Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, Word

Descripción generada automáticamenteDibujo en blanco y negro

Descripción generada automáticamente con confianza baja

# Prospecto

# Florida Ice and Farm Company, S.A,

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

ACCIONES COMUNES, MONTO POR ¢ 86,216,675,100

Debidamente autorizada en Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria de accionistas celebrada el 19 de marzo del 2024. Mediante la resolución SGV-R-100-2024 del 23 de mayo del 2024. se autoriza a FLORIDA ICE AND FARM COMPANY, S.A. a la modificación del capital social.

PROGRAMAS DE EMISIONES VIGENTES

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Programas inscritos** | **Fecha de emisión** | **Acuerdo autorización** | **Monto del Programa** |
| Bonos estandarizados F-2019 | 20 de febrero de 2019 | SGV-R-3411 | ₡50.000.000.000,00 |
| Bonos estandarizados G-2020 | 23 de octubre de 2020 | SGV-R-3587 | ₡75.000.000.000,00 |

PUESTOS DE BOLSA REPRESENTANTES

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

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

FECHA DE ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN DEL PROSPECTO: ABRIL DE 2024

Heredia, Costa Rica

## **Notas importantes para el inversionista**

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

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

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

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

## Tabla de contenido

Contenido

[Prospecto 2](#_Toc169624609)

[Florida Ice and Farm Company, S.A, 2](#_Toc169624610)

[Emisiones inscritas y autorizadas por la Superintendencia General de Valores 2](#_Toc169624611)

[**Notas importantes para el inversionista** 3](#_Toc169624612)

[Tabla de contenido 4](#_Toc169624613)

[Índice de Cuadros 7](#_Toc169624614)

[Índice de ilustraciones 8](#_Toc169624615)

[Capítulo 1. 9](#_Toc169624616)

[Información sobre las emisiones, la oferta e identificación de los directores, gerentes y asesores involucrados con el proceso de oferta pública 9](#_Toc169624617)

[1. Información sobre las emisiones 10](#_Toc169624618)

[1.1. Emisiones de Deuda 10](#_Toc169624619)

[1.2. Emisión de Acciones 20](#_Toc169624620)

[2. Identificación de los directores, gerentes y asesores involucrados con el proceso de oferta pública 23](#_Toc169624621)

[Capítulo 2. 24](#_Toc169624622)

[Información esencial 24](#_Toc169624623)

[1. Factores de riesgo que afectan a la emisión y a la empresa 25](#_Toc169624624)

[1.1. Riesgos 25](#_Toc169624625)

[1.2. Políticas de reducción de riesgo 29](#_Toc169624626)

[**2.** **Análisis de indicadores financieros** 32](#_Toc169624627)

[2.1. Índices de liquidez 33](#_Toc169624628)

[2.2. Índices de rentabilidad 34](#_Toc169624629)

[2.3. Índices de actividad 36](#_Toc169624630)

[3. Endeudamiento y capitalización 40](#_Toc169624631)

[3.1. Endeudamiento 40](#_Toc169624632)

[3.2. Capitalización 41](#_Toc169624633)

[4. Contingencias (al 31 de diciembre de 2023) 43](#_Toc169624634)

[5. Compromisos (al 31 de diciembre de 2023) 44](#_Toc169624635)

[Capítulo 3. 45](#_Toc169624636)

[Información sobre la empresa emisora 45](#_Toc169624637)

[1. Historia y desarrollo de la empresa 46](#_Toc169624638)

[1.1. Constitución 46](#_Toc169624639)

[1.2. Breve reseña histórica 46](#_Toc169624640)

[1.3. Actividad 49](#_Toc169624641)

[1.4. Principales competidores 50](#_Toc169624642)

[2. Visión general del negocio 50](#_Toc169624643)

[2.1. Subsidiarias de FIFCO 50](#_Toc169624644)

[2.2. Estructura organizativa 51](#_Toc169624645)

[2.3. Propiedades, planta y equipo 52](#_Toc169624646)

[2.4. Empleo y riqueza para los países en los que opera 55](#_Toc169624647)

[Capítulo 4. 57](#_Toc169624648)

[Resultados de operación y financieros e información prospectiva 57](#_Toc169624649)

[1. Resultados de Operación - Dimensión Económica 58](#_Toc169624650)

[1.1. Florida Bebidas y Alimentos 59](#_Toc169624651)

[1.2. FIFCO USA 64](#_Toc169624652)

[1.3. Alimentos 65](#_Toc169624653)

[1.4. Florida Retail 66](#_Toc169624654)

[1.5. Florida Hospitalidad 67](#_Toc169624655)

[1.6. Florida Capitales 68](#_Toc169624656)

[1.7. Otros resultados de operación 68](#_Toc169624657)

[2. Resultados de Operación - Dimensión Social Interna 71](#_Toc169624658)

[2.1. AstroDesarrollo 71](#_Toc169624659)

[2.2. Derechos Humanos, Diversidad e Inclusión 71](#_Toc169624660)

[2.3. Alineamiento Organizacional 72](#_Toc169624661)

[2.4. Teletrabajo y trabajo híbrido 72](#_Toc169624662)

[2.5. Gestión del Talento 73](#_Toc169624663)

[2.6. FIFCO Segura 73](#_Toc169624664)

[3. Resultados de Operación - Dimensión Social Externa 74](#_Toc169624665)

[3.1. Consumo Inteligente Integral 74](#_Toc169624666)

[3.2. Programa de Formación Dual 75](#_Toc169624667)

[3.3. Programa de Voluntariado Elegí Ayudar 76](#_Toc169624668)

[3.4. Agenda de Sostenibilidad basada en la gobernanza. 76](#_Toc169624669)

[3.5. Ética y Transparencia 78](#_Toc169624670)

[4. Resultados de Operación - Dimensión Ambiental 79](#_Toc169624671)

[4.1. Uso de materiales 79](#_Toc169624672)

[4.2. FIFCO Circular 79](#_Toc169624673)

[4.3. Desechos Post Consumo 80](#_Toc169624674)

[4.4. Programa de Reciclaje Post Industrial y Estrategia Cero Residuos 80](#_Toc169624675)

[4.5. Portafolio de envases sostenibles 81](#_Toc169624676)

[4.6. Agua y saneamiento 81](#_Toc169624677)

[4.7. Energía, emisiones y carbono positivo 82](#_Toc169624678)

[4.8. Certificaciones ambientales y otros reconocimientos 84](#_Toc169624679)

[4.9. Quejas, denuncias y sanciones 84](#_Toc169624680)

[4.10. Biodiversidad 84](#_Toc169624681)

[Capítulo 5. 86](#_Toc169624682)

[Directores, personal gerencial y empleados 86](#_Toc169624683)

[1. Personal Gerencial 88](#_Toc169624684)

[1.1. Representación Judicial y Extrajudicial 91](#_Toc169624685)

[2. Políticas generales de compensación de los directores y personal gerencial 91](#_Toc169624686)

[3. Personal 92](#_Toc169624687)

[4. Participación social de directores, personal gerencial y empleados 93](#_Toc169624688)

[Capítulo 6. 94](#_Toc169624689)

[Participaciones significativas y transacciones con partes relacionadas 94](#_Toc169624690)

[1. Participaciones significativas 95](#_Toc169624691)

[2. Transacciones con partes relacionadas 95](#_Toc169624692)

[Capítulo 7. 97](#_Toc169624693)

[Información financiera 97](#_Toc169624694)

[1. Anexos al prospecto 98](#_Toc169624695)

[2. Periodicidad de la información a los inversionistas 98](#_Toc169624696)

## Índice de Cuadros

[Tabla 1 - Programas de Bonos Estandarizados Vigentes 10](#_Toc169624697)

[Tabla 2 - Emisión de Bonos Estandarizados Vigentes 11](#_Toc169624698)

[Tabla 3 - Valor de Mercado de las acciones al 31 de diciembre del año respectivo (1) 20](#_Toc169624699)

[Tabla 4 - Mecanismos de Recompra de Acciones 23](#_Toc169624700)

[Tabla 5 - funcionarios involucrados en el proceso de oferta pública 23](#_Toc169624701)

