principales de los informes financieros con propósito general a la hora de tomar decisiones relativas al suministro de recursos a la entidad.

NIIF-S1
Requerimientos Generales para la Información Financiera a Revelar relacionada con la Sostenibilidad y el Clima

APLICA PARA S1 y S2

1. Gobernanza (aplica para S1 y S2)

Órganos de gobernanza responsables de la supervisión de los riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad y el clima

1.1. El papel de la Junta Directiva, las direcciones y gerencias

FIFCO es una empresa que opera bajo una estrategia de Triple Utilidad y que se propuso alcanzar 7 metas en sostenibilidad bajo las dimensiones ambiental, social y gobernanza (ESG) de cara a 2027.

Liderado por el área de Alineamiento Estratégico, los directores y gerentes de cada negocio u operación establecen metas y objetivos estratégicos que contribuyen a la ejecución de la estrategia de sostenibilidad. Estos objetivos comerciales, ambientales y sociales son aprobados bajo un formato de "anotador corporativo" por parte de la Junta Directiva. La Junta supervisa el cumplimiento de la estrategia, respondiendo a los riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad y el clima.

Una vez al mes, conoce y aprueba los principales proyectos tanto comerciales como de las agendas ambientales, sociales y de gobernanza.

Por su parte, los avances en cada dimensión, así como los principales hallazgos y planes de acción respectivos son compartidos por la Dirección General, la Dirección de Relaciones Corporativas, y el resto de las direcciones involucradas, de forma trimestral. Estos compromisos, avances y logros se compilan y reportan de forma anual en el reporte integrado de la compañía. La definición de materialidad y la recopilación de declaraciones para reportar de conformidad a los Estándares del GRI, contempla una sesión exclusiva con Junta Directiva, posicionando el rol de los miembros en la toma de decisiones sobre la sostenibilidad de la compañía.

1.2. El comité de Auditoría y Riesgo

En FIFCO existe un comité de auditoría y riesgo conformado encargado de la supervisión y la rendición de cuentas. Este comité garantiza que el equipo ejecutivo desarrolle y ejecute controles internos efectivos y una adecuada gestión del riesgo en la sostenibilidad y el clima. Además, informa a la Junta Directiva acerca de todos los hallazgos.

PARA MÁS DETALLES DE ESTE COMITÉ

VER PÁGINA **219** DE ESTE REPORTE

2. Estrategia

El objetivo de la información financiera a revelar relacionada con la sostenibilidad sobre la estrategia es permitir que los usuarios de los informes financieros comprendan la estrategia de una entidad para gestionar los riesgos y oportunidades con la sostenibilidad.

FIFCO inició un proceso integral de revisión estratégica para actualizar su estrategia ESG corporativa conformada por 7 metas.

Adicionalmente, la compañía efectuó un proceso de identificación de riesgos y su respectivo plan de continuidad del negocio para la mitigación de tales impactos.



Metas de la estrategia ESG

- **Metas Ambientales**

1. Economía circular: empaques y embalajes de menor impacto ambiental.
2. Agenda Agua, Residuos y Carbono Positivo (WEW+).

- **Metas Sociales**

3. Consumo Inteligente - Menor grado alcohólico.
4. Contenido de azúcar.
5. Mujeres en posiciones de liderazgo.
6. Pobreza multidimensional.

- **Metas Gobernanza**

7. FIFCO como referente de gobierno corporativo.

PARA MÁS DETALLES ACERCA DEL AVANCE DE LAS 7 METAS

VER PÁGINA **25** DE ESTE REPORTE

2.1. Riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad sobre el modelo de negocio y la cadena de valor

FIFCO mantiene presente los principios de triple utilidad para toda la cadena de valor con el fin de dar respuesta a un consumidor más informado y consciente de las formas más responsables de producir.

Esto ha permitido que el modelo de negocio incorpore elementos de sostenibilidad desde su concepción. Como parte del proceso se efectuó una identificación de los riesgos y oportunidades que enfrenta la empresa para poder mitigar, gestionar y compensar aquellos que se establecen como prioritarios.

La Junta Directiva de FIFCO aprobó una política corporativa de riesgos la cual establece las pautas a seguir en este tema. Bajo esta premisa la compañía estableció tres categorías de riesgo: Empresariales, Financieros y No Financieros.

PARA MÁS DETALLES

VER PÁGINA **223** DE ESTE REPORTE

2.2. Sobre los riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad y el clima sobre su estrategia y toma de decisiones

La estrategia de sostenibilidad establece los temas específicos sobre los cuales se plantean proyectos para impactar directamente en las áreas ambiental, social y de gobernanza. Por ejemplo: reducción de plásticos, reducción de la huella de carbono, pobreza multidimensional, entre otros.

Como parte de esta línea de acción, en el área ambiental, se desarrolla la Estrategia de Acción Climática la cuál identificó iniciativas puntuales ante retos específicos, entre ellos:

Mitigación

- Sustitución del Búnker
- Eficiencia Energética
- Movilidad Eléctrica
- Refrigeración Natural
- Restauración de hábitats

Adaptación

- Preparación y respuesta ante emergencias climáticas
- Máster plan de agua
- W, T y S modo inundación
- Infraestructura Climática
- Abasto ante Catástrofe
- Agricultura Sostenible

PARA MÁS DETALLES VER PÁGINA **138** DE ESTE REPORTE

2.3. Sobre los efectos de riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad y el clima sobre la situación financiera, el rendimiento financiero y los flujos de efectivo, y sus efectos

FIFCO ya inició el proceso de identificación y análisis de aquellos riesgos financieros dentro de los que se identificaron:

- Variaciones en los tipos de cambio y tasas de interés.
- Rating Crediticio.
- Límites de concentración por emisor, emisión y subyacente.
- El grado de liquidez de los instrumentos en los que se invierte.
- Los flujos de efectivo necesarios para cubrir las obligaciones de la compañía.

2.4. La resiliencia de la estrategia y de su modelo de negocio frente a esos riesgos relacionados con la sostenibilidad y el clima

FIFCO identificó tres grandes áreas en las cuáles el modelo de negocio puede enfrentar riesgos debido al cambio climático. Estos riesgos ya poseen un plan de respuesta que se resume a continuación:

- **Afectación de la operación por interrupción de la distribución de insumos y/o producto terminado por impactos asociados al cambio climático:**

  Para la adaptación a los impactos de los eventos climáticos extremos, se está desarrollando un Sistema de Alerta Temprana que utiliza datos de sistemas de información geográfica, lo cual reduce la vulnerabilidad en la toma de decisiones en temas de distribución terrestre.

- **Atrasos en la operación por interrupción en el abasto local por parte de proveedores por impactos asociados al cambio climático:**

  Como método de mitigación, se ha continuado con los proyectos del Plan de Abasto ante Crisis de Impacto Climático, el Programa de Prácticas Agrícolas Sostenibles y el Programa de Gestión de Riesgo en la Cadena de Abastecimiento.

- **Atrasos en importaciones por eventos climáticos extremos internacionales:**

  Para reducir la vulnerabilidad ante eventos climáticos globales, se continúa con el proyecto del Plan de Abasto ante Crisis de Impacto Climático, que aborda el componente de importación y exportación en la cadena de abasto. Además, se incluyen datos globales dentro del Sistema de Alerta Temprana para una toma de decisiones informada.

3. Gestión de riesgos (aplica para S1 y S2)

APLICA PARA S1 y S2

3.1. Procesos y las políticas utilizadas para identificar, evaluar, priorizar y supervisar los riesgos relacionados con la sostenibilidad y el clima

Desde la Junta Directiva la empresa está comprometida con el crecimiento sostenible del negocio y la aplicación de estándares internacionales para el gobierno corporativo. Esto incluye por la naturaleza de la operación contemplar también todos aquellos riesgos relacionados con la sostenibilidad y el clima.

Para ello se estableció una Política de Riesgos y un Comité de Auditoría y riesgos que gestionan de forma eficiente:

- Políticas de interrelación entre la compañía y sus públicos de interés.
- El nivel de tolerancia al riesgo.
- El papel de la Junta Directiva y sus comités de apoyo.
- El fortalecimiento de las áreas de control como: auditoría interna, gestión de riesgos y cumplimiento.

3.2. Procesos para identificar, evaluar, priorizar y supervisar las oportunidades relacionadas con la sostenibilidad y el clima

Mediante nuestra Política de Continuidad del Negocio se estableció un proceso de mejora continua que permite:

- Establecer políticas de seguimiento antes, durante y después de eventos donde la operación se haya visto interrumpida.
- Planes documentados e implementados.
- Gobernanza para el proceso de continuidad y crisis.
- Revisión periódica de los análisis de riesgo e impacto de negocio en la cadena productiva asociada a cerveza en Costa Rica.
- Un plan de pruebas.
- Herramientas tecnológicas para control y gestión de la información.
- Mapeo de procesos.
- Diseño de estrategias de continuidad.

3.3 Forma en que los procesos de identificación de los riesgos y oportunidades relacionadas con la sostenibilidad y el clima se integran en el proceso global de gestión de riesgos de la entidad

Mediante la estrategia de Acción Climática al cambio climático, la compañía busca asegurar la integración y gestión de los riesgos y oportunidades mapeados en el proceso de análisis.

La estrategia deriva en una serie de proyectos puntuales que atienden las áreas de mitigación y de adaptación resumidas como:

Mitigación

- Sustitución del Búnker
- Eficiencia Energética
- Movilidad Eléctrica
- Refrigeración Natural
- Restauración de hábitats

Adaptación

- Preparación y respuesta ante emergencias climáticas
- Máster plan de agua
- W, T y S modo inundación
- Infraestructura Climática
- Abasto ante Catástrofe
- Agricultura Sostenible

4. Métricas y objetivos (aplica para S1 y S2)

APLICA PARA S1 y S2

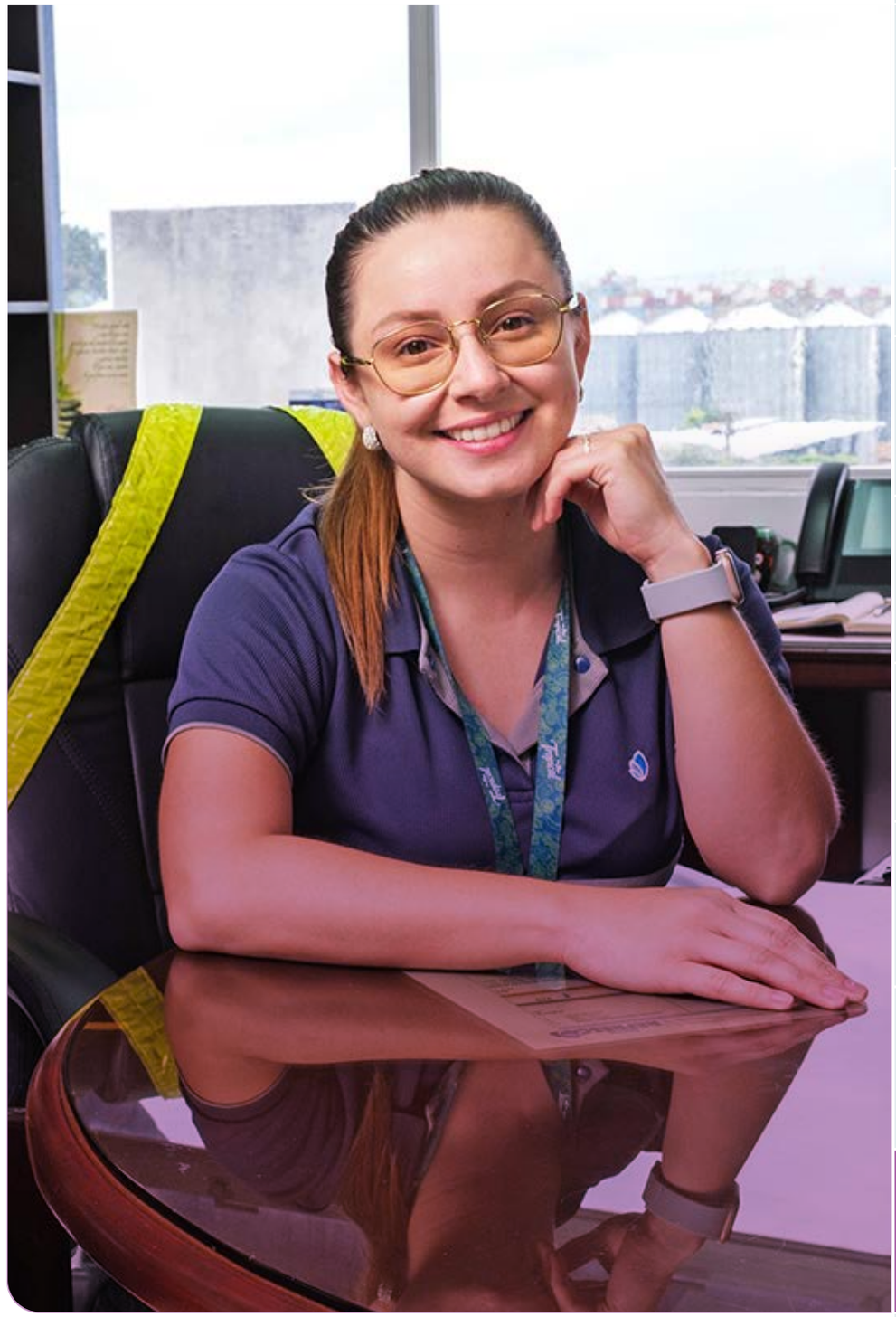
FIFCO estableció 7 metas en las dimensiones ambiental, social y de gobernanza:

En el año 2022 se definió una línea base para cada una de las metas. Año con año se presentan los avances y se determina el 2027 como el año meta para alcanzarlas.

Cada meta se desagrega en proyectos cuantificables que están a cargo de una persona experta como responsable de su ejecución, aunado a su equipo de trabajo.

El avance de las métricas se revisa de manera mensual y el órgano directivo aprobador es la Junta Directiva.

Durante el período de presentación, el cálculo de las métricas utilizadas para informar el avance de las metas ESG, guarda consistencia con los resultados presentados desde el año 2022.



Metas

Ambientales

1. Economía circular: empaques y embalajes de menor impacto ambiental.
2. Agenda Agua, Residuos y Carbono Positivo (WEW+).

Sociales

3. Consumo Inteligente - Menor grado alcohólico.
4. Contenido de azúcar.
5. Mujeres en posiciones de liderazgo.
6. Pobreza multidimensional.

Gobernanza

7. FIFCO como referente de gobierno corporativo.

NIIF-S2



1. Estrategia

1.1.Riesgos y oportunidades relacionados con el clima que podrían afectar a la empresa

Afectación de la operación por interrupción de la distribución de insumos y/o producto terminado por impactos asociados al cambio climático:

Para la adaptación a los impactos de los eventos climáticos extremos, se desarrolla un Sistema de Alerta Temprana que utiliza datos de sistemas de información geográfica, lo cual reduce la vulnerabilidad en la toma de decisiones en temas de distribución terrestre.

Atrasos en la operación por interrupción en el abasto local por parte de proveedores por impactos asociados al cambio climático:

Como método de mitigación, se continúa con los proyectos del Plan de Abasto ante Crisis de Impacto Climático, el Programa de Prácticas Agrícolas Sostenibles y el Programa de Gestión de Riesgo en la Cadena de Abastecimiento.

Atrasos en importaciones por eventos climáticos extremos internacionales:

Para reducir la vulnerabilidad ante eventos climáticos globales, se continúa con el proyecto del Plan de Abasto ante Crisis de Impacto Climático, que aborda el componente de importación y exportación en la cadena de abasto. Además, se incluyen datos globales dentro del Sistema de Alerta Temprana para una toma de decisiones informada.

Horizontes temporales

Los horizontes temporales están definidos de la siguiente forma:

Corto plazo: 1 año.

Mediano plazo: hasta 3 años.

Largo plazo: más de 3 años.

TIPO DE RIESGOS	Riesgos de transición relacionados con el clima.

1.2. Modelo de negocio y cadena de valor

Efectos actuales y previstos de los riesgos y oportunidades relacionados con el clima sobre el modelo de negocio y la cadena de valor de la entidad

FIFCO se encuentra en una fase preliminar de identificación y evaluación de los riesgos.

PARA MÁS DETALLES

VER PÁGINA **118** DE ESTE REPORTE

Concentración de los riesgos y oportunidades en el modelo de negocio y en la cadena de valor

La concentración de los riesgos y oportunidades en el modelo de negocio y en la cadena de valor se concentran en:

- Distribución de insumos y/o producto terminado por impactos asociados al cambio climático.
- Atrasos en la operación por interrupción en el abasto local por parte de proveedores por impactos asociados al cambio climático.

- Atrasos en importaciones por eventos climáticos extremos internacionales.

FIFCO se encuentra en la etapa de análisis y cuantificación financiera la cuál será presentada en el próximo reporte, esto permitirá establecer las oportunidades para cada uno de los riesgos identificados.



1.3. Estrategia y toma de decisiones

FIFCO identificó 3 áreas de acción para abordar los riesgos y oportunidades relacionados al clima, identificados bajo los conceptos de mitigación, adaptación, gestión de pérdidas y daños.

Mitigación

Se identificaron 3 áreas de trabajo:

- **Sustitución de bunker.**
- **Eficiencia energética.**
- **Movilidad eléctrica.**

Adaptación

Proyectos prioritarios a través de toda la cadena de valor:

- **Programa de Prácticas Agrícolas Sostenibles.**
- **Proyecto de continuidad de la cadena de abastecimiento ante crisis climática.**
- **Proyecto de Gestión de riesgo en cadena de abastecimiento.**

Gestión de pérdidas y daños

Proyectos prioritarios:

- **Inversión en infraestructura climática.**
- **Reparación de infraestructura dañada por embate climático.**

PARA MÁS DETALLES

VER PÁGINA **138** DE ESTE REPORTE

La compañía continúa desarrollando las métricas específicas que darán soporte al plan de transición relacionado con el clima, así como los escenarios supuestos y el rol que tendrá cada una de las unidades en las actividades a incluir.

Posteriormente, se presentarán los recursos que se destinarán a las actividades, así como información cualitativa y cuantitativa del progreso de los planes.

1.4. Situación financiera, rendimiento financiero y flujos de efectivo

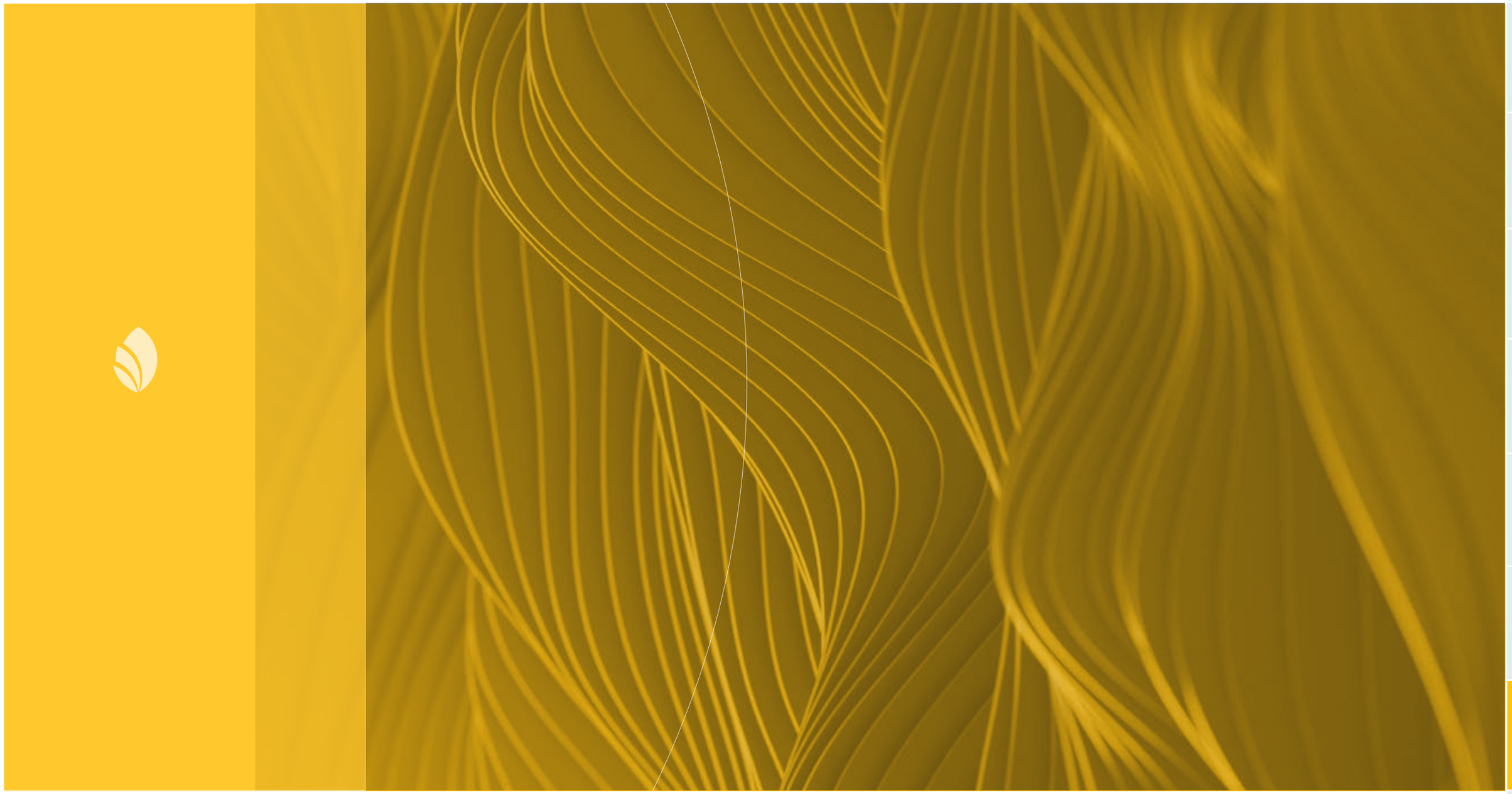
Se omite esta información dado que está en proceso de desarrollo.

1.5. Resiliencia climática

En la estrategia climática, FIFCO ya definió las líneas a seguir en cuanto a su plan de adaptación y mitigación; se espera develar información cuantitativa en informes posteriores.

Anexos

Estándares GRI



Índice de contenidos GRI

GRI CONTENT INDEX ADVANCED SERVICE 2025

Declaracion de uso	FIFCO ha elaborado el informe conforme a los Estándares GRI para el periodo comprendido entre 1 de enero de 2024 y 31 de diciembre de 2024.
GRI 1 utilizado	GRI 1: Fundamentos 2021
Estándar Setorial GRI aplicable	N/A

Este servicio fue elaborado para la versión en español del reporte.
Para *Content Index –Advanced Service*, GRI Servicios revisó que el índice de contenidos GRI está claramente presentado, de manera consistente con los estándares GRI, y esta información está claramente presentada y accesible a todos los públicos de interés.

Estándar GRI	Contenido	Número(s) de página y/o respuestas directas	Omisión		
			Requisitos omitidos	Razón	Explicación
Contenidos Generales					
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-1 Detalles organizacionales	5-9			
	2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	3, 8, 9			
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	3			
	2-4 Actualización de la información	No hay reexpresiones de la información.			
	2-5 Verificación externa	252-262			
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	7, 8, 9			
	2-7 Empleados	265			
	2-8 Trabajadores que no son empleados	265			
	2-9 Estructura de gobernanza y su composición	16-20, 218-222			
	2-10 Nominación u selección del máximo órgano de gobierno	216			
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	13, 14			
	2-12 Función del máximo órgano de gobierno supervisando la gestión de impactos	220-222			
	2-13 Delegación de autoridad para la gestión de impactos	43, 219, 220			
	2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	221			
	2-15 Conflictos de interés	232			
	2-16 Comunicación de preocupaciones críticas	231, 232			
	2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	221			
	2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	218			
	2-19 Políticas de remuneración	219			

Estándar GRI	Contenido	Número(s) de página y/o respuestas directas	Omisión		
			Requisitos omitidos	Razón	Explicación
	2-20 Proceso para determinar la remuneración		2-20a & 2-20b	Información sensible por competitividad entre empresas de la industria.	Restricciones de confidencialidad. Es información sensible para la competitividad de mercado de nuestra industria. Se garantiza la aplicación de estándares para estimar compensaciones competitivas.
	2-21 Ratio de compensación total anual		2-21-a & 2-21-b	Información sensible por competitividad entre empresas de la industria.	Restricciones de confidencialidad. Es información sensible para la competitividad de mercado de nuestra industria. Se garantiza la aplicación de estándares para estimar compensaciones competitivas.
	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	222			
	2-23 Compromisos y políticas	48, 182			
	2-24 Integrando los compromisos y politicas	219, 221, 223			
	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	39-41, 43-45			
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	39-41, 114, 230-232			
	2-27 Cumplimiento con leyes y regulaciones	114, 165			
	2-28 Afiliación a asociaciones	51			
	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	37-41			
	2-30 Acuerdos de negociación colectiva	266			
Temas materiales					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	43, 44			
	3-2 Lista de temas materiales	45			

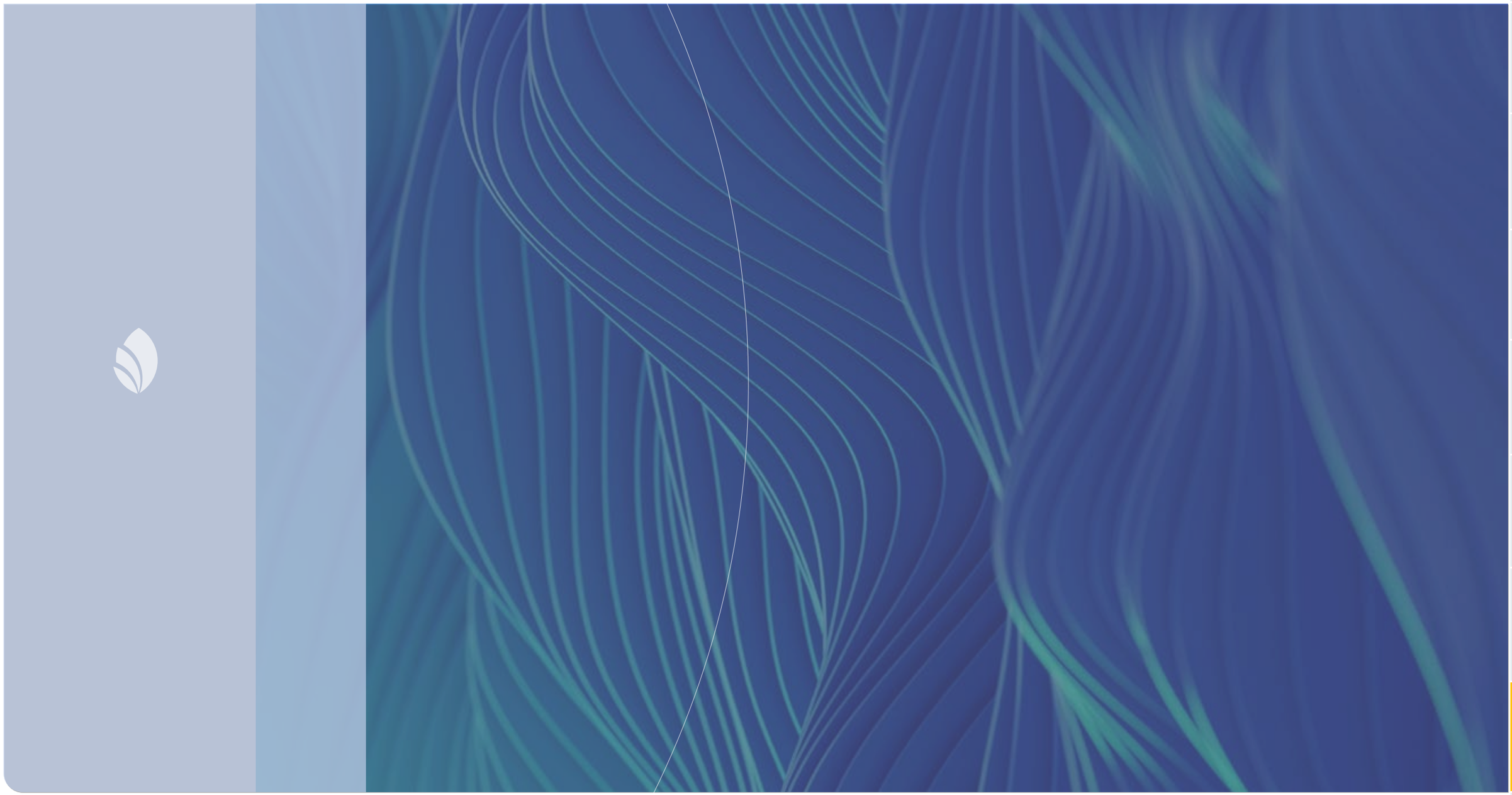
Estándar GRI	Contenido	Número(s) de página y/o respuestas directas	Omisión		
			Requisitos omitidos	Razón	Explicación
Estrategia climática					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	138, 139			
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	146			
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)				
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)				
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI				
	305-5 Reducción de las emisiones GEI				
	305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	147			
	305-7 Óxidos de nitrógeno (NO_x), óxidos de azufre (SO_x) y otras emisiones significativas al aire	279			
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo de energía dentro de la organización	279, 282,283			
	302-2 Consumo de energía fuera de la organización	282,283			
	302-3 Intensidad energética	281			
	302-4 Reducción del consumo energético	279, 280,283			
	302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	280,283			
GRI 303: Agua y efluentes 2018	303-1 Interacción con el agua como recurso compartido	152-157			
	303-2 Gestión de los impactos relacionados con el vertido de agua				
	303-3 Extracción de agua				
	303-4 Vertido de agua	284			
	303-5 Consumo de agua	152-157			
GRI 306: Residuos 2020	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	130-137			
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos				
	306-3 Residuos generados				
	306-4 Residuos no destinados a eliminación				
	306-5 Residuos destinados a eliminación				

Estándar GRI	Contenido	Número(s) de página y/o respuestas directas	Omisión		
			Requisitos omitidos	Razón	Explicación
Biodiversidad					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	158			
GRI 101: Biodiversidad 2024	101-1 Políticas para detener y revertir la pérdida de biodiversidad	158-166, 285			
	101-2 Gestión de los impactos sobre la biodiversidad				
	101-3 Acceso y participación en los beneficios				
	101-4 Identificación de los impactos sobre la biodiversidad				
	101-5 Ubicaciones con impactos sobre la biodiversidad				
	101-6 Impulsores directos de la pérdida de biodiversidad				
	101-8 Servicios de los ecosistemas				
Recuperación post consumo					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	130			
GRI 306: Residuos 2020	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	130-137			
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos				
	306-3 Residuos generados				
	306-4 Residuos no destinados a eliminación				
	306-5 Residuos destinados a eliminación				
Materiales					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	127			
GRI 301: Materiales 2016	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	129			
	301-2 Insumos reciclados utilizados	130-137			
	301-3 Productos y materiales de envasado recuperados				
Consumo inteligente					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	200, 201			
Prácticas de abastecimiento					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	119			
GRI 204: Prácticas de abastecimiento 2016	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	119-123			
Calidad de producto					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	48			

Estándar GRI	Contenido	Número(s) de página y/o respuestas directas	Omisión		
			Requisitos omitidos	Razón	Explicación
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016	416-1 Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	48,52-54			
	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	114			
Salud y seguridad en el trabajo					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	194			
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	182, 190-196			
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes				
	403-3 Servicios de salud en el trabajo				
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo				
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo				
	403-6 Promoción de la salud de los trabajadores				
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales				
	403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo				
	403-9 Lesiones por accidente laboral				
	403-10 Las dolencias y enfermedades laborales				
Gestión de talento					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	169			
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	265, 269, 276			
	401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales				
	401-3 Permiso parental				
Valor económico generado					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	58			

Estándar GRI	Contenido	Número(s) de página y/o respuestas directas	Omisión		
			Requisitos omitidos	Razón	Explicación
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	56-65			
	201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático				
	201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	267			
	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	216			
Tecnología de la información					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	117			
Optimización de los procesos					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	112-116			
Gobierno corporativo					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	214-232			

Informe de la Fiscalía



FIFCO

12 de febrero de 2025

Señor
Wilhelm Steinvorth Herrera
Presidente Junta Directiva
Florida Ice & Farm Company S.A. y Subsidiarias
Presente

Estimado señor:

De conformidad con lo establecido en el Artículo 197 del Código de Comercio y conforme a lo que disponen los estatutos de Florida Ice & Farm Company S.A. y subsidiarias, me permito presentar a usted el informe de las actividades que, como Fiscal de la compañía, he realizado durante el período de 12 meses que va del 1° de enero al 31 de diciembre de 2024, y le solicito que el mismo sea del conocimiento de la Junta Directiva y de la Asamblea General de Accionistas que se llevará a cabo el 11 de marzo de 2025.