[Tabla 6 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – Costa Rica 30](#_Toc169624702)

[Tabla 7 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – Guatemala 31](#_Toc169624703)

[Tabla 8 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – El Salvador 31](#_Toc169624704)

[Tabla 9 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – Estados Unidos 32](#_Toc169624705)

[Tabla 10 - Razones financieras, en millones de colones 33](#_Toc169624706)

[Tabla 11 - Liquidez Corriente 33](#_Toc169624707)

[Tabla 12 - Razón Ácida 34](#_Toc169624708)

[Tabla 13 - Utilidad Neta a Activo Total 34](#_Toc169624709)

[Tabla 14 - Utilidad Neta a Ventas 35](#_Toc169624710)

[Tabla 15 - Utilidad Neta a Patrimonio Neto 35](#_Toc169624711)

[Tabla 16 - Utilidad por Acción 36](#_Toc169624712)

[Tabla 17 - Periodo medio de cobro de cuentas por cobrar comerciales 36](#_Toc169624713)

[Tabla 18 - Periodo medio de pago 37](#_Toc169624714)

[Tabla 19 - Días de Inventario 37](#_Toc169624715)

[Tabla 20 - Rotación de Inventario 38](#_Toc169624716)

[Tabla 21 - Rotación de Activo Fijo 38](#_Toc169624717)

[Tabla 22 - Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros 39](#_Toc169624718)

[Tabla 23 - Cuentas Incobrables a Ventas Netas 39](#_Toc169624719)

[Tabla 24 - Activos y Pasivos en Moneda Extranjera 40](#_Toc169624720)

[Tabla 25 - Pasivo Total a Patrimonio Neto (Excluyendo las Utilidades Disponibles) 41](#_Toc169624721)

[Tabla 26 - Captación Efectiva a Pasivo Total 41](#_Toc169624722)

[Tabla 27 - Distribución de utilidades de los últimos 10 años (en millones de colones) 42](#_Toc169624723)

[Tabla 28 - Historia del Capital Social por los últimos 3 años 43](#_Toc169624724)

[Tabla 29 - Ventas por zona geográfica 49](#_Toc169624725)

[Tabla 30 - Balance por segmentos de negocio (en millones de colones) 51](#_Toc169624726)

[Tabla 31 - Detalle de Subsidiarias 51](#_Toc169624727)

[Tabla 32 - Capacidad instalada de Planta de Producción #1 52](#_Toc169624728)

[Tabla 33 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #2 53](#_Toc169624729)

[Tabla 34 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #3 53](#_Toc169624730)

[Tabla 35 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #4 54](#_Toc169624731)

[Tabla 36 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #5. 54](#_Toc169624732)

[Tabla 37 - Principales hitos de categoría cerveza y BAS 60](#_Toc169624733)

[Tabla 38 - Principales hitos de categoría refrescos 63](#_Toc169624734)

[Tabla 39 - Principales hitos de bebidas FIFCO USA 64](#_Toc169624735)

[Tabla 40 - Principales hitos de la categoría de alimentos 65](#_Toc169624736)

[Tabla 41 - Principales hitos de Florida Retail 66](#_Toc169624737)

[Tabla 42 - Principales hitos de Florida Hospitalidad 67](#_Toc169624738)

[Tabla 43 - Principales hitos de Florida Capitales 68](#_Toc169624739)

[Tabla 44 – Número de reclamaciones por impactos económicos, sociales y ambientales 69](#_Toc169624740)

[Tabla 45 - Iniciativas de Sostenibilidad a lo largo de la cadena de valor 70](#_Toc169624741)

[Tabla 46 - Horas de capacitación impartidas 73](#_Toc169624742)

[Tabla 47 - Agendas de Consumo Inteligente Integral 75](#_Toc169624743)

[Tabla 53 - Saldos con partes relacionadas 95](#_Toc169624744)

[Tabla 54 - Transacciones con partes relacionadas 96](#_Toc169624745)

## Índice de ilustraciones

[Ilustración 1 - Junta Directiva vigente 87](#_Toc131094407)

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, Word

Descripción generada automáticamente

# Capítulo 1.

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

## Información sobre las emisiones

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

### Emisiones de Deuda

A la fecha, FIFCO tiene aprobados 2 Programas de bonos y bajo uno de ellos mantiene 2 emisiones de bonos estandarizados en colones vigentes, cuyas principales características se presentan a continuación:

Tabla 1 - Programas de Bonos Estandarizados Vigentes

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

Notas:

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

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

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

Tabla 2 - Emisión de Bonos Estandarizados Vigentes

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Clase de Instrumento:** | Bonos estandarizados | |
| **Programa:** | Programa de Emisión de Bonos Estandarizados F-2019 en colones | |
| **Nombre de la emisión:** | **Serie F-1** | **Serie F-2** |
| **Plazo:** | 2130 días | 2130 días |
| **Monto de la emisión:** | ₡25.000.000.000 | ₡25.000.000.000 |
| **Código ISIN:** | CRFIFCOB1038 | CRFIFCOB1046 |
| **Nemotécnico:** | bff1c | bff2c |
| **Fecha de emisión:** | 8 de marzo 2019 | 21 de junio del 2019 |
| **Fecha de vencimiento:** | 8 de febrero 2025 | 21 de mayo del 2025 |
| **Tasa de interés bruta (1):** | Tasa Básica Pasiva (TBP)+2,75% | |
| **Características Especiales:** | El cupón corto se ajustará en el último pago (a la fecha de vencimiento). | |
| **Tasa de interés neta (2):** | Tasa Bruta menos impuesto sobre la renta | |
| **Forma de representación:** | Anotación en cuenta | |
| **Moneda:** | Colones | |
| **Denominación o valor facial:** | ¢1.000.000 (Un millón) | |
| **Forma de colocación:** | Suscripción en firme | |
| **Factor de cálculo:** | 30/360 | |
| **Periodicidad (3):** | Cupón trimestral al vencimiento | |
| **Ley de Circulación:** | A la orden | |
| **Calificadora de Riesgo:** | Sociedad Calificadora de Riesgo Centroamericana, S.A. | |
| **Calificación de Riesgo:** | Scr AAA (CR) | |
| **Mecanismo de colocación:** | (\*) Colocación Directa, subasta por Bolsa y contrato de colocación (suscripción en garantía o en firme) | |

Notas:

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

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

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

1. **Tasa de interés**

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

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

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

**Características:**

1. **Tasa Básica Pasiva:** será la publicada por el Banco Central de Costa Rica dos días hábiles antes del inicio de cada período de pago de intereses más un premio establecido en puntos porcentuales. La entidad encargada del cálculo y publicación de la tasa es el Banco Central de Costa Rica (BCCR), dicho indicador se publica los miércoles de cada semana y rige a partir del jueves siguiente. La metodología para su cálculo puede ser consultada en el sitio web https://gee.bccr.fi.cr/indicadoreseconomicos/Documentos/DocumentosMetodologiasNotasTecnicas/Definici%C3%B3n%20TBP%20y%20TED%20espa%C3%B1ol.pdf
2. **Tasa de Referencia Interbancaria (Tasa TRI):** corresponderá a la que sea homóloga a periodicidad de la serie (1, 3, 6, 9, 12 meses), utilizando para este caso, las tasas de los nodos de 1, 3, 6, 9 o 12 meses. La entidad encargada del cálculo de la Tasa TRI corresponde a la empresa Proveedor Integral de Precios de Centroamérica S.A. (PIPCA) y publicada por la Cámara de Bancos e Instituciones Financieras de Costa Rica, los miércoles de cada semana en el sitio web de la cámara de bancos http://camaradebancos.fi.cr/boletin-semanal/. La metodología de cálculo de la tasa TRI puede ser consultada en el sitio web http://camaradebancos.fi.cr/generalidades-y-metodologia-de-calculo/. De acuerdo con dicha metodología, cuando no se dan captaciones para un plazo específico, es decir, cuando no se cuente con información para ese nodo, se repite el dato de la semana anterior. Asimismo, cuando se reporta una sola captación para un determinado nodo, el cálculo estaría sesgado por la entidad que reportó la información. Se mantendrá como sitio alterno para la consulta de la Tasa de Referencia Interbancaria (Tasa TRI), la plataforma de Bloomberg Professional, a través de la función ALLX CRR para obtener la información de dichas tasas. El momento para la fijación de la Tasa de Referencia Interbancaria, será la publicada por la Cámara al menos dos días hábiles antes del inicio de cada período de pago de intereses, más un premio establecido en puntos porcentuales. La tasa que se establezca regirá para el siguiente período de devengo de intereses.
3. **Curva de rendimiento soberana del BCCR:** corresponderá a la calculada y publicada por el Banco Central de Costa Rica (BCCR). Las curvas de rendimiento se encuentran disponibles con periodicidad semanal. El cálculo y publicación se realiza los miércoles de cada semana. Los datos publicados reflejan los niveles de tasas de interés vigentes durante la semana inmediatamente anterior a la fecha de publicación (definida de miércoles a martes), y constituyen una referencia adicional para los distintos agentes económicos. Los rendimientos publicados en la curva de rendimiento soberana son netos de impuestos. Cuando se presente una variación en la Tasa de Política Monetaria (TPM), se reestimará la curva soberana por parte del Banco Central de Costa Rica (BCCR) y estará en vigencia desde el mismo día de variación de la Tasa de Política Monetaria y hasta el miércoles siguiente, fecha en que se volverá a actualizar el cálculo. La metodología de cálculo puede ser consultada en el sitio web: https://gee.bccr.fi.cr/indicadoreseconomicos/Documentos/DocumentosMetodologiasNotasTecnicas/Nota%20Metodol%C3%B3gica%20Curva%20de%20Rendimiento%20Soberana%20de%20Costa%20Rica.pdf. La tasa por utilizar corresponderá a la tasa de interés neta sobre la Curva de Rendimiento Soberana en colones calculada por el Banco Central de Costa Rica, asociada a los días al vencimiento calculados entre la fecha de inicio del cupón a la fecha de vencimiento del título, vigente dos días hábiles antes del inicio de cada período de pago de intereses, más la tasa del impuesto sobre la renta aplicable, más un premio establecido en puntos porcentuales.
4. **Secured Overnight Financing Rate (SOFR**)**:** La tasa SOFR es publicada por la Reserva Federal de Nueva York o el Alternative Reference Rates Committee (ARRC) desde el año 2018, y refleja el costo a un día de los préstamos garantizados con Repos de títulos del Tesoro Americano. El CMR Group del Mercado de Valores en Chicago, que opera transacciones de derivados de tasa de interés, publica diariamente las tasas SOFR a término para 1, 3, 6, 12 meses y estas serían las referencias que se utilizarían en emisiones de bonos. Puede ser consultada en la página web <https://www.cmegroup.com/market-data/cme-group-benchmark-administration/term-sofr.html>, ahí mismo se puede consultar su metodología de cálculo. Se utilizará la tasa publicada para la fecha de inicio de cada cupón de intereses publicada en el sitio web mencionado. Si no existe tasa publicada para ese día, se utilizará la tasa del día hábil inmediato anterior que está disponible. En caso de que la tasa SOFR deje de publicarse y sea remplazada; se cambiará por la nueva tasa de referencia internacional, siempre respetando que la nueva tasa sea objetiva y de conocimiento público. Esta debe ser una tasa de referencia utilizada en los mercados internacionales y procurando que la tasa sustituta no tenga un impacto significativo en el rendimiento del bono. A la nueva tasa se le sumará o restará el margen necesario para que, en el día de sustitución, tanto la nueva tasa como la anterior den como resultado el mismo valor para el cálculo de cupón de intereses. Este margen se fijará al momento de la sustitución y se mantendrá fijo para los subsiguientes cupones. Estos cambios deberán ser comunicados a los inversionistas por los canales establecidos por SUGEVAL.

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

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

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

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

1. **Forma de colocación**

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

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

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

1. *Colocación fuera de bolsa*

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

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

1. *Colocación por bolsa*

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

1. **Agente colocador**

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

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

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

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

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

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

1. **Garantías**

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

1. **Calificación de riesgo**

En sesión ordinaria N° 1062024 del 08 de mayo de 2024, la empresa Sociedad Calificadora de Riesgo Centroamericana, S.A., basada en información financiera a setiembre y auditada a diciembre de 2023, acordó otorgar la calificación scr AAA (CR) para las emisiones F-1 y F-2 y el Programa de Emisión de Bonos Estandarizados G-2020 de Florida Ice and Farm Company, S.A, con una perspectiva estable.

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

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

1. **Redención anticipada**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1. **Destino de los recursos**

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

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

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

1. **Prelación de pagos**

FIFCO aplicará la siguiente regla de prelación de pagos a sus acreedores. De conformidad con lo establecido en el Artículo 34 de la Ley Concursal de Costa Rica, el orden de prelación de pagos de los créditos concursales ante un eventual proceso de fase concursal liquidatoria de la compañía, sería el siguiente:

ARTÍCULO 34- Créditos concursales

34.1. Clases y prelación. Salvo disposición legal en contrario, los créditos concursales tendrán, por su orden, los siguientes grados de preferencia: 1) Créditos con privilegio especial, 2) Créditos con privilegio general, 3) Créditos comunes, 4) Créditos subordinados.

34.2. Créditos con privilegio especial. Los acreedores de créditos con privilegio especial tendrán un derecho preferente para el pago de sus créditos, con el producto de la enajenación de los bienes sobre los cuales recae el privilegio, salvo que por ley se disponga otro criterio de prelación para casos especiales. Podrán renunciar a su garantía total o parcialmente. Se considerarán créditos con privilegio especial, los garantizados por: 1) Hipotecas, 2) Prendas, 3) Fideicomisos de garantía, 4) Garantías mobiliarias, salvo las provenientes de embargos judiciales por créditos que no gozaban de ellas, 5) Derecho de retención, cuando el acreedor esté en ejercicio de él, 6) Bienes gananciales, 7) Los demás que disponga la ley para supuestos especiales. Cuando uno o varios bienes garanticen diferentes créditos, la preferencia de pago será determinada por la ley sustantiva correspondiente. Se pagarán en primer lugar los créditos gravados con hipotecas o prendas legales, sobre los garantizados con hipotecas o prendas de otro tipo. En todo caso, el derecho ganancial se entenderá subordinado al pago de otros créditos con privilegio especial que graven los bienes afectados. Si ejecutada la garantía quedara algún saldo a favor del concurso, formará parte del acervo concursal. Si quedara un saldo al descubierto a favor del acreedor, se considerará crédito común. De lo obtenido por la enajenación de los bienes garantes, se reservará un diez por ciento (10%) en caso de que no existan otros bienes suficientes para pagar en todo o en parte los créditos alimentarios, laborales y los correspondientes a indemnizaciones por daño a la salud y vida de las personas. Si luego de cubrir estos créditos quedara un remanente, este será distribuido proporcionalmente entre cada uno de los acreedores con privilegio especial que hayan aportado a la reserva.

34.3. Créditos con privilegio general. Los acreedores con privilegio general tendrán derecho preferente para el reconocimiento y pago de sus créditos, sobre acreedores comunes y subordinados, con el producto de la totalidad del patrimonio del concurso no afectado por privilegios especiales. Podrán renunciar a su garantía total o parcialmente. Se considerarán créditos con privilegio general: 1) Los alimentarios, 2) Los laborales, 3) Las indemnizaciones concernientes a daños a la salud o la vida, no cubiertas por seguros, 4) Los demás dispuestos por la ley para supuestos especiales. A falta de disposición legal concreta, para su reconocimiento y pago, se respetará el orden indicado. De existir diversos acreedores dentro de una misma categoría de créditos con privilegio general, entre ellos regirá el principio de igualdad concursal. Los acreedores alimentarios y laborales serán pagados inmediatamente por el concurso en cuanto a sus derechos dinerarios, cuando así lo requieran en virtud de resolución ejecutoria que los establezca. De no satisfacerse los créditos en forma inmediata, el interesado lo comunicará al tribunal, que adoptará las medidas legales inmediatas para el cumplimiento de las obligaciones. Los acreedores alimentarios y laborales, con resolución ejecutoria a favor que no hayan iniciado su ejecución, también podrán requerir directamente el pago al concurso en los términos antes indicados.