Durante este periodo en que he ejercido como Fiscal de la compañía, la Junta Directiva ha sesionado de manera regular, cumpliendo con lo establecido en el Pacto Social de la compañía y con lo señalado en el Reglamento de Gobierno Corporativo, tal como consta en el libro de Actas de Junta Directiva correspondiente. Durante el año la Junta Directiva sesionó en 13 ocasiones, de las cuales 12 fueron ordinarias y 1 extraordinaria. En el control de la gestión administrativa y financiera de la organización, la Junta Directiva se apoya en la labor de la auditoría corporativa, la cual trabaja bajo un plan anual debidamente aprobado y monitoreado por el Comité de Auditoría y Riesgo, el cual celebró 9 reuniones durante el período referido, revisando temas de Auditoría Interna, Ética, Cumplimiento y Riesgo.

En las reuniones mensuales de la Junta Directiva, la Administración presenta un informe en el cual, aparte de mostrar los estados financieros de cada mes, se hace una reseña sobre el avance de las metas y el cumplimiento de los objetivos para el período que corresponde. Dicha información es discutida y analizada ampliamente en el seno de la Junta Directiva y esta fiscalía da fe de que las recomendaciones y sugerencias que se emiten son acatadas por la Administración.

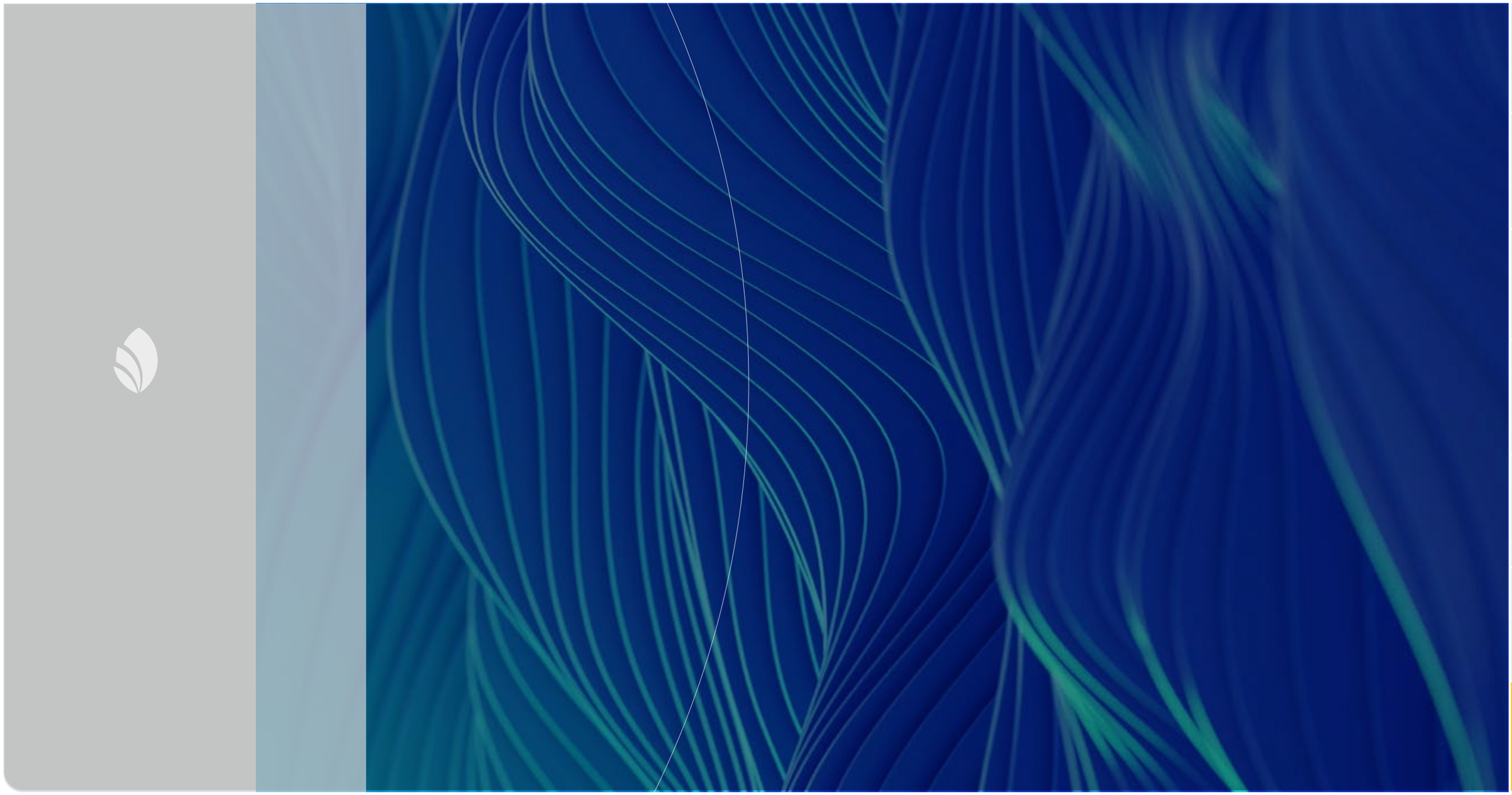
Con base en las revisiones efectuadas de los estados financieros, se puede afirmar que la contabilidad ha sido llevada en forma ordenada y al día, de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera, de manera que los estados financieros consolidados representan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la posición financiera consolidada y el resultado económico de las operaciones de Florida Ice & Farm Company S.A. y sus subsidiarias, en el período anual finalizado el 31 de diciembre de 2024, situación que se ratifica con el informe de la auditoría externa realizado por la firma Deloitte & Touche, con fecha 4 de febrero de 2025.

De acuerdo con la opinión de los auditores externos y de la auditoría corporativa, así como en mi participación en las sesiones de Junta Directiva y del Comité de Auditoría y Riesgo, puedo afirmar que, en general, la administración, la contabilidad y la operación de Florida Ice & Farm Company S.A. y sus subsidiarias, se desarrollan dentro de parámetros de eficiencia y orden adecuados, y que los informes reflejan razonablemente la situación de la Empresa y sus resultados al cierre del período referido. Asimismo, afirmo que tanto los acuerdos de la Asamblea de Accionistas, así como de la Junta Directiva se han cumplido, y que las actas se han consignado en los libros correspondientes y están debidamente firmadas.

Atentamente,

Roberto Truque Harrington
Fiscal de la Junta Directiva

Estados Financieros Auditados



Deloitte.

Deloitte Costa Rica
Condominio Escazú Village I
Nivel cuatrocientos
San Rafael, Escazú
San José, Costa Rica

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

INFORME DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

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

Opinión

Hemos auditado los estados financieros consolidados de Florida Ice and Farm Company, S.A. y Subsidiarias (la "Compañía"), que comprenden los estados consolidados de situación financiera al 31 de diciembre de 2024 y 2023, los estados consolidados de pérdida y ganancia y otros resultados integrales, los estados consolidados de cambios en el patrimonio y los estados consolidados de flujos de efectivo correspondientes a los períodos que terminaron en esas fechas, así como las notas explicativas de los estados financieros consolidados que incluyen información sobre las políticas contables materiales.

En nuestra opinión, los estados financieros consolidados adjuntos presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación financiera consolidada de la Compañía al 31 de diciembre de 2024 y 2023, así como su desempeño financiero consolidado y flujos de efectivo consolidados correspondientes a los períodos que terminaron en esas fechas, de conformidad con las Normas NIIF de Contabilidad, emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB por sus siglas en inglés).

Fundamentos de la Opinión

Llevamos a cabo nuestras auditorías de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría (NIA). Nuestras responsabilidades bajo esas normas se explican más ampliamente en la sección de *Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de los estados financieros consolidados* de nuestro informe. Somos independientes de la Compañía de conformidad con el *Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad* del Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores (Código de Ética del IESBA) y con el emitido por el Colegio de Contadores Públicos de la República de Costa Rica (Código de Ética Profesional del Colegio de Contadores Públicos de la República de Costa Rica), y hemos cumplido las demás responsabilidades de ética de conformidad con el Código de Ética del IESBA y con el Código de Ética Profesional del Colegio de Contadores Públicos de la República de Costa Rica. Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra opinión.

Cuestión Clave de la Auditoría

La cuestión clave de la auditoría es aquella cuestión que, según nuestro juicio profesional, ha sido de la mayor significatividad en nuestra auditoría de los estados financieros consolidados del período actual. Esta cuestión ha sido tratada en el contexto de nuestra auditoría de los estados financieros consolidados en su conjunto y en la formación de nuestra opinión sobre estos, y no expresamos una opinión por separado sobre esa cuestión. Hemos determinado que la cuestión que se describe a continuación es la cuestión clave de la auditoría que se debe comunicar en nuestro informe.

Si desea ver el reporte completo con sus respectivas notas, puede descargar el documento ingresando a www.fifco.com sección inversionistas.

Deloitte.

Cuestión Clave de la Auditoría	Cómo Nuestra Auditoría Abordó la Cuestión Clave de la Auditoría
Deterioro de activos intangibles con vida útil indefinida y crédito mercantil. La Compañía tiene activos intangibles con vida útil indefinida y crédito mercantil por ¢93.548 millones y ¢14.434 millones, respectivamente, según se detalla en la Nota 12 de estos estados financieros consolidados. Los activos intangibles deben ser objeto de evaluación de deterioro al menos anualmente, lo cual implica juicios subjetivos sobre el futuro del negocio y su rendimiento. La determinación del importe recuperable de estas cantidades, siendo este el mayor entre el valor en uso y el valor razonable menos los costos necesarios para su venta, requiere de juicio acerca de la identificación y valoración de las unidades generadoras de efectivo (UGE). La administración de la Compañía ha identificado diversas unidades generadoras de efectivo sobre las cuales cada año se realiza un estudio de análisis de deterioro, estos estudios abarcan activos intangibles de vida útil indefinida y crédito mercantil de conformidad con la Norma Internacional de Contabilidad No.36 (NIC 36) "*Deterioro de Activos*". Para el análisis de deterioro realizado por la administración de la Compañía se utilizan diferentes metodologías de valoración, juicios y supuestos clave incluyendo flujos de efectivo proyectados, tasas de crecimiento de los ingresos, tasas de descuento, márgenes operativos, EBITDA (ganancias antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización), las estrategias y expectativas de la administración y el desempeño financiero histórico para determinar si, el valor de estos activos de vida útil indefinida y crédito mercantil ha sufrido algún deterioro. En consecuencia, los análisis de deterioro de estos activos incluyendo las metodologías y supuestos clave utilizados se consideran una cuestión clave de la auditoría.	Enfocamos nuestras pruebas de deterioro de los activos de vida útil indefinida y crédito mercantil sobre la metodología y los principales supuestos aplicados y utilizados por la administración en sus análisis. Nuestros procedimientos de auditoría incluyeron: • Obtener un entendimiento del control interno aplicable para la preparación, desarrollo y conclusión de las metodologías de valoración de deterioro, y confirmar su apropiado diseño e implementación. • Obtener y analizar los cálculos, metodologías y supuestos clave determinados por la administración de la Compañía, incluyendo los flujos de efectivo proyectados, metodologías, supuestos relacionados con las tasas de crecimiento de los ingresos, tasas de descuento, márgenes operativos, EBITDA (ganancias antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización) y el desempeño financiero histórico, para alcanzar un entendimiento de los análisis efectuados por la administración de la Compañía. • Analizar los flujos de efectivo futuros proyectados que fueron utilizados en los modelos desarrollados por la administración de la Compañía para determinar si son razonables y soportables dadas las condiciones macroeconómicas actuales y el rendimiento futuro esperado de las unidades generadoras de efectivo. • Evaluar la competencia, objetividad y capacidades técnicas de los profesionales responsables de realizar los análisis de deterioro de las unidades generadoras de efectivo (UGE).

Deloitte.

Cuestión Clave de la Auditoría	Cómo Nuestra Auditoría Abordó la Cuestión Clave de la Auditoría
	• Desarrollar procedimientos de auditoría con respecto a los analísis de deterioro de las UGE , involucrando la participación de especialistas internos de la Firma, con el objetivo de: – Evaluar críticamente los modelos y métodos utilizados por la administración de la Compañía para valorar el potencial deterioro de sus activos intangibles de vida útil indefinida y crédito mercantil, en cumplimiento con los requisitos de la NIC 36 "*Deterioro de Activos*". – Validar la razonabilidad de los juicios, supuestos clave, incluyendo los flujos de efectivo proyectados, metodologías, supuestos relacionados con las tasas de crecimiento de los ingresos, tasas de descuento, márgenes operativos, EBITDA (ganancias antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización) las estrategias y expectativas de la administración y el desempeño financiero histórico, para determinar si son razonables y soportables dadas las condiciones macroeconómicas actuales y el rendimiento futuro esperado de las unidades generadoras de efectivo. – Validar la precisión matemática de los cálculos de valoración incluidos en los modelos de análisis de deterioro de las Unidades Generadoras de Efectivo (UGE's). – Determinar de forma independiente y mediante bases comparables un valor razonable de las unidades generadoras de efectivo, mediante la revisión del valor en uso, incluyendo una comparación contra otras

Deloitte.

Cuestión Clave de la Auditoría	Cómo Nuestra Auditoría Abordó la Cuestión Clave de la Auditoría
	compañías públicas que presentan características similiares a las unidades generadoras de efectivo bajo análisis. – Realizar un análisis de sensibilidad con base en los resultados de los procedimientos de auditoría realizados, determinando rangos de valor razonable de las unidades generadoras de efectivo bajo análisis para compararlos con la estimación del valor razonable de la Compañía y sus Unidades Generadoras de Efectivo (UGE's) • Evaluación de la idoneidad de las revelaciones relacionadas en la Nota 12 de los estados financieros consolidados.

Responsabilidades de la Administración y de los Responsables del Gobierno de la Compañía en Relación con los Estados Financieros Consolidados

La administración es responsable de la preparación y presentación razonable de los estados financieros consolidados adjuntos de conformidad con las Normas NIIF de Contabilidad emitidas por el IASB, y del control interno que la administración considere necesario para permitir la preparación de los estados financieros consolidados libres de error material, debido a fraude o error.

En la preparación de los estados financieros consolidados, la administración es responsable de la evaluación de la capacidad de la Compañía de continuar como empresa en funcionamiento, revelando, según corresponda, las cuestiones relacionadas con la Compañía en funcionamiento y utilizando el principio contable de empresa en funcionamiento, excepto si la administración tiene intención de liquidar la Compañía o detener sus operaciones, o bien no exista otra alternativa realista.

Los responsables del gobierno de la Compañía son responsables de la supervisión del proceso de información financiera consolidada de la Compañía.

Responsabilidades del Auditor en Relación con la Auditoría de los Estados Financieros Consolidados

Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable de que los estados financieros consolidados en su conjunto están libres de errores materiales, debido a fraude o error, y emitir un informe de auditoría que contiene nuestra opinión. Seguridad razonable es un alto nivel de seguridad, pero no garantiza que una auditoría realizada de conformidad con las NIA siempre detecte un error material cuando existe. Los errores pueden deberse a fraude o error y se consideran materiales si, individualmente o de forma agregada, puede preverse razonablemente que influyen en las decisiones económicas que los usuarios toman basándose en los estados financieros consolidados.

Deloitte.

Como parte de una auditoría ejecutada de conformidad con las NIA, ejercemos nuestro juicio profesional y mantenemos una actitud de escepticismo profesional durante toda la auditoría. Nosotros también:

- Identificamos y evaluamos los riesgos de incorrección material de los estados financieros consolidados, debida a fraude o error, diseñamos y aplicamos procedimientos de auditoría para responder a dichos riesgos, y obtuvimos evidencia de auditoría que es suficiente y apropiada para proporcionar las bases para nuestra opinión. El riesgo de no detectar una incorrección material debida a fraude es más elevado que en el caso de una incorrección material debida a un error, ya que el fraude puede implicar colusión, falsificación, omisiones deliberadas, manifestaciones intencionalmente erróneas, o la elusión del control interno.

- Obtenemos conocimiento del control interno relevante para la auditoría con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias y no con el fin de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la Compañía.

- Evaluamos la adecuación de las políticas contables aplicadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y la correspondiente información revelada por la administración.

- Concluimos sobre lo adecuado de la utilización por la administración, de la norma contable de empresa en funcionamiento y, basándose en la evidencia de auditoría obtenida, concluimos sobre si existe o no una incertidumbre material relacionada con hechos o condiciones que pueden generar dudas significativas sobre la capacidad de la Compañía para continuar como empresa en funcionamiento. Si concluimos que existe una incertidumbre material, se requiere que llamemos la atención en nuestro informe de auditoría sobre la correspondiente información revelada en los estados financieros consolidados o, si dichas revelaciones no son adecuadas, que expresemos una opinión modificada. Nuestras conclusiones se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de nuestro informe de auditoría. Sin embargo, hechos o condiciones futuros pueden ser causa de que la Compañía deje de ser una empresa en funcionamiento.

- Evaluamos la presentación global, la estructura y el contenido de los estados financieros consolidados, incluida la información revelada, y si los estados financieros consolidados representan las transacciones y eventos relevantes de un modo que logran la presentación razonable.

- Planeamos y realizamos la auditoría de grupo para obtener evidencia de auditoría suficiente en relación con la información financiera de las entidades o unidades de negocio dentro de la Compañía como base para formarse una opinión sobre los estados financieros consolidados de la Compañía. Somos responsables de la dirección, supervisión y revisión del trabajo realizado para los fines de la auditoría de la Compañía. Somos los únicos responsables de nuestra opinión de auditoría.

Comunicamos a los responsables del gobierno de la Compañía en relación con, entre otras cuestiones, el alcance y el momento de la realización de la auditoría planificados y los hallazgos significativos de la auditoría, así como cualquier deficiencia significativa en el control interno que identificamos en el transcurso de la auditoría.

Deloitte.

También proporcionamos a los responsables del gobierno de la Compañía una declaración de que hemos cumplido con los requerimientos de ética aplicables en relación con la independencia y les hemos comunicado acerca de todas las relaciones y demás cuestiones de las que se puede esperar razonablemente que pueden afectar nuestra independencia, y en su caso, las correspondientes salvaguardas.

La cuestión que ha sido objeto de comunicación con los responsables del gobierno de la Compañía, determinamos que ha sido de la mayor significatividad en la auditoría de los estados financieros consolidados del período actual y que es en consecuencia, la cuestión clave de la auditoría. Describimos esa cuestión en este informe de auditoría, salvo que las disposiciones legales o reglamentarias prohíban revelar públicamente la cuestión o, en circunstancias extremadamente poco frecuentes determinemos que una cuestión no se debería comunicar en nuestro informe porque cabe razonablemente esperar que las consecuencias adversas de hacerlo superarían los beneficios de interés público de la misma.

JORGE ANDRES BARBOZA HIDALGO (FIRMA)

Digitally signed by JORGE ANDRES BARBOZA HIDALGO (FIRMA)
Date: 2025.02.05 22:59:10 -06'00'

Lic. Jorge Andrés Barboza Hidalgo - C.P.A. No.5079
Póliza No.0116 FIG 7
Vence: 30 de setiembre de 2025
Timbre de Ley No.6663, ¢1.000
Adherido y cancelado en el original
Escazú, Costa Rica

4 de febrero de 2025



FLORIDA ICE AND FARM COMPANY, S.A.
Y SUBSIDIARIAS

Estados Financieros Consolidados

31 de diciembre de 2024 y 2023

Si desea ver el reporte completo con sus respectivas notas, puede descargar el documento ingresando a www.fifco.com sección inversionistas.

FLORIDA ICE AND FARM COMPANY, S.A. Y SUBSIDIARIAS
Estados Consolidados de Situación Financiera
(En Millones de Colones)
31 de diciembre de 2024 y 2023

Activo	Nota		2024	2023
Efectivo y equivalentes de efectivo	4	¢	33.038	21.258
Cuentas por cobrar, neto	5		86.131	89.785
Inventarios	6		96.145	84.861
Anticipos a proveedores			1.374	1.310
Desembolsos pagados por anticipado	7		23.298	19.606
Porción corto plazo documentos por cobrar a largo plazo	8		-	5.338
Total activo a corto plazo			**239.986**	**222.158**
Documentos por cobrar a largo plazo	8		5.128	-
Propiedades de inversión	9		37.997	36.578
Inversiones en asociadas y otras	10		60.560	58.238
Propiedad, planta y equipo, neto	11		384.051	350.671
Activos por derecho de uso, neto	20		25.696	21.457
Activos intangibles, neto	12		123.963	137.599
Crédito mercantil	12		14.434	21.935
Otros activos			1.226	1.688
Impuesto sobre la renta diferido	21b		23.029	24.123
Total activo a largo plazo			**676.084**	**652.289**
Total activos		¢	**916.070**	**874.447**
Pasivo y Patrimonio				
Porción corto plazo de los préstamos a largo plazo	13	¢	38.768	57.919
Bonos por pagar	14		50.000	-
Pasivo bajo arrendamiento corto plazo	20		8.361	7.073
Cuentas por pagar	15		65.343	61.382
Gastos acumulados y otras cuentas por pagar	16		36.533	36.874
Impuestos sobre la renta por pagar			6.280	10.800
Otros impuestos por pagar			14.585	14.327
Adelantos recibidos de clientes			8.678	6.725
Total pasivo a corto plazo			**228.548**	**195.100**
Adelantos recibidos			1.000	1.106
Préstamos bancarios a largo plazo, excluyendo la porción corto plazo	13		211.674	167.209
Bonos por pagar a largo plazo, excluyendo la porción corto plazo	14		-	50.000
Pasivo bajo arrendamiento largo plazo	20		16.501	13.164
Impuesto sobre la renta diferido	21b		31.951	35.138
Total pasivo a largo plazo			**261.126**	**266.617**
Total pasivo		¢	**489.674**	**461.717**
Patrimonio:	17			
Capital en acciones comunes		¢	86.216	87.706
Menos: acciones en tesorería a su valor nominal			353	1.490
Capital en acciones en circulación			85.863	86.216
Reservas			15.542	21.374
Utilidades no distribuidas			281.677	261.570
Total patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora			383.082	369.160
Participaciones no controladoras			43.314	43.570
Total patrimonio			**426.396**	**412.730**
Contingencias	25, 26		-	-
Total pasivo y patrimonio		¢	**916.070**	**874.447**

Las notas que acompañan a los estados financieros consolidados son parte integral de los mismos.

FLORIDA ICE AND FARM COMPANY, S.A. Y SUBSIDIARIAS

Estados Consolidados de Pérdida y Ganancia y Otros Resultados Integrales

(En Millones de Colones)

Por el período de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2024 y 2023

	Nota		2024	2023
Ventas netas	24	¢	823.950	827.387
Costo de las ventas			403.590	425.606
Utilidad bruta			**420.360**	**401.781**
Gastos de ventas y mercadeo	18		193.657	185.860
Gastos generales y administrativos	19		83.788	81.704
Gastos de operación			277.445	267.564
Utilidad de operación antes de otros gastos			**142.915**	**134.217**
Otros gastos, neto			13.873	6.768
Utilidad de operación			**129.042**	**127.449**
Gastos financieros			21.816	26.723
Ingresos financieros			(860)	(887)
Diferencias de cambio, neto			(1.285)	(9.216)
Ganancia en participación de asociadas, neto	10		(16.409)	(19.262)
Utilidad del período antes de impuestos			**125.780**	**130.091**
Impuesto sobre la renta:	21			
Corriente			42.435	40.612
Diferido			(2.663)	(5.787)
Total impuesto sobre la renta			39.772	34.825
Utilidad del período		¢	**86.008**	**95.266**
Otros resultados integrales:				
Partidas que pueden ser reclasificadas posteriormente al resultado del período:				
Diferencias de cambio al convertir negocios en el extranjero de la controladora		¢	(5.533)	(23.931)
Diferencias de cambio al convertir negocios en el extranjero de la no controladora			(552)	(4.555)
Otros resultados integrales del período			**(6.085)**	**(28.486)**
Resultado integral total del período		¢	**79.923**	**66.780**
Utilidad atribuible a:				
Propietarios de la controladora		¢	69.377	77.619
Participaciones no controladoras			16.631	17.647
		¢	**86.008**	**95.266**
Resultado integral total atribuible a:				
Propietarios de la controladora		¢	63.844	53.688
Participaciones no controladoras			16.079	13.092
		¢	**79.923**	**66.780**
Utilidad básica por acción	17d	¢	**80,67**	**89,11**

Las notas que acompañan a los estados financieros consolidados son parte integral de los mismos.

FLORIDA ICE AND FARM COMPANY, S.A. Y SUBSIDIARIAS
Estados Consolidados de Cambios en el Patrimonio
(En Millones de Colones)
Por el período de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2024 y 2023

		Saldo 31 de diciembre de 2023	Resultado Integral del período	Dividendos pagados	Absorción de acciones en tesorería	Compra de acciones en tesorería	Asignación de reserva legal	Saldo 31 de diciembre de 2024
Capital acciones	¢	**87.706**	-	-	(1.490)		-	**86.216**
Acciones en tesorería		**(1.490)**	-	-	1.490	(353)	-	**(353)**
Reservas:								
Superávit por revaluación		**24.882**	-	-	-	-	-	**24.882**
Reserva legal		**17.542**	-		-	-	(299)	**17.243**
Ajuste por conversión de estados financieros		**(21.050)**	(5.533)	-	-	-	-	**(26.583)**
Total Reservas		**21.374**	**(5.533)**	**-**	**-**	**-**	**(299)**	**15.542**
Utilidades no distribuidas		**261.570**	69.377	(47.332)	-	(2.237)	299	**281.677**
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		**369.160**	63.844	(47.332)	-	(2.590)	-	**383.082**
Participaciones no controladoras		**43.570**	16.079	(16.335)	-	-	**-**	**43.314**
Total Patrimonio	¢	**412.730**	**79.923**	**(63.667)**	-	**(2.590)**	**-**	**426.396**

		Saldo 31 de diciembre de 2022	Resultado Integral del período	Dividendos pagados	Absorción de acciones en tesorería	Compra de acciones en tesorería	Asignación de reserva legal	Saldo 31 de diciembre de 2023
Capital acciones	¢	**89.449**	-	-	(1.743)	-	-	**87.706**
Acciones en tesorería		**(1.743)**	-	-	1.743	(1.490)	-	**(1.490)**
Reservas:								
Superávit por revaluación		**24.882**	-	-	-	-	-	**24.882**
Reserva legal		**17.890**	-	-	-	-	(348)	**17.542**
Ajuste por conversión de estados financieros		**2.881**	(23.931)	-	-	-	-	**(21.050)**
Total Reservas		**45.653**	**(23.931)**	**-**	**-**	**-**	**(348)**	**21.374**
Utilidades no distribuidas		**231.818**	77.619	(39.908)	-	(8.307)	348	**261.570**
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		**365.177**	53.688	(39.908)	-	(9.797)	-	**369.160**
Participaciones no controladoras		**45.411**	13.092	(14.933)	-	-	-	**43.570**
Total Patrimonio	¢	**410.588**	**66.780**	**(54.841)**	-	**(9.797)**	**-**	**412.730**

Las notas que acompañan a los estados financieros consolidados son parte integral de los mismos.