34.4. Créditos comunes. Se considerarán créditos concursales comunes aquellos no incluidos como privilegiados especiales o generales, ni subordinados.

34.5. Créditos subordinados. Los créditos subordinados serán pagados, de ser posible, luego de cubiertos en su totalidad los créditos comunes. Serán subordinados los siguientes créditos: 1) Aquellos a los que el acreedor voluntariamente les asigne esa condición, 2) Los de aquellas personas especialmente relacionadas con el concursado, salvo que se trate de créditos concursales con privilegio general, 3) Los demás a los que la ley les otorgue esa calificación.

1. **Agente de pago**

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

1. **Representación por Anotación en Cuenta**

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

1. **Tratamiento tributario para las emisiones**

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

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

1. **Emisiones inscritas en otros mercados**

FIFCO no tiene emisiones inscritas en otros mercados.

### Emisión de Acciones

La Asamblea General Ordinaria de Accionistas realizada el 19 de marzo del 2024, aprobó, la reducción del Capital Social de Florida Ice and Farm Company, S.A., de ¢87.706.439.000 a ¢ 86,216,675,100. La reducción corresponde a 14,897,639 acciones comunes y nominativas de ¢100,00 cada una, que al 31 de diciembre del 2023 estaban mantenidas en Tesorería.

Al 31 de diciembre de 2023, el Capital Social Autorizado de la Compañía era de ¢87.706.439.000 (ochenta y siete mil setecientos seis millones cuatrocientos treinta y nueve mil colones), representado por 877.064.390 (ochocientos setenta y siete millones sesenta y cuatro mil trescientos noventa) acciones comunes con un valor nominal de ¢100,00 (cien colones) cada una.

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

A continuación, se muestra el valor de mercado de las acciones al 31 de diciembre (30 de setiembre antes del 2019) de cada uno de los años comprendidos entre 2018 y 2023, ambos años inclusive, y su valor en libros.

Tabla 3 - Valor de Mercado de las acciones al 31 de diciembre del año respectivo (1)

* Montos en colones -

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Año** | **Valor de Mercado** | **Valor en Libros** |
| 2018 (2) | 848,0 | 404,4 |
| 2019 | 674,0 | 342,1 |
| 2020 | 537,0 | 350,4 |
| 2021 | 735,0 | 396,7 |
| 2022 | 665,0 | 416,4 |
| 2023 | 649,5 | 427.9 |

Notas:

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

(2) Al 30 de setiembre del año correspondiente.

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

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

1. **Tratamiento tributario para dividendos**

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

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

1. **Asamblea de accionistas**

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

1. **Inmovilización o desmaterialización de acciones**

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

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

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

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

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

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

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

El Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero (Conassif) modificó el Reglamento sobre Oferta Pública de Valores indicando que todas las acciones que existen aún en soporte físico deben pasar por el proceso de desmaterialización y convertirse en anotaciones electrónicas. Para esto el Reglamento indica en su transitorio K un plazo para realizar este proceso cuyo vencimiento original estaba para el mes de abril 2023. Sin embargo, mediante acuerdo CNS-1792/08 del Conassif del 27 de marzo del 2023 se estableció el 31 de mayo del 2024, como plazo para completar la ejecución del proceso de desmaterialización de las acciones que aún se mantienen en soporte físico. No obstante lo anterior, el 28 de julio del 2023 la Superintendencia General de Valores (SUGEVAL) envió un Hecho Relevante indicando que la Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia dio curso a una acción de inconstitucionalidad interpuesta en contra del Transitorio VIII de la Ley Reguladora del Mercado de Valores, el Transitorio K) Reglamento de Oferta Pública de Valores y el artículo 4 del Reglamento de Custodia.

Por lo tanto, SUGEVAL comunicó la suspensión temporal de la disposición que solicita ejecutar la desmaterialización total de las acciones físicas, hasta la firmeza de la decisión de la Sala Constitucional que resuelva la acción de inconstitucionalidad reseñada. También aclaró que aquellos inversionistas que deseen continuar con la desmaterialización de sus valores pueden voluntariamente aplicar los procesos habituales ya disponibles.

1. **Programa de Recompra de Acciones**

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

Tabla 4 - Mecanismos de Recompra de Acciones

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Mecanismo de recompra:** | **Subasta Inversa** | **Programa de Recompra** | **Subasta Inversa**  **(2)** | **Programa de Recompra**  **(2)** |
| **Fecha de aprobación:** | 2 de noviembre del 2021 | 21 de diciembre del 2022 | 19 de marzo del 2024 | 19 de marzo del 2024 |
| **Monto aprobado:** | US$20.000.000,00 | US$40.000.000,00 | US$40.000.000,00 | US$40.000.000,00 |
| **Plazo:** | 36 meses a partir de la aprobación | 36 meses a partir de la aprobación | No aplica | 36 meses a partir de la aprobación, prorrogable una vez previo envío de Hecho Relevante |
| **Monto disponible (1):** | US$20.000.000,00 | US$ 22,159,574.00 | US$40.000.000,00 | US$40.000.000,00 |
| **Estatus:** | Activo | Activo | Activo | Activo |

1. Al 31 de diciembre de 2023
2. Aprobados en la asamblea de accionistas del 19 de marzo del 2024,

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

Tabla 5 - funcionarios involucrados en el proceso de oferta pública

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

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, Word

Descripción generada automáticamente

# Capítulo 2.

# Información esencial

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

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

### Riesgos

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

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

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

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

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

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

1. **Riesgo de competencia**

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

1. **Riesgo de continuidad del Negocio**

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

1. **Riesgo operativo**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1. **Riesgo por ocurrencia de siniestros**

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

1. **Costos de operación y construcción**

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

1. **Contracción del sector turismo**

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

1. **Riesgo Reputacional o de imagen**

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

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

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

1. **Riesgo de dilución**

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

1. **Riesgo de liquidez**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1. **Riesgo de desinscripción**

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

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

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

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

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

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

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

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

### Políticas de reducción de riesgo

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

La Compañía cuenta con un moderno sistema de silos con capacidad de almacenar grandes cantidades de dicha materia prima a granel, permitiendo comprar en épocas en que el precio se encuentra bajo, además de aprovechar reducciones por volumen en los costos de transporte.

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

Además, la Compañía cuenta Lineamientos de Gestión de Riesgos, los cuales establecen los pasos y las pautas necesarias para la identificación, análisis, evaluación y tratamiento de los riesgos, acorde con lo establecido en los Estándares INTE/ISO 31000:2018 y COSO ERM 2017INTE/ISO 31000:20180 y el cual es de acatamiento obligatorio para toda La Compañía.