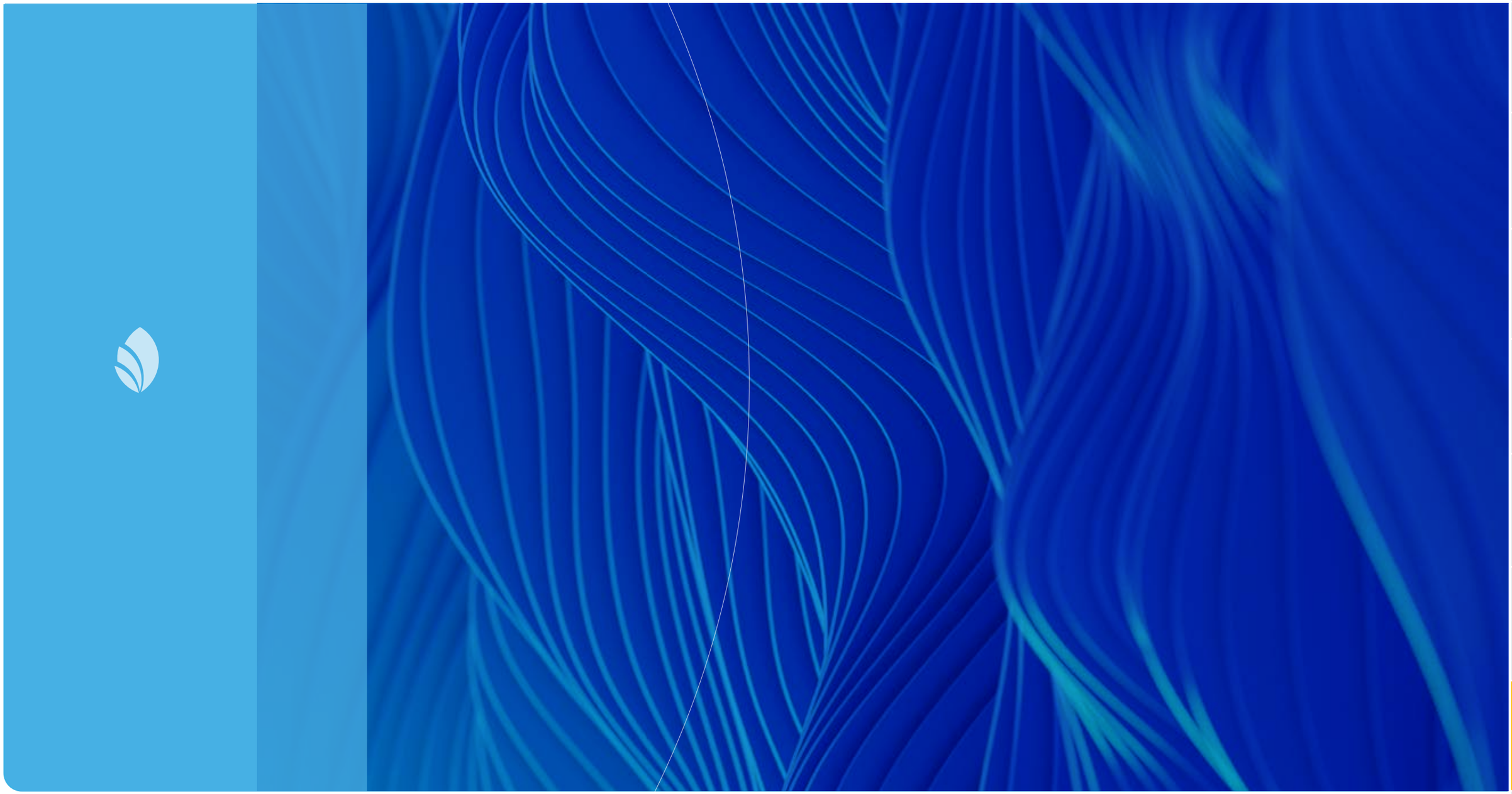
FLORIDA ICE AND FARM COMPANY, S.A. Y SUBSIDIARIAS
Estados Consolidados de Flujos de Efectivo
(En Millones de Colones)

Por el período de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2024 y 2023

		2024	2023
Fuentes (uso) de efectivo:			
Actividades de operación:			
Utilidad del período	¢	**86.008**	**95.266**
Partidas que no requieren (no generan) efectivo:			
Depreciación y amortización		46.062	43.723
Deterioro de crédito mercantil y baja de activo intangible		12.310	5.766
Diferencial cambiario no realizado		(1.241)	(8.341)
Efecto por disposición de activos		1.188	(107)
Participación en ganancias de compañías asociadas		(16.409)	(19.262)
Estimación para pérdidas crediticias esperadas		877	537
Impuesto sobre la renta diferido		(2.663)	(5.787)
Impuesto sobre la renta corriente		42.435	40.612
Gastos financieros		21.816	26.723
Efectivo provisto antes de cambios en el capital de trabajo		**190.383**	**179.130**
Cambios en el capital de trabajo:			
Cuentas por cobrar y documentos por cobrar		1.709	(4.755)
Anticipos a proveedores		(84)	1.796
Inventarios		(13.232)	30.070
Desembolsos pagados por anticipado		(4.274)	487
Cuentas por pagar		4.383	(14.426)
Otros activos		441	483
Gastos acumulados y otras obligaciones		(35)	4.879
Otros impuestos por pagar		258	1.271
Adelantos recibidos de clientes		1.847	484
Efectivo provisto por las operaciones		**181.396**	**199.419**
Pago de impuesto sobre la renta		(47.049)	(32.028)
Efectivo neto provisto por actividades de operación		**134.347**	**167.391**
Actividades de inversión:			
Dividendos recibidos		12.971	13.525
Adiciones a propiedad, planta y equipo e intangibles		(66.392)	(54.721)
Efecto de la disposición de activos		279	69
Efectivo neto usado para las actividades de inversión		**(53.142)**	**(41.127)**
Actividades de financiamiento:			
Proveniente de préstamos bancarios		48.195	41.239
Pago de intereses		(18.917)	(24.834)
Amortizaciones de deuda		(19.863)	(6.690)
Recompra de acciones en tesorería		(2.590)	(9.797)
Disminución de la participación no controladora por dividendos pagados		(16.335)	(14.933)
Pago de bonos		-	(58.000)
Pagos por arrendamientos		(12.303)	(10.157)
Dividendos pagados		(47.332)	(39.908)
Efectivo neto usado para las actividades de financiamiento		**(69.145)**	**(123.080)**
Aumento en el efectivo y equivalentes de efectivo		**12.060**	**3.184**
Efectivo y equivalentes de efectivo al inicio del período		21.258	18.492
Efecto por conversión de otras partidas		(280)	(418)
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del período	¢	**33.038**	**21.258**

Las notas que acompañan a los estados financieros consolidados son parte integral de los mismos.

Otros estándares sociales

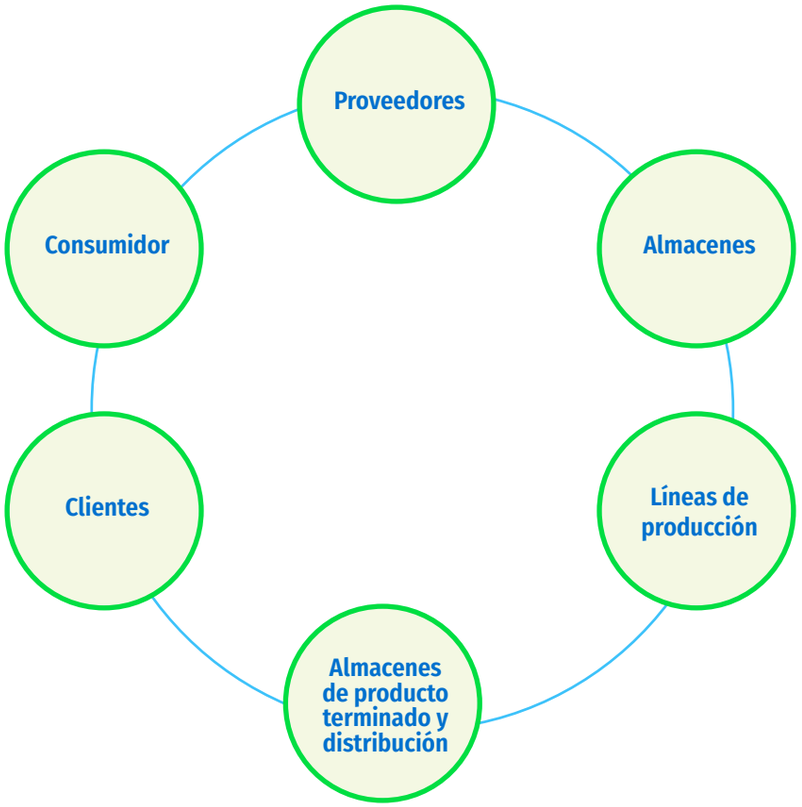


Estándar GRI 2-6

Gastos a proveedores según operación

	2022			2023			2024		
País	**Gasto Directo**	**Gasto Indirecto**	**Otros gastos**	**Gasto Directo**	**Gasto Indirecto**	**Otros gastos**	**Gasto Directo**	**Gasto Indirecto**	**Otros gastos**
Costa Rica	$290.782.161	$134.002.018	$10.234.186	$201.491.843	$168.566.866	$12.895.011	$301.791.699	$214.837.946	$13.056.536
Guatemala	$93.619.425	$22.632.478	ND	$90.189.820	$37.804.481	ND	$115.836.634	$43.435.538	
El Salvador							$8.874.588	$2.756.566	
Honduras							$1.847.398	$392.884	
FIFCO USA	$109.720.865	$81.212.483	ND	$107.293.943	$50.856.493	ND	$113.133.230	$97.531.471	$180.430.866

Cadena de suministro



Los proveedores de FIFCO están ubicados en diferentes países y los gastos que se invierten en dichos proveedores se clasifican por: gastos indirectos, directos u otros. Los gastos directos son aquellos tales como las materias primas y embalaje de los productos. Los gastos indirectos son aquellos relacionados con diferentes tipos de insumos, servicios requeridos para la operación o comercialización de los productos.

Por último, hay pagos únicos que se hacen por servicios en específico y que no son parte del día a día de la operación.

Estándar GRI 102-8

Cantidad de empleados totales fijos, temporales y medio tiempo según género y ubicación

	2022							2023							2024						
	Contrato Fijo			Contrato Temporal o Medio tiempo			Total	Contrato Fijo			Contrato Temporal o Medio tiempo			Total	Contrato Fijo			Contrato Temporal o Medio tiempo			Total
País	**M**	**H**	**N.D.**	**M**	**H**	**N.D.**		**M**	**H**	**N.D.**	**M**	**H**	**N.D.**		**M**	**H**	**N.D.**	**M**	**H**	**N.D.**	
Costa Rica	774	2.729	0	57	187	0	3.747	867	2.725		76	238		3.906	1.023	3.014		63	301		4.401
Guatemala y El Salvador	91	444	0	0	73		608	109	464		1	50		624	92	451		3	152		698
Estados Unidos	144	576	0	68	38	0	826	140	534	0	57	46	1	778	120	533	0	62	47	1	763
México								12	12					24	13	13					26
Hoteles W y Westin														991							995
Total	1.009	3.749	0	125	298	0	5.181	1.128	3.735	0	134	334	1	6.323	1.248	4.011	0	128	500	1	6.883
Total menos temporales							**4.758**							**5.854***							**6.254***

M: Mujeres
H: Hombres
N.D.: No definido

Nota: La cantidad de empleados temporales o de medio tiempo dependen de la demanda del mercado.

***** Este monto incluye personas colaboradoras de los hoteles W y Westin.

Estándar GRI 2-30

Organizaciones de afiliación voluntaria

Libertad de asociación

En cada país donde tenemos operaciones respetamos la libertad de asociación establecida por la legislación laboral local, así como los acuerdos ratificados por la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

En el caso de Costa Rica, la empresa reconoce el gran valor del Movimiento Solidarista y sus valiosos aportes al desarrollo del país. Durante el año no se reportaron huelgas o disputas laborales en ninguno de los países en los que FIFCO mantiene operaciones.

Sobre los sindicatos

En caso de existir cambios operativos y que afecten a los convenios colectivos, se estipulan mínimos acordados de preaviso a los miembros de estos convenios. En la operación de Guatemala se cuenta con un convenio colectivo en donde se especifica que el periodo de preaviso, consultas y negociaciones. En Estados Unidos no se requiere aviso previo para el entorno que no tiene sindicato, por lo general si hay algún cambio en operaciones se da preaviso previo al evento. En el caso de Costa Rica, esto no aplica al no haber un sindicato. En FIFCO, los períodos de preaviso se aplican de acuerdo con la legislación laboral de cada país, independientemente si se dan o no por cambios organizacionales.

Organizaciones de afiliación voluntaria

Porcentaje de empleados afiliados

País	Tipo de convenio	2021	2022	2023	2024
Costa Rica	Asociación Solidarista de Empleados de Reserva Conchal y Afines (Asoreserva)	88%	70%	70%	66,40%
	Asociación Solidarista de Empleados de Panificadora Nacional (ASEPAN)	80%	83%	83%	82,91%
	Asociación Florida (ASOFLORIDA)	76%	73%	74%	71%
Guatemala	Sindicato de trabajadores de la empresa Kern's	49%	49%	53%	52%
Estados Unidos	Existen 5 sindicatos diferentes	ND	ND	ND	ND

FIFCO no identifica en el periodo 2023 operaciones ni proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo.

Estándar GRI 201-3

Programa de Beneficios Sociales y Planes de Jubilación por país

Costa Rica	Existe un plan de prestaciones, definido en la Ley de Protección al Trabajador No.7983. Este plan es un complemento al régimen de invalidez, vejez y muerte de la Caja Costarricense de Seguro Social para la jubilación.
	Por medio de esta ley, la compañía realiza un aporte equivalente al 3% del salario de cada empleado para la consolidación de un régimen complementario de pensiones.
	Fondo de desempleo laboral: Por medio de la Asociación Solidarista, la empresa contribuye con un aporte del 1% del salario de cada empleado para este fin, mientras que el trabajador aporta un 2%.
Guatemala	Cada mes se efectúa un aporte al programa de jubilación -establecido por el seguro social- el cual corresponde a un 10,67% sobre los salarios pagados.
	Programa de retiro voluntario: todo trabajador que desee desligarse de la empresa en forma voluntaria, puede hacerlo y beneficiar a sus familiares en la contratación de sus servicios.
Estados Unidos	No existen obligaciones derivadas del plan de prestaciones, se contribuye a los planes de beneficios administrados por el sindicato. La operación contribuye a cada plan basado en la cantidad de horas laboradas por semana, según ubicación.
México	Cada mes se efectúa un aporte al Instituto Mexicano del Seguro Social - IMSS.
	Cada mes se efectúa un aporte al Infonavit (Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores).

Estándar GRI 202-1

Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local

Unidad de Negocio	Año	Moneda	Promedio Salario mínimo del país	Promedio Inicial Empresa	Relación Empresa / Mínimo País
FIFCO USA	2020	USD	22,13	50,70	2,29 ***
	2021	USD	22,13	47,45	2,14
	2022	USD	22,13	41,61	1,88
	2023	USD	28,13	43,06	1,53
	2024	USD	29,04	53,29	1,84
Florida Bebidas	2020	Colones	316.965,00	320.000,00	1,01
	2021	Colones	319.574,00	320.944,00	1,00
	2022	Colones	330.300,00	330.300,00	1,00
	2023	Colones	352.164,91	352.164,91	1,00
	2024	Colones	358.609,50	358.610,00	1,00
Florida Retail	2020	Colones	316.965,00	322.970,00	1,02
	2021	Colones	319.574,00	322.970,00	1,01
	2022	Colones	330.300,00	330.300,00	1,00
	2023	Colones	352.164,91	352.164,91	1,00
	2024	Colones	358.609,50	358.610,00	1,00
Reserva Conchal	2020	Colones	316.965,00	320.000,00	1,01
	2021	Colones	319.574,00	320.000,00	1,01
	2022	Colones	330.300,00	329.600,00	1,00
	2023	Colones	352.164,91	352.164,91	1,00
	2024	Colones	358.609,50	358.610,00	1,00
Industrias Alimenticias Kern's	2019	Quetzales	2.742,37	2.792,63	1,02
	2020	Quetzales	2.742,37	2850,95	1,04
	2021	Quetzales	2825,1	2825,1	1,00
	2022	Quetzales	2959,24	2959,24	1,00
	2023	Quetzales	3634,59	3662,26	1,01
FMEX	2023	Pesos Méxicanos	6223,2	22325	3,59
	2024	Pesos Méxicanos	7467,9	23750,00	3,18

*Colaboradores del estado de New York. FLSA category: Exempt (no overtime). Otros puestos “Full-Time Hourly” están en su gran mayoría incorporadas dentro de alguno de los 5 “Collective Bargaining Agreements (CBAs)”, esto garantiza beneficios por encima de los requisitos de ley y una buena relación con las asociaciones de empleados.

** Subsidio diaro y no mensual respecto a Guatemala y Costa Rica.

*** En su mayoría, este año se hicieron contrataciones de nivel gerencial, debido a las restructuras a nivel comercial y de operaciones, incluyendo nuevo CEO que generan una relación mucho mayor en 2020 vs los años anteriores.

Estándar GRI 401-1

Rotación de trabajadores fijos según edad, género y zona

	Estados Unidos									Costa Rica y Guatemala									México					
País	**2022**			**2023**			**2024**			**2022**			**2023**			**2024**			**2023**			**2024**		
Rango de edad	**M**	**H**	**N.D**	**M**	**H**	**N.D**	**M**	**H**	**N.D**	**M**	**H**	**N.D**	**M**	**H**	**N.D**	**M**	**H**	**N.D**	**M**	**H**	**N.D**	**M**	**H**	**N.D**
Menor de 30	35	33	0	8	15	0	26	26	0	111	193	0	96	226	0	315	562	0	0	0	0	3	2	0
Entre 30 y menos de 50	32	56	0	17	53	0	34	54	0	132	362	0	147	360	0	729	2.271	0	1	1	0	10	9	0
50 y más	6	27	0	3	32	0	7	26	1	10	42	0	10	92	0	86	652	0		1	0		2	0
Total de Salidas	**73**	**116**	**0**	**28**	**100**	**0**	67	106	1	**253**	**597**	**0**	**253**	**678**	**0**	322	646	0	1	2	0	4	3	0
Total empleados	212	614	0	197	580	1	182	580	1	790	2731	0	976	3189	0	1.130	3.485	0	12	12	0	13	13	0
Rotación promedio anual por género	**34%**	**19%**	**0%**	**14%**	**17%**	**0%**	37%	18%	0%	**32%**	**22%**	**0%**	**26%**	**21%**	**0%**	28%	19%	0%	8%	17%	0%	31%	23%	0%

M: Mujeres
H: Hombres
N.D.: No definido

Nota: La cantidad de empleados temporales o de medio tiempo dependen de la demanda del mercado.
La rotación promedio anual por género se calcula = total de despidos / total de empleados. En el caso de FIFCO USA se incluye la totalidad de los colaboradores, tanto fijos como temporales; para el resto de los países sólo los fijos ya que así es cómo la empresa recopila la información.

Estándar GRI 401-3

Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo y ubicación

	Guatemala								Estados Unidos							Costa Rica							México			
	Mujeres			Hombres			N.D.		Mujeres			Hombres			N.D.	Mujeres			Mujeres			N.D.		Mujeres		Hombres	
Empleados que:	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2021	2022	2023	2024	2023	2024
Tuvieron derecho a una baja por maternidad o paternidad	2	3	5	7	21	24	0	0	212	134	121	212	134	121	0	16	30	41	132	68	45	0	0	1	0	0	1
Ejercieron su derecho a baja por maternidad o paternidad	2	3	5	7	21	24	0	0	8	4	5	8	4	5	0	16	30	41	132	68	45	0	0	1	0	0	1
Se reincorporaron al trabajo después de que finalizase su baja por maternidad o paternidad	2	3	5	7	21	24	0	0	7	3	5	7	3	5	0	16	30	41	132	68	45	0	0	1	0	0	1
Se reincorporaron al trabajo después de que finalizase su baja por maternidad o paternidad y conservaron su empleo pasados doce meses desde su reincorporación	2	3	5	7	21	24	0	0	7	3	5	7	3	5	0	16	30	41	132	68	45	0	0	1	0	0	1
Índices de reincorporación al trabajo y de retención de los empleados que disfrutaron de la baja por maternidad o paternidad	100%	100%	100%	100%	100%	100%	0%	0%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	0	100%	100%	100%	100%	100%	100%	0%	0%	100%	0%	0%	100%

N.D.: No definido
Nota: Todos tienen el derecho a la baja por maternidad o paternidad, sin embargo se contabilizan únicamente los que podían aplicar este derecho durante el año (para FIFCO CAM, Reserva Conchal, Florida Bebidas y Florida Retail).

Estándar GRI 403-2

FIFCO | Índice de Accidentabilidad

Unidad de negocio	2019	2020	2021	2022	2023	2024
FDIS	1,9	1,39	4,30	3,9	3,34	3,28
FIFCO Retail	4,71	4,0	5,75	5,5	14,03	7,70
Reserva Conchal	0,60	3,0	11,50	7,3	5,34	3,28
FIFCO CAM	13,99	4,0	1,42	2,7	1,29	2,13
FUSA	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	2,60

Estándar GRI 404-3

Porcentaje de los empleados que han recibido una evaluación periódica de su desempeño y de la evolución de su carrera a lo largo del periodo 2024

Por sexo y categoría

	Operario		Mandos Medios		Gerencial		Directores	
País	**Femenino**	**Masculino**	**Femenino**	**Masculino**	**Femenino**	**Masculino**	**Femenino**	**Masculino**
FIFCO USA	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Guatemala	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Costa Rica	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Estándar GRI 405-1

Desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otras mediciones de diversidad

	2022										2023												2024											
	Estados Unidos			Costa Rica			Guatemala y El Salvador			Total	Estados Unidos			Costa Rica			Guatemala y El Salvador			México		Total	Estados Unidos			Costa Rica			Guatemala y El Salvador			México		Total
Mando	M	H	No defin.	M	H	No defin.	M	H	No defin.		M	H	No defin.	M	H	No defin.	M	H	No defin.	M	H		M	H	No defin.	M	H	No defin.	M	H	No defin.	M	H	
Operarios	129	423	0	526	2.363	0	51	407	0	3.899	129	423	0	526	2.363	0	51	407	0	1		3.933	105	417	0	645	2420	0	54	332	0	3	2	3.978
Mandos medios	56	140	0	270	450	0	38	101	0	1.055	56	140	0	270	450	0	38	101	0	11	10	1.160	48	114	0	333	498	0	50	127	0	10	9	1.189
Gerencial	27	45	0	33	93	0	2	8	0	208	27	45	0	33	93	0	2	8	0		2	224	29	42	0	43	87	0	3	11	0		2	217
Directores / Gerentes	0	6	0	2	10	0	0	1	0	19	0	6	0	2	10	0	0	1	0	0	0	18	0	7	0	2	9	0		1	0			19
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			0
Total	212	614	0	831	2.916	0	91	517	0	5.181	212	614	0	831	2.916	0	91	517	0	12	12	5.335	182	580	0	1.023	3.014	0	107	471	0	13	13	5.403

M = Mujeres
H = Hombres
No defin. = No definido

Nota: * Esta tabla no incluye a los trabajadores de Westin y W en Reserva Conchal dentro del total reportado

Estándar GRI 405-2

Relación entre el salario base según categoría, género y ubicación

	Reserva Conchal, Distribuidora La Florida y FIFCO Retail						
Cargo	**Hombres**	**Mujeres**	**Relación 2020**	**Relación 2021**	**Relación 2022**	**Relación 2023**	**Relación 2024**
Gerencias	VS		1,23	0,85	0,9	0,99	0,91
Especialistas, Supervisores y Jefaturas	VS		1,01	1,09	1,18	1,04	0,97
Auxiliares y Analistas			0,9	1,09	1,1	0,97	1,09
Operativos	VS		1,06	0,92	0,99	1,05	0,89
Industrias Alimenticias Kern's							
Gerencias	VS		1,9	1,13	0,99	0,99	1,62
Especialistas, Supervisores y Jefaturas	VS		2,17	2	1,25	1	1,1
Auxiliares y Analistas	VS		5,42	5	1,67	0,89	0,73
Operativos	VS		7,53	7,3	0,97	0,93	1,1
FIFCO USA							
Directores	VS		0	0,90	1,00	0,00	
Gerencias		VS	0,9	1,00	0,98	0,99	0,98
Especialistas, Supervisores y Jefaturas	VS		0,95	1,03	0,99	0,95	0,96
Auxiliares y Analistas		VS	0,79	0,63	0,60	0,86	0,86
Operativos	VS		0,8	0,92	0,93	0,96	0,98
FMEX							
Especialistas, supervisores, y jefaturas	VS					1,07	1,86
Auxiliares y analistas	VS					0,89	1,13

VS = Ventaja Salarial

En el caso de Costa Rica, la VS la siguen teniendo los hombres en los puestos de gerencia, especialistas, supervisores, jefaturas y operativos. Las mujeres mantienen su VS en los puestos de auxiliares y analistas. Existe una oportunidad de mejora en la igualdad salarial según género. FIFCO trabaja por velar por dicha igualdad a través de su estructura de compensación.

Estándar GRI 401: EMPLEO 2016

Beneficios para colaboradores

Costa Rica

- Servicio de comedor.
- Médico de empresa.
- Cobertura por incapacidad o invalidez.
- Asociación solidarista.
- Regalías y descuentos en productos.
- Clases de ejercicios presenciales en áreas recreativas.
- Uso de áreas recreativas.
- Gratificación para toda la población no ejecutiva de toda la organización.
- Horario flexible y teletrabajo (administrativos).
- Entrega de paquetes escolares y certificados de regalo.
- Plataforma interna de cursos virtuales.
- Planes de pasantía interna.
- Programas de liderazgo.
- Feria de bienestar, chequeos y exámenes médicos.
- Consultorios INS en áreas rurales.
- Convenios con instituciones educativas, gimnasios, restaurantes y centros de entretenimiento.
- Vacunación contra la influenza con apoyo de asociaciones solidaristas.
- Consulta nutricional gratuita (colaboradores de alto riesgo, enfermedad como hipertensión, diabetes, dislipidemia, obesidad, etc).
- Consulta psicológica y terapia física (según valoración médica).
- Permisos y licencias.
- Seguro de vida (aplica para gerencias y jefaturas en negocio de bebidas y alimentos; gerencias, jefaturas, supervisores y profesionales de Florida Retail y gerencias de Hospitalidad).
- Seguro de Gastos Médicos (gerencias, jefaturas y Mandos Medios)
- Bono por desempeño (aplica para puestos Gerenciales).
- Acciones (aplica solo para gerentes de negocio de bebidas y alimentos).
- Bono por desempeño (aplica para puestos Gerenciales).
- Adelanto cesantía. (aplica FDIS)
- Subsidio vivienda (aplica solo para Hospitalidad y aquellos candidatos que se trasladan desde San José).

Guatemala

A través del sindicato, sus miembros reciben subsidio de alimentación, clínica médica y dental, bono vacacional e indemnización universal, entre otros. Además, el personal goza de:

- Cooperativa.
- Subsidio de Vehículos (aplica ciertos niveles).
- Ayuda Oftamológica personal fijo.
- Consultorio Médico para el 100% de personal.
- Clínica Odontológico para el 100% de personal .
- Seguro de Vida.
- Seguro de gastos médicos aplica para el Nivel 12 en adelante.
- Subsidio de medicinas.
- Servicio de Comedor.
- Descuento de productos.
- Bono vacacional (Administrativos desde el 2010 es el 20% y personal operativo según Pacto Colectivo).
- Periodo vacacional de 20 días anuales (por ley son 15 días).
- Indemnización universal.
- Ayuda económica por fallecimiento de familiar .
- Ayuda económica por nacimiento de un hijo(a).
- Ayuda a los familiares en caso de fallecimiento de un trabajador.
- Bolsa de estudios.
- Obsequio navideño.
- Anticipo de salarios a colaboradores.
- Bonificación de Productividad.
- Enfermeria 24 hrs.
- Ayuda escolar y servicio de bus (personal operativo).
- Complemento de salario por incapacidad médica.
- Pago de pasivos laborales (Condicionado Pacto Colectivo Operativos).
- Opción de teletrabajo (Administrativos.)
- Seguro de gastos médico para personal de ventas y algunos administrativos.
- Bonificación por resultados (Puestos Gerenciales).

Estados Unidos

- Seguro médico.
- Seguro dental.
- Seguro oftalmológico.
- Cuentas de gastos flexibles.
- Programas de asistencia al empleado.
- Seguro por discapacidad.
- Seguro de vida y por accidentes.
- Plan de ahorro para retiro.
- Tiempo libre pagado.
- Vacaciones pagadas
- Voluntariado durante jornada laboral.
- Baja por maternidad y paternidad.
- Heatlh Savings account.
- Enfermería 24 horas.
- Regalía de producto.

México

- Car Allowance.(Posiciones Gerenciales).
- Vale de Combustible (Posiciones Gerenciales y de Ventas).
- Vale de Despensa.
- Bono Vacacional.
- Aguinaldo sobre utilidades.
- Bonificación por resultados (Puestos Gerenciales).
- Seguro de Vida.
- Seguro de Gastos Médicos.
- Fondo de Ahorro.
- Subsidio al gastos de Internet (hogar).
- Sillas Ergonómicas.

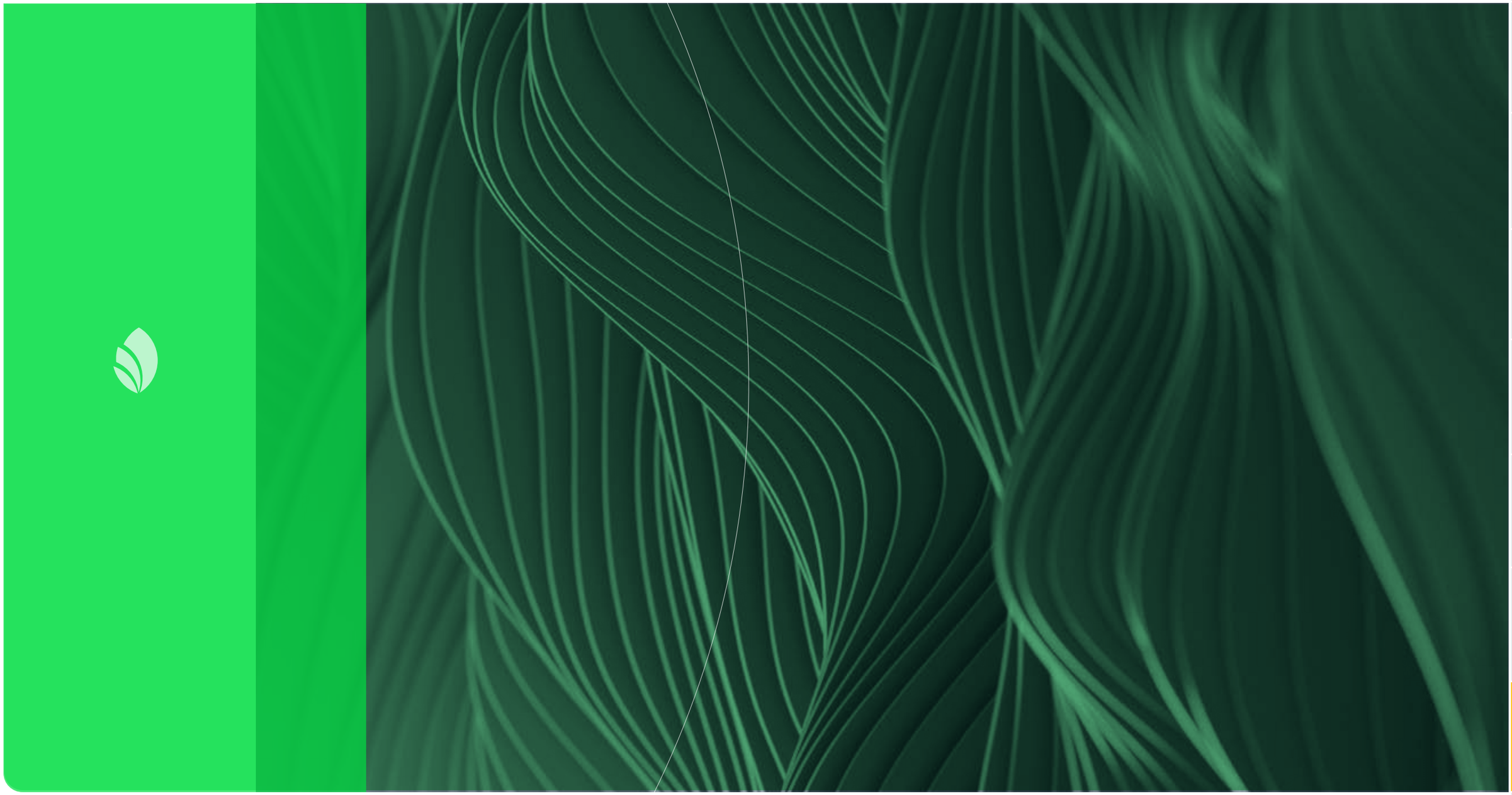
Estándar GRI 201-1

Ajuste salarial 2024

Costa Rica	El ajuste promedio fue de 2.0%
Guatemala	El ajuste promedio fue de 3,6%
Estados Unidos	Sindicalizado recibió 3% en enero, las demás posiciones recibieron en abril un 3% en promedio.
México	El ajuste promedio fue de 4%