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

Tabla 6 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – Costa Rica

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tipo de Póliza** | **Bienes Asegurados** | **2022-2023** |
| **(En Millones de colones)** |
| Todo Riesgo Daño Físico | Edificios, mejoras a terrenos, obras de arte, herramientas, muebles y enseres, obras en proceso, maquinaria y equipo | 536,435.13 |
| Flotilla de Vehículos | Vehículos propiedad de la compañía | 164,723.95 |
| Responsabilidad Civil Umbrella | Producción, distribución y venta de los productos de la compañía en territorio nacional y en el extranjero | 82,947.69 |
| Carga, Importación y Exportación | Materias primas, material de empaque, repuestos, productos importados y de exportación | 56,427.00 |
| Riesgos del Trabajo | Funcionarios de la compañía | 48,895.16 |
| Responsabilidad Civil General | Producción, distribución y venta de los productos de la compañía en territorio nacional y en el extranjero | 13,062.85 |
| Equipo Contratista | Equipo Contratista | 1,131.67 |
| Equipo Electrónico | Pantallas LED, equipos electrónicos móviles de Eventos Especiales | 916.15 |
| Riesgo Nombrado | Máquinas de Reciclaje, Plantas Eléctricas Móviles y Tarima Hidráulica | 472.75 |
| Calderas | Calderas de la Compañía | 350.00 |
| Fidelidad | Fianza de Fidelidad | 11.29 |
| Básica de Accidentes | Participación de terceros en voluntariados | 5.50 |
| **Monto Total Asegurado en Colones** | | **905,379.13** |

Tabla 7 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – Guatemala

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tipo de Póliza** | **Bienes Asegurados** | **2022-2023** |
| **(En Millones de Colones)** |
| Todo Riesgo Daño Físico | Edificios, mejoras a terrenos, obras de arte, herramientas, muebles y enseres, obras en proceso, maquinaria y equipo | 78,095.68 |
| Responsabilidad Civil General | Materias primas, material de empaque, repuestos, productos importados | 59,828.59 |
| Responsabilidad Civil Umbrella | Materias primas, material de empaque, repuestos, productos importados y de exportación | 16,363.83 |
| Carga, Importación y Exportación | Producción, distribución y venta de los productos de la compañía en territorio nacional y en el extranjero | 2,821.35 |
| Flotilla de Vehículos | Vehículos propiedad de la compañía | 1,284.49 |
| Riesgo Nombrado | Producción, distribución y venta de los productos de la compañía en territorio nacional y en el extranjero | 1,128.54 |
| Fidelidad | Fianza de Fidelidad | 72.05 |
| **Monto Total Asegurado en Colones** | | **159,594.53** |

Tabla 8 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – El Salvador

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tipo de Póliza** | **Bienes Asegurados** | **2022-2023** |
| **(En Millones de Colones)** |
| Carga, Importación y Exportación | Materias primas, material de empaque, repuestos, productos importados y de exportación | 4,401.31 |
| Flotilla de Vehículos | Vehículos propiedad de la compañía | 206.75 |
| Póliza Colectiva de Vida | Ejecutivos de la compañía | 1 |
| **Monto Total Asegurado en colones** | | **4.609,06** |

Tabla 9 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – Estados Unidos

|  |  |
| --- | --- |
| **Tipo de Póliza** | **Cobertura 2023 (En millones de dólares)** |
| Cobertura de todo riesgo a la propiedad | 400 |
| Calderas y Maquinaria | 400 |
| Responsabilidad Civil Umbrella | 25 |
| Responsabilidad Civil General | 2 |
| Responsabilidad Comercial Internacional General | 2 |
| Responsabilidad del Licor | 2 |
| Compensación para trabajadores | 1 |
| Flotilla de Vehículos | 1 |
| **Monto Total Asegurado en Dólares** | **833** |

Adicionalmente, para el período 2023 en Costa Rica, se maneja una póliza médica por un monto máximo asegurable por empleado de $2.000.000 y una póliza colectiva de vida por un monto máximo asegurable por empleado de 36 salarios, con un tope máximo de $500.000, aplicables a los niveles gerenciales. Además, se cuenta con otra cobertura de gastos médicos por $100.000 y vida de $30.000, la cual aplica para mandos medios profesionales.

## **Análisis de indicadores financieros**

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

Tabla 10 - Razones financieras, en millones de colones

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Razones financieras** | **2021** | **2022** | **2023** |
| **Índices de Liquidez** | | | |
| Liquidez corriente | 1.4 | 1.0 | 1.1 |
| Razón Ácida | 0.9 | 0.5 | 0.7 |
| **Índices de Rentabilidad** | | | |
| Utilidad neta a Activo Total | 7.7% | 9.9% | 10.9% |
| Utilidad Neta a Ventas | 9.5% | 10.8% | 11.5% |
| Utilidad Neta a Patrimonio Neto | 18.9% | 23.6% | 23.1% |
| Utilidad por acción (en colones) | ₡63.5 | ₡85.8 | ₡89.1 |
| **Índices de Actividad** | | | |
| Período medio de cuentas por cobrar (días) | 43.6 | 38.7 | 40.0 |
| Período medio de pago (días) | 62.4 | 61.2 | 52.6 |
| Días de Inventario | 77.0 | 92.8 | 72.8 |
| Rotación de Inventarios | 4.7 | 3.9 | 5.0 |
| Rotación activo fijo | 2.2 | 2.5 | 2.4 |
| Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros | 3.6 | 4.6 | 4.6 |
| Cuentas Incobrables a Ventas | 0.3% | 0.2% | 0.2% |
| **Niveles de Capitalización y Endeudamiento** | | | |
| Pasivo Total a Patrimonio Neto | 2.6 | 2.9 | 3.1 |
| Captación a Pasivo Total | 20.7% | 20.9% | 10.8% |

Fuente: Estados Financieros Auditados al 31 de diciembre de 2021, 2022 y 2023

### Índices de liquidez

1. **Liquidez corriente**

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

Tabla 11 - Liquidez Corriente

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Liquidez Corriente** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2021** | **2022** | **2023** |
| Activo Circulante | 229,914 | 251,045 | 222,158 | - 28,887 | -11.5% |
| Pasivo Circulante | 165,525 | 240,564 | 196,206 | - 44,358 | -18.4% |
| Liquidez Corriente | 1.4 | 1.0 | 1.1 | 0.1 | 8.5% |

Para el cierre del período 2023, esta razón aumenta de 1,0 a 1.1 veces debido a que las obligaciones con los acreedores de corto plazo disminuyeron más que los activos de corto plazo.

1. **Razón Ácida**

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

Tabla 12 - Razón Ácida

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Razón Ácida** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2021** | **2022** | **2023** |
| Activo Circulante | 229,914 | 251,045 | 222,158 | - 28,887 | -11.5% |
| Inventario | 85,736 | 119,334 | 84,861 | - 34,473 | -28.9% |
| Pasivo Circulante | 165,525 | 240,564 | 196,206 | - 44,358 | -18.4% |
| Razón Ácida | 0.9 | 0.5 | 0.7 | 0.2 | 27.8% |

El resultado de 0,7 veces indica que la Compañía mantiene la capacidad para solventar las obligaciones a corto plazo. Este indicador presenta una variación respecto al año anterior de 0,5 a 0,7. Importante mencionar que por las características del inventario que mantiene la Compañía, este es sumamente líquido.

### Índices de rentabilidad

1. **Utilidad Neta a Activo Total**

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

Tabla 13 - Utilidad Neta a Activo Total

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad Neta a Activo Total** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2021** | **2022** | **2023** |
| Utilidad Neta | 71,701 | 91,365 | 95,266 | 3,901 | 4.3% |
| Activo Total | 925,639 | 926,193 | 874,447 | - 51,746 | -5.6% |
| Utilidad neta a Activo total | 7.7% | 9.9% | 10.9% | 1.0% | 10.4% |

En el 2023, esta razón presentó un aumento con respecto al año anterior, mostrando una mejora en la productividad de las inversiones y la capacidad de generar utilidades de los activos totales.

1. **Utilidad Neta a Ventas**

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

Tabla 14 - Utilidad Neta a Ventas

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad Neta a Ventas** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2021** | **2022** | **2023** |
| Utilidad Neta | 71,701 | 91,365 | 95,266 | 3,901 | 4.3% |
| Ventas | 751,585 | 846,576 | 827,387 | - 19,189 | -2.3% |
| Utilidad Neta a Ventas | 9.5% | 10.8% | 11.5% | 0.7% | 6.7% |

El resultado de este indicador en el año 2023 tuvo un aumento de 70 puntos base, originado por un crecimiento en la utilidad neta de 4,3% y en ventas del -2,3% respecto al año 2022.

1. **Utilidad Neta a Patrimonio Neto**

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

Tabla 15 - Utilidad Neta a Patrimonio Neto

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad Neta a Patrimonio Neto** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2021** | **2022** | **2023** |
| Utilidad Neta | 71,701 | 91,365 | 95,266 | 3,901 | 4.3% |
| Patrimonio Neto | 379,627 | 387,883 | 411,659 | 23,777 | 6.1% |
| Utilidad Neta a Patrimonio Neto | 18.9% | 23.6% | 23.1% | -0.4% | -1.8% |

En el periodo anterior, esta razón tuvo una disminución absoluta de -0,4%, producto principalmente al aumento de la utilidad neta y del patrimonio neto.