		Personas	Porcentajes
Guatemala 2024	Sindicalizado	282	40,40%
	No sindicalizado	416	59,60%
	Total	698	

Otros estándares ambientales



Contenidos ambientales 2024

Consumo de energía por tipo y por instalación

Estándar GRI	Unidades	Detalles	Resultado resumido 2022	Resultado resumido 2023	Resultado resumido 2024
301-2	%	Porcentaje de materiales con contenido reciclado	64	83	71
301-3	%	Porcentaje de productos recuperados y sus materiales de embalaje para cada categoría de producto utilizando.	91,2	94	100
302-1	GJ	Consumo directo de energía eléctrica y térmica.	• FDIS: 600.832 • FIFCO CAM: 159.608 • FRETAIL: 24.446 • FUSA: 338.869 • HOSPITALIDAD: 95.684	• FDIS: 600.477 • FIFCO CAM: 153.643 • FRETAIL: 26.191 •FUSA: 299.084 • HOSPITALIDAD 95.467	• FDIS: 639.733 • FIFCO CAM: 163.614 • FRETAIL: 26.909 • FUSA: 277.798 • HOSPITALIDAD: 95.596
302-2	GJ	Consumo indirecto de combustible por transporte tercerizado.	• FDIS: 84 690 • HOSPITALIDAD: 11.838	• FDIS: 99 600 • HOSPITALIDAD: 11 702"	• FDIS: 106 389 • HOSPITALIDAD: 10.677
302-3	GJ/Unidad	Intensidad de energía: Consumo energético eléctrico y térmico por unidad de venta	• FDIS: 0,07 • FIFCO CAM: 0,13 • FRETAIL: 1,79 • FUSA: 0,15 • HOSPITALIDAD: N/A	• FDIS: 0,06 • FIFCO CAM: 0,01 • FRETAIL: 1,79 • FUSA: 0,15 • HOSPITALIDAD: N/A	• FDIS: 0,07 • FIFCO CAM: 0,14 • FRETAIL: 1,53 • FUSA: 0,16 • HOSPITALIDAD: N/A
302-4	GJ	Reducción cuantificada de energía eléctrica y térmica.	• FDIS: -35.772 • FIFCO CAM: -16.597 • FRETAIL: +392 • HOSPITALIDAD: -11.344 • FUSA: +9.634	• FDIS: +354 • FIFCO CAM: +5.965 • FRETAIL: -1.745 • HOSPITALIDAD: +217 • FUSA: +39.785	• FDIS: +39.255 • FIFCO CAM: +9.971 • FRETAIL: +718 • HOSPITALIDAD: +129 • FUSA: -10.460"
303-3	ML	Extracción de agua	• FDIS: 2.056,80 • FRETAIL: 22,45 • FIFCO CAM: 382,07 • FUSA: 1.286,54 • HOSPITALIDAD: 776,478	• FDIS: 1.714,82 • FRETAIL: 23,48 • FIFCO CAM: 365,93 • FUSA: 1.352,32 • HOSPITALIDAD: 810,35	• FDIS: 1.781, 74 • FRETAIL: 27,73 • FIFCO CAM: 367,9 • FUSA: 1307,91 • HOSPITALIDAD: 819,32
303-4	ML	Vertido total de aguas, según su calidad y destino	• FDIS: 993,4 • FIFCO CAM: 197,2 • HOSPITALIDAD: 17,3 • FRETAIL: 22,4 • FUSA: N/D	• FDIS: 1 056,81 • FIFCO CAM: 215,71 • HOSPITALIDAD: 80,7 • FRETAIL: 23,5 • FUSA: N/D	• FDIS: 991,13 • FIFCO CAM: 188,17 • HOSPITALIDAD: 190,1 • FRETAIL: 27,7 • FUSA: N/D
304-4	N/A	Especies (biodiversidad).	Detalle en GRI 304-4	Detalle en GRI 304-4	Detalle en GRI 304-4
305-4	Ton CO_2e/hl Ton CO_2e/Ton	Intensidad de emisiones de gases de efecto invernadero.	• Planta CCR: 0,0089 • Planta Cristal: 0,0037 • Planta FIFCO CAM: 0,0067 • FUSA: N/A • FRETAIL: 0,03 • HOSPITALIDAD: 3.952,37	• Planta CCR: 0,0110 • Planta Cristal: 0,0045 • Planta FIFCO CAM: 0,0069 • FUSA: N/D • FRETAIL: 0,05 • HOSPITALIDAD: 4.084,54	• Planta CCR: 0,0110 • Planta Cristal: 0,0052 • Planta FIFCO CAM: 0,0072 • FUSA: N/D • FRETAIL: 0,05 • HOSPITALIDAD: 3.841
305-5	Kg	Cantidad de gases refrigerantes	• FDIS: 847 • FIFCO CAM: N/D • HOSPITALIDAD: 341,56 • FRETAIL: 113 • FUSA: N/D	• FDIS: 754,9 • FIFCO CAM: N/A • HOSPITALIDAD: 833,1 • FRETAIL: 113,0 • FUSA: N/D	• FDIS: 1145 • FIFCO CAM: N/A • HOSPITALIDAD: 837 • FRETAIL: 207 • FUSA: N/D
305-7	Kg	Otras emisiones relevantes.	• NO_X: 220.378,26 • SO_2: 500.805,99 • PTS y PM_{10}: 19.497,50	• NO_X: 207.636,2 • SO_2: 488.385 • PTS y PM_{10}: 15.083,44	• NO_X: 226.900,61 • SO_2: 526.609 • PTS y PM_{10}: 25.900,61
306-3	N/A	Derrames significativos de materiales peligrosos.	No se reportan en el periodo		No se reportan en el periodo
306-5	Ton	Peso de los residuos peligrosos transportados, importados, exportados o tratados.	35	29	74

Estándar GRI 302-4

Consumo y reducción de energía 2024

Consumo de energía por tipo y por instalación

Energía Eléctrica

	Electricidad Consumida KWH				KPI de consumo KWH/Hl			Producción hl		
Locación	**2022**	**2023**	**2024**	**Reducción (KWH)**	**2022**	**2023**	**2024**	**2022**	**2023**	**2024**
Planta CCR	24.997.688	26.555.422	25.756.614	798.808	10,84	11,26	10,56	2.307.008,00	2.359.362,00	2.438.983,00
Planta Refrescos	16.127.249	18.564.012	18.172.191	391.821	8,39	8,71	7,60	1.922.329,00	2.131.786,00	2.390.176,00
Otros CR	4.145.721	4.581.525	5.176.249	-594.724	1,04	0,94	1,04	3.978.311,00	4.860.375,00	4.974.725,00
SubTOTAL CR	45.270.658	49.700.959	49.105.054	595.905	6,76	6,97	6,40	8.207.648	9.351.523	9.803.884
FIFCO CAM	9.160.934	9.388.397	9.788.910	-400.513	7,68	8,30	8,35	1.192.969,00	1.131.397,00	1.172.260,00
TOTAL FBEB	54.431.592	59.089.356	58.893.964	195.392	7,22	7,63	7,38	9.400.617	10.482.920	10.976.144
FIFCO USA	22.366.871	19.597.757	21.729.057	-2.131.300	7,68	9,84	12,51	2.273.056,00	1.991.642,00	1.736.935,00
Retail	6.618.438	7.122.434	7.331.637	-209.203	485,76	487,40	415,93	13.625,0	14.613,2	17.627,20
Hospitalidad	16.831.371	17.045.169	17.872.851,42	-827.682						

Energía Térmica

	Energía Térmica						
	MJ/Hl					MJ/Ton	MJ
Año	**Planta CCR**	**Planta Refrescos**	**Otros CR**	**FIFCO CAM**	**FIFCO USA**	**RETAIL**	**Hospitalidad**
2022	88,24	38,82	39,69	106,15	83	45,11	34,37
2023	79,88	38,37	31,83	105,93	109,31	36,68	33,42
2024	73,97	41,05	35,00	109,51	114,90	29,34	31,17

Estándar GRI 302-3

Intensidad de consumo de energía en GJ/unidad producida

	Consumo de energía 2022 (GJ)							Consumo de energía 2023 (GJ)						Consumo de energía 2024 (GJ)					
Energía total (GJ)	**FBEBCR**	**FIFCO CAM**	**FBEB**	**RETAIL**	**FIFCO USA**	**HOSPITALIDAD**	**TOTAL**	**FBEBCR**	**FIFCO CAM**	**RETAIL**	**FIFCO USA**	**HOSPITALIDAD**	**TOTAL**	**FBEBCR**	**FIFCO CAM**	**RETAIL**	**FIFCO USA**	**HOSPITALIDAD**	**TOTAL**
	600.831,70	159.608,00	24.446,44	24.838,30	338.869,10	95.684,71	1.219.439,95	600.477,35	153.642,92	26.190,95	288.258,39	95.466,90	1.164.036,51	639.732,63	163.614,00	26.909,11	277.798,44	95.596,21	1.203.650,38
Unidad de producción (Hl/Ton)	8.207.648	1.192.969	13.625	13.511,00	2.273.056	N/A	11.687.298,00	9.351.523	1.131.397	14.613	1.991.642	N/A	12.489.175,17	9.803.884	1.172.260	17.627	1.736.935	N/A	12.730.706,20
Indicador de intensidad	**0,07**	**0,13**	**1,79**	**1,84**	**0,15**	**N/A**	**0,104**	**0,06**	**0,14**	**1,79**	**0,14**	**N/A**	**0,093**	**0,07**	**0,14**	**1,53**	**0,16**	**N/A**	**0,095**

Estándar GRI RI 302-1, 302-2, 302-3 Y 302-4

Consumo y reducción de energía 2024
Por unidad de negocio

	Consumo de combustibles 2022 (GJ)						Consumo de combustibles 2023 (GJ)						Consumo de combustibles 2024 (GJ)					
NO RENOVABLE																		
Tipo de combustible	**FDIS CR**	**FIFCO CAM**	**RETAIL**	**FIFCO USA**	**HOSPITALIDAD**	**TOTAL**	**FDIS**	**FIFCO CAM**	**RETAIL**	**FIFCO USA**	**HOSPITALIDAD**	**TOTAL**	**FDIS**	**FIFCO CAM**	**RETAIL**	**FIFCO USA**	**HOSPITALIDAD**	**TOTAL**
Búnker	276.008					276.008	274.958					274.958	297.446				-	297.446
GLP flota	30.905		82			30.986	29.105		83			29.188	34.479		113,57		-	34.593
GLP maquinaria	1.101	126.629	412		29.471	157.614	1.341	119.845	373		30.517	152.076	803,44	128.374	337		28.158,47	157.672
Diesel flota	120.948				2.430	123.379	109.044				1.050	110.094	123.735				1.161,47	124.896
Diesel maquinaria	1.001		126		964	2.091	828		95		922	1.845	974		65		917	1.956
Gasolina flota	6.056				885	6.941	4.428				329	4.757	5.305				259	5.564
Gasolina maquinaria	186				623	809	1.850				600	2.450	212				676	888
Jet A1 fuel	1.653					1.653	0					0	0				-	0
TOTAL COMBUSTIBLE NO RENOVABLE	437.857	126.629	620	258.348	34.374	857.829	421.554	119.845	551	217.706	33.418	793.075	462.954	128.374	515	199.574	31.172	623.015
RENOVABLE																		
Tipo de combustible	**FDIS CR**	**FIFCO CAM**	**RETAIL**	**FIFCO USA**	**HOSPITALIDAD**	**TOTAL**	**FDIS**	**FIFCO CAM**	**RETAIL**	**FIFCO USA**	**HOSPITALIDAD**	**TOTAL**	**FDIS**	**FIFCO CAM**	**RETAIL**	**FIFCO USA**	**HOSPITALIDAD**	**TOTAL**
Biomasa						0					N/A	0					N/A	0
TOTAL COMBUSTIBLE RENOVABLE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TIPO DE ENERGÍA																		
Electricidad	162.974	32.979	23.826	80.521	60.593	360.893	178.923	33.798	25.640	70.552	61.363	370.276	176.778	35.240	26.394	78.225	64.347	380.984
Enfriamiento						0						0			0			0
Calefacción						0						0			0			0
Vapor						0						0			0			0
TOTAL COMPRA DE ENERGÍA	162.974	32.979	23.826	80.521	60.593	360.893	178.923	33.798	25.640	70.552	61.363	370.276	176.778	35.240	26.394	78.225	64.347	380.984
ENERGÍA AUTO GENERADA																		
Solar			0		718	718					686	686					77	77
ENERGÍA TOTAL	600.832	159.608	24.446	338.869	95.685	1.219.440	600.477	153.643	26.191	288.258	95.467	1.164.037	639.733	163.614	26.909	277.798	95.596	1.004.077

Estándar GRI 302-4

Consumo y reducción de energía 2024

Iniciativas de reducción de consumo de energía

Descripción de la iniciativa de reducción 2024	Unidad de Negocio	Cantidad estimada de reducción (GJ)	Tipo de energía	Explicación del método para calcular la reducción
Sustitución de luminarias regulares, por luminarias de menor consumo.	Hospitalidad	9.996 kW/h	Energía Eléctrica	Se estima considerando la cantidad de luminarias que se van a sustituir, el consumo en watts de las luminarias, y se hace un supuesto de horas en uso de las luminarias. Con esto se Calcula el consumo en kW/h de las luminarias antiguas y de las nuevas LED, y la diferencia es la cantidad de kW ahorrados o reducidos.
Sustitución de 70 minibares de habitaciones de huespedes, por mini bares de menor consumo.	Hospitalidad	27.594 kW/h	Energía Eléctrica	Se sustituyeron 70 unidades de mini bares, el cálculo se estima según los datos emitidos por la ficha técnica de los equipos, comparando el consumo de los mini bares antiguos, con las nuevas unidades instaladas.
Cambio de compresor de amoniaco A65 por compresor nuevo con variador de frecuencia. Además, la implementación de sistema de tecnología de termosifón para los compresores de amoniaco. Esto con el objetivo de mejorar el indicador de desempeño energético USE 1 (50001) e indicador de consumo energético 14001 .	Retail	730,96 GJ	Energía Eléctrica	Se verificó la reducción con el indicador del USE, adicionalmente se revisará los datos de los consumos de energía mensuales, comparando el dato esperado vs el real. Como resultado se obtuvo un ahorro aproximado del 3% de los kw/h esperados, haciendo la operación más eficiente.
Cambio de Manteca Líquida a Aceite, con el objetivo de eliminar el consumo de GLP para el calentamiento de manteca por medio de la sustitución de la manteca.	Retail	36 GJ	????	Por medio del gasómetro principal y los otros instalados, sobra un consumo anual de 483,6 m3 (1894 L) que representa el consumo de manteca, comedor, linea 12 y freidora. Se asume que la manteca representa el 1/4 de los 483,6 m3 (1894 L), que es 120,90 m3 (473 L). Adicionalmente, comparando el consumo total de gas GLP de manufactura del año 2023 vs 2024, se calcula una reducción de 36 GJ.
Se actualizó el diagrama unifilar de consumos energeticos para la identificación de altos consumidores y poder plantear proyectos de sustitución o mejora de equipos y mejorar su desempeño energético	FIFCO CAM	N/A		