1. **Utilidad por Acción**

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

Tabla 16 - Utilidad por Acción

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad por acción** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2021** | **2022** | **2023** |
| Utilidad Neta de la controladora | 56,973 | 75,778 | 77,619 | 1,841 | 2.4% |
| Total promedio ponderado de acciones comunes al inicio y al final del año (en millones de acciones) | 897 | 883 | 871 | - 12 | -1.4% |
| Utilidad por acción (en colones) | 63.5 | 85.8 | 89.1 | 3 | 3.8% |

Para el período 2023, se da un aumento de 3 colones en relación con el año anterior producto de la mejora en la utilidad neta de la Compañía.

### Índices de actividad

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

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

Tabla 17 - Periodo medio de cobro de cuentas por cobrar comerciales

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Período medio de cuentas por cobrar** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2021** | **2022** | **2023** |
| Cuentas por cobrar por 365 días | 32,425,505 | 32,399,590 | 32,771,525 | 371,935 | 1.1% |
| Ventas a crédito | 744,069 | 838,110 | 819,113 | - 18,997 | -2.3% |
| Período medio de cuentas por cobrar (Días) | 44 | 39 | 40 | 1 | 3.5% |

FIFCO posee una política de crédito que le permite mantener niveles de recuperación favorables. Sin embargo, este indicador ha experimentado un aumento de 1 día en el periodo de recuperación producto de la recuperación comercia y condiciones de mercado.

1. **Periodo medio de pago**

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

Tabla 18 - Periodo medio de pago

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Período medio de pago** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2021** | **2022** | **2023** |
| Cuentas por pagar por 365 días | 25,376,260 | 28,748,130 | 22,404,430 | - 6,343,700 | -22.1% |
| Costo de las Ventas | 406,346 | 469,414 | 425,606 | - 43,808 | -9.3% |
| Período medio de pago (días) | 62 | 61 | 53 | - 9 | -14.0% |

Para el período 2023, este indicador tuvo una disminución de 9 días, alcanzando 53 días promedio para hacer efectivo el pago a los proveedores, tanto nacionales como del exterior. La Compañía se mantiene en constante negociación para obtener plazos de crédito favorables manteniendo una cartera saludable y una gestión activa de pagos.

1. **Días de Inventario**

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

Tabla 19 - Días de Inventario

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Días de Inventario** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2021** | **2022** | **2023** |
| Inventario | 85,736 | 119,334 | 84,861 | - 34,473 | -28.9% |
| Costo de ventas entre 365 días | 1,113 | 1,286 | 1,166 | - 120 | -9.3% |
| Días de Inventario | 77 | 93 | 73 | - 20 | -21.6% |

Para el 2023, este indicador presenta una disminución de 20 días respecto a 2022, esto se origina debido al normalización en el proceso de la construcción del inventario, este inventario corresponde al stock necesario para cubrir la demanda de las actividades de fin y principio de año, así como las tradicionales fiestas que se realizan por la entrada de la estación seca.

1. **Rotación de Inventario**

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

Tabla 20 - Rotación de Inventario

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Rotación de Inventarios** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2021** | **2022** | **2023** |
| Costo de ventas | 406,346 | 469,414 | 425,606 | - 43,808 | -9.3% |
| Inventario | 85,736 | 119,334 | 84,861 | - 34,473 | -28.9% |
| Rotación de Inventarios | 4.7 | 3.9 | 5.0 | 1.1 | 27.5% |

Para el 2023, el inventario rotó 5,0 veces en el año, presentando un aumento de 1.1 con respecto al periodo anterior.

1. **Rotación de Activo Fijo**

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

Tabla 21 - Rotación de Activo Fijo

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Rotación activo fijo** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2021** | **2022** | **2023** |
| Ventas Netas | 751,585 | 846,576 | 827,387 | - 19,189 | -2.3% |
| Activo Fijo | 338,673 | 334,798 | 350,671 | 15,873 | 4.7% |
| Rotación activo fijo | 2.2 | 2.5 | 2.4 | - 0.2 | -6.7% |

Este indicador muestra una disminución de 0,2 con relación al año 2022, lo cual se debe a la disminución de las ventas netas de la Compañía.

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

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

Tabla 22 - Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2021** | **2022** | **2023** |
| Utilidad Neta | 71,701 | 91,365 | 95,266 | 3,901 | 4.3% |
| Gasto Financiero | 27,315 | 25,190 | 26,723 | 1,533 | 6.1% |
| Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros | 3.6 | 4.6 | 4.6 | 0.0 | 0,0% |

Para el año 2023, el índice se mantiene en 4,6 veces de cobertura con relación al 2021, originado por una disminución en los gastos financieros al fortalecer el balance general mediante una gestión activa de la cartera de endeudamiento.

1. **Cuentas Incobrables a Ventas Netas**

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

Tabla 23 - Cuentas Incobrables a Ventas Netas

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Cuentas Incobrables a Ventas** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2021** | **2022** | **2023** |
| Estimación para cuentas de cobro dudoso (Gasto del año) | 2,624 | 1,582 | 1,761 | 179 | 11.3% |
| Ventas | 751,585 | 846,576 | 827,387 | - 19,189 | -2.3% |
| Cuentas Incobrables a Ventas | 0.3% | 0.2% | 0.2% | 0.0% | 13.9% |

Para el periodo 2023, este indicador se mantiene en 0,2%, producto de las estrategias planteadas por la compañía para la recuperación de cartera y el incremento en ventas.

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

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

Tabla 24 - Activos y Pasivos en Moneda Extranjera

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Rubros** | **En miles de dólares[[3]](#footnote-4)** | |
| **2022** | **2023** |
| **Activos** | | |
| Efectivo y equivalentes de efectivo | 18.699 | 17.349 |
| Inversiones en instrumentos financieros | - | - |
| Documentos y cuentas por cobrar, neto | 21.844 | 27.567 |
| **Total de activos** | **40.543** | **44.916** |
| **Pasivos** | | |
| Préstamos bancarios | 81.540 | 83.580 |
| Pasivos bajo arrendamiento | 26.122 | 27.466 |
| Cuentas por pagar | 70.610 | 43.972 |
| **Total de pasivos** | **178.272** | **155.018** |

## Endeudamiento y capitalización

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

### Endeudamiento

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

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

Tabla 25 - Pasivo Total a Patrimonio Neto (Excluyendo las Utilidades Disponibles)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Pasivo Total a Patrimonio Neto** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2021** | **2022** | **2023** |
| Pasivo Total | 521,225 | 516,035 | 461,717 | - 54,318 | -10.5% |
| Patrimonio | 404,414 | 410,588 | 412,730 | 2,142 | 0.5% |
| Utilidades No Distribuidas | 202,641 | 231,818 | 261,570 | 29,752 | 12.8% |
| Pasivo Total a Patrimonio Neto | 2.58 | 2.89 | 3.05 | 0.2 | 5.8% |

En el 2023, este indicador tuvo un incremento absoluto de 0,2 con respecto al 2022. El mismo se encuentra dentro de las disposiciones de la Superintendencia General de Valores.

1. **Captación Efectiva a Pasivo Total**

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

Tabla 26 - Captación Efectiva a Pasivo Total

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Captación a Pasivo Total** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2021** | **2022** | **2023** |
| Captación | 108,000 | 108,000 | 50,000 | - 58,000 | -53.7% |
| Pasivo Total | 521,225 | 516,035 | 461,717 | - 54,318 | -10.5% |
| Captación a Pasivo Total | 20.7% | 20.9% | 10.8% | -10.1% | -48.3% |

Esta razón representa las captaciones de la empresa a largo plazo, respecto del pasivo total. Para el 2022, este indicador presenta una disminución, debido a variaciones en el tipo de cambio que afecta los pasivos denominados en la moneda dólar, el vencimientos de 3 programas de bonos estandarizados en el año 2023 y amortización de deudas con terceros que ha realizado la compañía.