Estándar GRI 303-4

Vertido de aguas, según su calidad y destino 2024

Vertido de agua por destino			Unidad de Negocio													
			FDIS			FIFCO CAM			HOSPITALIDAD			RETAIL			FUSA		
			2022 ML (megalitros)	2023 ML (megalitros)	2024 ML (megalitros)	2022 ML (megalitros)	2023 ML (megalitros)	2024 ML (megalitros)	2022 ML (megalitros)	2023 ML (megalitros)	2024 ML (megalitros)	2022 ML (megalitros)	2023 ML (megalitros)	2024 ML (megalitros)	2022 ML (megalitros)	2023 ML (megalitros)	2024 ML (megalitros)
1. Hacia agua superficial	Total		985,21	1.033,07	965,88												
2.Hacia agua subterránea	Total																
3. Hacia agua de mar	Total								17,25	80,7	190,1						
4. Agua enviada para ser tratada por terceros	Total		8,20	23,74	25,26	197,19	215,71	188,17				22,448	23,487	27,73			
Total de agua vertida (1+2+3+4)			**993,4**	**1.056,8**	**991,13**	**197,2**	**215,7**	**188,17**	**17,3**	**80,7**	**190,1**	**22,4**	**23,5**	**27,7**	**-**	**-**	**-**
Vertido por según nivel de tratamiento	Sin tratamiento																
	Nivel de Tratamiento	Primario	985,21	1.033,07	965,88												
		Secundario	8,20	23,74	25,26							22,448	23,487	27,73			
		Terciario															
		Otro															

Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones

FAUNA					
Nombre Común	**Nombre Científico**	**Estado**	**CITES**	**Lista Roja UICN**	**Causas**
Oso Hormiguero o Colmenero	*Tamandua mexicana*	Amenazado		√	Atropello y reducción de hábitat
Mono Congo	*Alouatta palliata*	Amenazado	√	√	Atropello, electrocutados, alimento para el ser humano, perdida de hábitat
Armadillo	*Dasypus novemcinctus*	Amenazado	√	√	Por eliminación de árboles de anidación como el Gallinazo y la Ceiba así como el drenaje de humedales
Venado Cola Blanca	*Odocoileus virginianus*	Amenazado			Atropello y alimento para el ser humano
Puma	*Puma concolor*	En peligro de extinción	√	√	Alimento para el ser humano, cacería
Yaguarundi o león breñero	*Puma yagouaroundi*	En peligro de extinción	√	√	Cacería y perdida de hábitat
Manigordo	*Leopardus pardalis*	En peligro de extincion	√	√	Cacería y perdida de hábitat
Tortuga Lora	*Lepidochelys olivacea*	En peligro de extinción	√	√	Extracción de huevos y para alimentación del ser humano
Tortuga Baula	*Dermochelys coriacea*	En peligro de extinción	√	√	Extracción de huevos y afectación de hábitat

FLORA					
Nombre Común	**Nombre Científico**	**Estado**	**CITES**	**Lista Roja UICN**	**Causas**
Caoba	*Swietenia humilis*	En peligro de extinción	√	√	Extracción de madera preciosa
Cocobolo	*Dalbergia retusa*	Amenazada		√	Extracción de madera preciosa
Cenízaro	*Samanea saman*	Amenazada			Extracción de madera
Guayacán Real	*Guaiacum sanctum*	En peligro	√	√	Extracción de madera
Tempisque	*Sideroxylon capiri*	Amenazada			Extracción de madera
Palo de Brasil	*Haematoxylon brasiletto*	Amenazada			Extracción de madera
Cedro	Cedrela Odorata	Amenazada		√	Extracción de madera

Estándar GRI 305-1

Intensidad de emisiones de gases de efecto invernadero 2024 vs 2023

	Emisiones absolutas (ton CO_2)																Intensidad de emisiones CO_2e/Hl or Ton			Hl o Ton producido			
	Alcance I				Alcance II				Alcance III				TOTAL Ton CO_2e										
Locación	**2022**	**2023**	**2024**	**Reducción 2023 vs 2024**	**2022**	**2023**	**2024**	**Reducción 2023 vs 2024**	**2022**	**2023**	**2024**	**Reducción 2023 vs 2024**	**2022**	**2023**	**2024**	**Reducción 2023 vs 2024**	**2022**	**2023**	**2024**	**2022**	**2023**	**2024**	**Año base de emisiones**
Planta Cerveza	18.998,67	21.780,32	23.798,59	-2.018,27	999,91	1.418,06	2.264,01	-845,95	616,62	350,89	850,17	-499,28	20.615,20	23.549,27	26.912,77	-3.363,50	0,0089	0,0100	0,0110	2.307.008	2.359.362	2.438.984	17.697
Planta Refrescos	6.353,80	8.742,07	10.788,55	-2.046,48	645,09	991,32	1.607,07	-615,75	96,29	118,48	99,36	19,12	7.095,18	9.851,87	12.494,98	-2.643,11	0,0037	0,0046	0,0052	1.922.329	2.131.786	2.390.176	6.661
Otros CR	7.929,80	7.782,82	8.695,85	-913,03	165,83	243,84	454,99	-211,15	6.384,02	7.566,30	8.177,42	-611,12	14.479,65	15.592,96	17.328,26	-1.735,30	0,0036	0,0032	0,0035	3.978.311	4.860.375	4.974.725	27.769
SUB TOTAL CR	33.282,27	38.305,21	43.282,99	-4.977,78	1.810,83	2.653,22	4.326,07	-1.672,85	7.096,93	8.035,67	9.126,95	-1.091,28	42.190,03	48.994,10	56.736,01	-7.741,91	0,0051	0,0052	0,0058	8.207.648,00	9.351.523	9.803.885	
FIFCO CAM	7.993,00	7.565,62	8.102,98	-537,36	14,49	243,84	300,69	-56,85				0,00	8.007,49	7.809,46	8.403,67	-594,21	0,0067	0,00690	0,00717	1.192.969	1.131.397	1.172.260	
FIFCO USA																			0,00743	2.273.056	1.991.642,00	1.736.935	
Retail	154,90	340,86	242,33	98,53	298,30	626,06	644,45	-18,39	0,00	37,24	34,27	2,97	453,20	1.004,16	921,05	83,11	0,0333	0,07	0,05	13.625,00	14.613,17	17.627	
Hospitalidad	2.285,07	2.353,57	2.187,00	166,57	573,18	611,86	624	-12,14	1.094,12	1.119,09	1.030,00	89,09	3.952,37	4.084,52	3.841,00	243,52							5.023

Estándar GRI 305-7

Otras emisiones relevantes en 2024

	NO_x								
	FDIS CR			FIFCO CAM			RETAIL		
Fuente	**2022**	**2023**	**2024**	**2022**	**2023**	**2024**	**2022**	**2023**	**2024**
Fuentes fijas	45.947,26	40.124,79	46.834,05	139,59	81,31	947	230,16	176,79	
Montacargas	19.055,37	19.683,92	20.941,37	2.926	3.279	3.591	NA	NA	15,29
Fuentes móviles propias	89.920,31	85.199,95	90.840,43	NA	NA		NA	NA	
Equipos especiales	126,65	130,29	150,06	NA	NA		NA	NA	70,32
Fuentes moviles tercerizadas	62.032,80	58.960,15	63.511,30	NA	NA		NA	NA	
Total (kg)	**217.082,40**	**20.4099,1**	**222.277,21**	**3.065,70**	**3.360,31**	**4.538**	**230,16**	**176,79**	**85,61**

	SO_2								
	FDIS CR			FIFCO CAM			RETAIL		
Fuente	**2022**	**2023**	**2024**	**2022**	**2023**	**2024**	**2022**	**2023**	**2024**
Fuentes fijas	365.342,99	366.267,00	392.245,00	135.011	121.664	130.322	452,00	454,00	
Montacargas	NA		NA	NA		3.591	NA		451
Fuentes móviles propias	NA		NA	NA		NA	NA		NA
Equipos especiales	NA		NA	NA		NA	NA		NA
Fuentes moviles tercerizadas	NA		NA	NA		NA	NA		NA
Total (kg)	**365.342,99**	**366.267,00**	**392.245,00**	**135.011,00**	**121.664**	**133.913**	**452**	**454,00**	**451,00**

	$PTS\ y\ PM_{10}$								
	FDIS CR			FIFCO CAM			RETAIL		
Fuente	**2022**	**2023**	**2024**	**2022**	**2023**	**2024**	**2022**	**2023**	**2024**
Fuentes fijas	14.589,97	9.553,18	18.938,53	402,14	395,31	4.235,68	16,18	12,43	
Montacargas	155,80	160,09	57,7	23,04	25,82	28,28	NA	NA	0,12
Fuentes móviles propias	2.549,93	2.448,44	2.619,71	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Equipos especiales	13,04	13,50	15,65	NA	NA	NA	NA	NA	4,94
Fuentes moviles tercerizadas	1.747,40	1.660,85	1789.05	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Total (kg)	**19.056,14**	**13.836,06**	**21.631,59**	**425,18**	**421,13**	**4.263,96**	**16**	**12,43**	**5,06**

Factores de emisión | Referencias utilizadas

Referencia de Factor de emisión
Factores de Emisión IMN 14° Edición 2024
GOV UK, 2021
IO-SGA-CAE-01 Protocolo de gestión de emisiones flota. V3 (CO_2)|Instituto Meteorológico Nacional 10° Ed. 2020 (CH_4 y N_2O)
IPCC Tabla 7.9, vol 3, capítulo 7
IPCC Capítulo 6 2019 Volumen 5

Potenciales de Calentamiento Global | Referencias utilizadas

Fuente	PCG	Referencia
CO_2	1	Factores de Emisión IMN 14° Edición 2024
CH_4	28	Factores de Emisión IMN 14° Edición 2024
N2O	265	Factores de Emisión IMN 14° Edición 2024
R22	1,500	Greenhouse Gas Protocol 2do reporte
HFC 134a	1,300	Factores de Emisión IMN 14° Edición 2024
R402b	2,261	Factores de Emisión IMN 14° Edición 2024
R404a	3,943	Factores de Emisión IMN 14° Edición 2024
R407c	1,624	Factores de Emisión IMN 14° Edición 2024
R410a	1,924	Factores de Emisión IMN 14° Edición 2024
R290	0.02	AR6 WGI Report – List of corrigenda to be implemented
YH22	2,028	Greenhouse Gas Protocol 2do reporte
R141b	600	Greenhouse Gas Protocol 2do reporte
R507	3,985	Factores de Emisión IMN 14° Edición 2024
R422a	3,143	Comprehensive Energy Systems – Vol. 2; Refrigerants

Glosario

1. Acerca de FIFCO y sus unidades de negocio

Florida Capitales y Subsidiarias S.A.

Tenedora de acciones de sociedades dedicadas a la administración de inversiones en acciones de compañías asociadas.

- **INCECA:** Inversiones Cerveceras Centroamericanas.
- **Cervecería Panamá**.
- **COMEGUA**: empresa dedicada a la fabricación de envases de vidrio.
- **FIFCO México**.

Distribuidora La Florida S.A.

- **Florida bebidas - Alimentos y Subsidiarias (FIFCO Centroamérica (FCAM):** operadora de plantas de producción en Costa Rica y Guatemala.
- **Florida Bebidas y Alimentos** (FDIS Costa Rica).
- **Florida Bebidas y Alimentos** (Honduras).
- **FIFCO Retail:** Musmanni, Musi, Vinum Store.
- **FIFCO USA:** propietaria y operadora de plantas de producción de cerveza y bebidas alcohólicas saborizadas en los Estados Unidos.

Florida Inmobiliaria y Subsidiarias S.A.

Tenedora de acciones de sociedades dedicadas a brindar servicios de hotelería y afines, así como el desarrollo turístico e inmobiliario de un complejo de hotel y condominios de playa.

- **FIFCO Hospitalidad:** incluye los proyectos de hospitalidad en Reserva Conchal, Costa Rica y los hoteles The Westin Reserva Conchal an All-inclusive Golf Resort & Spa y Hotel W Costa Rica Reserva Conchal. Además, incluye el bar restaurante RepúBlica Casa Cervecera.

2. Conceptos importantes

- **Antitrust:** medida o regulación dirigida a asegurar la competencia de los mercados.
- **Astrodesarrollo:** programa cuyo objetivo es garantizar el desarrollo continuo y prosperidad interna de las personas colaboradoras, en especial quienes están en situaciones de vulnerabilidad.
- **Estrategia ESG** (por sus siglas en inglés): Se refiere a la estrategia de sostenibilidad que involucra la parte ambiental, social y de gobernanza.
- **Emisiones directas de GEI (alcance 1):** emisiones directas producidas por quema de combustibles por parte del emisor.
- **Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2):** emisiones indirectas generadas por la electricidad consumida y comprada por el emisor.
- **Emisiones indirectas de GEI (alcance 3):** emisiones indirectas que se producen por la actividad del emisor pero que son propiedad y están bajo el control de un agente ajeno al emisor.
- **Estándares GRI:** Son mejores prácticas internacionales diseñadas para informar al público general de una variedad de impactos económicos, ambientales y sociales. La presentación de informes de sostenibilidad a partir de estos estándares proporciona información acerca de las contribuciones positivas o negativas de las organizaciones al desarrollo sostenible.
- **Gases de efecto invernadero (GEI):** gases que se acumulan en la atmósfera de la tierra y que absorben la energía infrarroja del sol.
- **Global Reporting Initiative (GRI):** La Iniciativa de Reporte Global es una organización sin fines de lucro que opera a nivel internacional, que se dedica a introducir los reportes de sustentabilidad como práctica estándar entre las empresas, otras organizaciones, entre otros.
- **Índice de Pobreza Multidimensional (IPMe):** es utilizado por las empresas para medir la pobreza multidimensional de las personas colaboradoras y sus hogares.
- **International Financial Reporting Standards (IFRS):** una organización de interés público sin ánimo de lucro creada para desarrollar normas contables y de divulgación de la sostenibilidad de alta calidad, comprensibles, aplicables y aceptadas en todo el mundo.
- **Net Promoter Score (NPS):** medición sistemática del índice de satisfacción de clientes.
- **Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF):** Requerimientos Generales para la Información a Revelar sobre Sostenibilidad relacionada con la Información Financiera (NIIF S1) e Información a Revelar relacionada con el Clima (NIIF S2).
- **Normas SASB (SASB Standars):** Las Normas SASB ponen en contacto a empresas e inversores sobre los efectos financieros de la sostenibilidad. Ayudan a las empresas a revelar información relevante sobre sostenibilidad a sus inversores.
- **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):** también conocidos como Agenda 2030, son 17 objetivos globales interconectados diseñados para ser un plan para lograr un futuro mejor y más sostenible para todas las personas.
- **Science Based Target Initiative (SBTi) u Objetivos Basados en Ciencia:** muestran a las empresas cuánto y con qué rapidez deben reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) para evitar los peores efectos del cambio climático.•

  SHE: Este concepto hace referencia a Safety, Health and Environment, es decir, Seguridad, Salud y ambiente, una de las áreas especializadas en sostenibilidad dentro de FIFCO.
- **Water, Emisions and Waste positive (WEW+):** Agua y Carbono positivo y cero residuos.
- **Zero Waste To Landfill:** cero residuos al relleno sanitario. Integra la experiencia de especialistas en el manejo de residuos, para evitar la llegada de estos a los rellenos sanitarios.

FIFCO®

www.fifco.com