### Capitalización

1. **Dividendos**

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

Tabla 27 - Distribución de utilidades de los últimos 10 años (en millones de colones)

| **Período**  **(al 31 de diciembre de cada año)** | **Utilidad Neta (1)** | **Dividendos** | **% de la Utilidad Neta** |
| --- | --- | --- | --- |
| 2014 (2) | ¢ 36.507 | ¢ 19.887 | 54,5% |
| 2015 (2) | ¢ 45.856 | ¢ 21.531 | 47,0% |
| 2016 (2) | ¢ 55.932 | ¢ 23.907 | 42,7% |
| 2017 (2) | ¢ 54.784 | ¢ 26.889 | 49,1% |
| 2018 (2) | ¢ 46.170 | ¢ 29.164 | 63,2% |
| 2019 | (¢ 1.243) | ¢ 37.298 | -3.000,6% |
| 2020 | ¢ 10.655 | ¢ 13.962 | 131,0% |
| 2021 | ¢ 56.973 | ¢ 23.272 | 40,8% |
| 2022 | ¢ 75.778 | ¢ 35.498 | 46,8% |
| 2023 | ¢ 77,619 | ¢ 39.908 | 51.4% |

(1) Utilidad atribuible a la controladora.

(2) Al 30 de setiembre del año respectivo

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

1. **Composición del Capital Social**

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

La Asamblea General Ordinaria de Accionistas realizada el 19 de marzo del 2024, aprobó, la reducción del Capital Social de Florida Ice and Farm Company, S.A., de ¢87.706.439.000 a ¢ 86,216,675,100. La reducción corresponde a 14,897,639 acciones comunes y nominativas de ¢100,00 cada una, que al 31 de diciembre del 2023 estaban mantenidas en Tesorería.

En Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria de Accionistas realizada el 19 de marzo del 2024, se aprobó la disminución del Capital Social de Florida Ice and Farm Company, S.A., de ¢87,706,439,000.00 a ¢86,216,675,100,00. La disminución corresponde a 14,897,639 acciones comunes y nominativas de ¢100,00 cada una, que se encontraban en Tesorería al 31 de diciembre del 2023.

Tabla 28 - Historia del Capital Social por los últimos 3 años

(En miles de colones)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Fecha** | **Capital Anterior** | **Aumentos** | **Disminución (1)** | **Nuevo Capital** |
| 14/3/2022 | 89.804.665 | - | 355.262 | 89.449.403 |
| 15/3/2023 | 89.449.403 | - | 1.742.964 | 87.706.439 |
| 19/3/2024 | 87.706.439 | - | 1.489.763 | 86.216.675 |

1. Corresponde a las acciones mantenidas en Tesorería al cierre del período fiscal anterior.
2. **Porcentaje de participación de capital extranjero**

Al 31 de diciembre de 2023, el porcentaje de participación de capital extranjero[[4]](#footnote-5) era de 15.35%

## Contingencias (al 31 de diciembre de 2023)

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

1. **Contingencias Tributarias en Costa Rica**

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

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

En junio del 2022, en Costa Rica se recibieron los fallos administrativos por parte del Tribunal Fiscal Administrativo en contra de una de las compañías del grupo, en los cuales se confirmaron ajustes al impuesto de utilidades, retenciones sobre remesas, y al impuesto general sobre las ventas, para los períodos fiscales 2016 y 2017, por un monto de ¢2.207 millones, monto sujeto a intereses y multas. En fecha 8 de junio de 2023, se presentó una demanda contenciosa administrativa, por lo que este caso está siendo discutido ante esa instancia. Las acciones cobratorias se encuentran suspendidas por una medida cautelar interpuesta por la empresa y otorgada en forma definitiva por el Tribunal Contencioso Administrativo el 1° de noviembre de 2023.

1. **Otras contingencias**

En contra de la Compañía y sus subsidiarias existen juicios ordinarios laborales cuyas cuantías ascienden a la suma aproximada de ¢661 millones, y otros juicios cuya cuantía no se incluye en este monto ya que no fueron estimados en la demanda y que, por lo tanto, son de difícil determinación. Actualmente, todos estos procesos están tramitándose a nivel judicial, y en su mayoría se están impugnando las cuantías reclamadas.

## Compromisos (al 31 de diciembre de 2023)

Florida Ice and Farm Company, S.A. es garante y avalista solidario por la suma US$35.700 en miles por una operación de crédito que mantiene una subsidiaria con una institución financiera. Además, es codeudora por la suma ¢18.483 millones en una operación concedida a una subsidiaria por una institución financiera.

La Compañía tiene fianzas mercantiles a favor de terceros por la suma de US$17.067 en miles y ¢1.025 millones para garantizar el cumplimiento de obligaciones contractuales.

Distribuidora La Florida, S.A. y subsidiarias son garantes solidarios de operaciones por la suma de US$211.250 en miles y ¢77.400 millones por operaciones de crédito que mantienen con instituciones financieras.

Distribuidora La Florida, S.A. mantiene garantías reales por un monto total de US$714 en miles y ¢438 millones por garantías de proyectos.



# Capítulo 3.

# Información sobre la empresa emisora

## Historia y desarrollo de la empresa

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

### Constitución

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

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

### Breve reseña histórica

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### Actividad

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

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

En la actualidad, la Compañía cuenta con más de 1500 productos, entre ellos: cerveza, vinos, licores, bebidas alcohólicas saborizadas, así como, agua embotellada, jugos, refrescos, néctares, tés, bebidas carbonatadas, bebidas energéticas, frijoles, conservas, salsa de tomate y productos de panadería. Su sede se encuentra en Costa Rica y cuenta con operaciones en Guatemala, El Salvador, Honduras, México y Estados Unidos. Se cuenta con 5 plantas de producción y 13 centros de distribución. La cadena de valor está compuesta por 3,471proveedores locales e internacionales. Se exportan los productos a 18 países alrededor del mundo (incluido Costa Rica). A continuación, se presenta la distribución de las ventas por zona geográfica:

Tabla 29 - Ventas por zona geográfica

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Zona Geográfica** | **2022** | **2023** |
| Costa Rica | 59,3% | 63.4% |
| Estados Unidos | 28,6% | 24.3% |
| Guatemala | 6,8% | 6.4% |
| Panamá | 1,8% | 1.9% |
| Otros | 3,4% | 4.0% |

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

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

### Principales competidores

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

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

## Visión general del negocio

### Subsidiarias de FIFCO

A continuación, se detallan las subsidiaras que tiene FIFCO al 31 de diciembre de 2023:

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

FIFCO mide las operaciones de sus segmentos de negocio, de acuerdo con políticas corporativas y contables. Dicha información se muestra en el siguiente cuadro de segmentos (en millones de colones), al 31 de diciembre de 2023:

Tabla 30 - Balance por segmentos de negocio (en millones de colones)

| **Balance por Segmentos** | **Bebidas** | **Alimentos** | **Inmobiliario** | **Otros** | **Total, Consolidado** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ventas netas | 663.908 | 99.161 | 61.484 | 2.834 | 827.387 |
| Costo de ventas | 336.630 | 66.983 | 20.751 | 1.242 | 425.606 |
| Gasto por depreciación | 31.797 | 2.265 | 2.383 | 111 | 36.556 |
| Amortización de activos intangibles | 7.139 | 16 | 12 | - | 7.167 |
| **Utilidad Operativa** | **120.188** | **3.664** | **11.464** | **(1.099)** | **134.217** |

### 

### Estructura organizativa

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

Tabla 31 - Detalle de Subsidiarias

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | **Porcentaje de participación** | |
| **Subsidiarias y operación conjunta** | **País** | **2023** | **2022** |
| Distribuidora La Florida, S.A.: | Costa Rica | 75% | 75% |
| HA&COM Bebidas del Mundo, S.A. | Costa Rica | 50% | 50% |
| Industrias Alimenticias Kern´s y Compañía., S.C.A. | Guatemala | 100% | 100% |
| Industrias Alimenticias Kern´s El Salvador, S.A. de C.V. | El Salvador | 100% | 100% |
| Florida Foods & Beverages Corp. | Estados Unidos de América | 100% | 100% |
| Comapan, S.A. | Costa Rica | 100% | 100% |
| CCR American Holdings, Inc. | Estados Unidos de América | 100% | 100% |
| CCR American Breweries, Inc.: | Estados Unidos de América | 100% | 100% |
| North American Breweries Holdings, LLC | Estados Unidos de América | 100% | 100% |
| North American Breweries, Inc. | Estados Unidos de América | 100% | 100% |
| Labatt USA Operating Co, LLC | Estados Unidos de América | 100% | 100% |
| High Falls Operating Co, LLC | Estados Unidos de América | 100% | 100% |
| Independent Brewers United Corporation | Estados Unidos de América | 100% | 100% |
| Florida Bebidas y Alimentos Honduras, S.A. | Honduras | 100% | 100% |
| Florida Inmobiliaria, S.A.: | Costa Rica | 100% | 100% |
| Reserva Conchal, S.A. | Costa Rica | 100% | 100% |
| Desarrollos Hoteleros Guanacaste, S.A. | Costa Rica | 100% | 100% |
| República Cervecera, S.A. | Costa Rica | 60% | 60% |
| Florida Capitales, S.A.: | Costa Rica | 100% | 100% |
| FIFCO México, S.A. de C.V. | México | 100% | 100% |
| London Overseas, Inc. | Gran Caimán | 100% | 100% |
| Aero Servicios La Florida ASF, S.A. | Costa Rica | 100% | 100% |
| Florida Falcon Holding, Inc. | Estados Unidos de América |  | 100% |

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

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

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

### Propiedades, planta y equipo

1. **Plantas**

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

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

Tabla 32 - Capacidad instalada de Planta de Producción #1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Línea** | **Capacidad instalada (HL/año)** | **% de Utilización 2023** |
| Línea 1 Vidrio | 293,490.68 | 90.86% | |
| Línea 2 Vidrio | 540,889.28 | 54.14% | |
| Línea 3 Vidrio | 669,783.89 | 92.93% | |
| Línea 4 Lata | 652,852.41 | 65.53% | |
| Línea 5 Lata | 949,488.02 | 80.34% | |
| Línea 7 Barriles | 35,041.28 | 45.28% | |

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

Tabla 33 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Línea** | **Capacidad instalada (HL / Año)** | **% de Utilización 2023** |
| Agua Cristal PET + Tampico PET + Tropical | 294.703 | 91,80% |
| Agua Cristal, Tropical Té (6 litros) | 111.196 | 16,33% |
| Tropical PET Personal | 280.607 | 78,10% |
| Gatorade + Tropical | 714.755 | 87,60% |
| Carbonatadas Personal + Familiares | 1,551,586 | 81,70% |
| Post Mix | 71.601 | 34% |

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

Tabla 34 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #3

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tipo de Producto** | **Línea** | **Capacidad instalada** | **% de Utilización 2023** |
| Bebidas | Línea 21 | 459,997 hL/año | 68.79% |
| Línea 22 | 161,146 hL/año | 42.56% |
| Línea 53 | 96,624 hL/año | 31.98% |
| Línea 55 | 300,961 hL/año | 9.46% |
| Línea 56 | 238,238 hL/año | 90.39% |
| Alimentos | Línea 11 | 11,240 Ton/año | 75.08% |
| Línea 34 | 2,680 Ton/año | 80.52% |
| Línea 36 | 13,764 Ton/año | 98.99% |
| Línea 37 | 9,211 Ton/año | 93.41% |
| Línea 38 | 3,241 Ton/año | 50.46% |
| Línea 42 | 2,653 Ton/año | 5.87% |
| Línea 43 | 22,514 Ton/año | 49.78% |
| Línea 46 | 13,500 Ton/año | 16.19% |

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

Tabla 35 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #4

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Línea** | **Capacidad instalada (kg/h)** | **% de Utilización 2022** |
| Línea 1 – Mecatherm | 448.26 | 45.41% |
| Línea 2 – Mecatherm | 562.25 | 65.00% |
| Línea 3 – Mecatherm | 914.25 | 59.00% |
| Línea 4 – Uline | 321.97 | 75.60% |
| Línea 5 – Polyline | 298.86 | 56.00% |
| Línea 6 – Agriflex | 1480.45 | 44.00% |
| Línea 7 – Cakeline | 221.84 | 66.00% |
| Línea 8 – Batidos | 231.23 | 63.00% |
| Línea 9 – Galletas | 111.92 | 57.00% |
| Línea 11 – Bollería | 483.69 | 61.00% |

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

Tabla 36 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #5.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Línea** | **Capacidad instalada (Barril / Año)** | **% de Utilización 2023** |
| **Planta Rochester- Nueva York** |  |  |
| Línea 1 Latas 24 oz | 559.440 | 49% |
| Línea 2 Botellas | 419.760 | 5% |
| Línea 3 Latas 16 oz | 712.080 | 60% |
| Línea Vidrio | 1.071.360 | 47% |
| Línea "Draft" | 96.000 | 48% |
| Línea "Packs" | 395.280 | 58% |

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

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

1. **Sucursales**

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

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

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

1. **Distribución**

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

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

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

1. **Inmobiliaria**

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

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

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

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

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

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



# Capítulo 4.

# Resultados de operación y financieros e información prospectiva

## Resultados de Operación - Dimensión Económica

Llegamos al 115 aniversario de FIFCO con récords históricos en utilidad de operación, EBITDA, utilidad neta atribuible a los accionistas y pago de dividendos. Se suman a lo anterior, marcas y categorías fortalecidas, así como, importantes e innovadoras agendas que buscan la creación de valor ambiental y social con una sólida gobernanza.

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

1**. Recalibración de los negocios:** La recalibración de los negocios nos llevó a un profundo entendimiento de los retos y oportunidades que presentan tanto las geografías en las que operamos como las categorías en las que competimos. A pesar de seguir operando en un entorno volátil, la mayoría de los negocios mostraron crecimiento. Esta recalibración de los negocios resulta en un accionar claro y contundente de cara al año 2024, sentando las bases correctas para los años que vienen.

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

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

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

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

3. **Liderazgo holístico:** Hace referencia al compromiso de FIFCO con la creación de valor, siguiendo una estrategia de triple utilidad, apuntando a cumplir criterios ambientales, sociales y de gobernanza como una forma de gestionar el riesgo y fortalecer la operación, garantizando la sostenibilidad y la permanencia exitosa de la compañía a través del tiempo.

Fiel a su compromiso ambiental, FIFCO mantuvo sus principales operaciones agua positiva, carbono positivo y cero desechos sólidos. Como parte de la agenda Plástico 360°, destaca una mejora significativa en los niveles de recuperación de plástico, logrando un 120% de recuperación posconsumo.

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

En relación con el Gobierno Corporativo y los estándares de buena gobernanza, se realizó la evaluación anual de la gestión de la Junta Directiva con apoyo de una firma especializada e independiente. El resultado fue un 99% de calificación global, indicando que el desempeño de la Junta Directiva supera los estándares y está alcanzando las mejores prácticas a nivel de regulación local y de la literatura especializada a nivel global.

Esta visión renovada es acompañada por una estrategia clara y detallada, la cual define una aspiración al año 2027: “Ser una de las compañías de más rápido crecimiento en la región con un margen de EBITDA superior al 20%”. Esta aspiración es sustentada por una definición de en cuáles geografías jugar y cómo ganar, identificando, a su vez, las capacidades por fortalecer en los próximos años.

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

### Florida Bebidas y Alimentos

Luego de un cuidadoso proceso de revisión del contexto, de las tendencias mundiales y un entendimiento profundo de las geografías y categorías en las que opera FIFCO, se actualiza la visión de la compañía para los próximos 5 años: “Ser una empresa de bebidas y alimentos centrada en el consumidor, que traza camino en la triple utilidad, desafiando fronteras a través de marcas altamente valoradas que inspiran a todos a saborear la vida.” El contar con una visión y ruta para los próximos 5 años nos alinea en una misma dirección, facilitando la toma de decisiones a corto, mediano y largo plazo, y nos permite anticipar y adaptarnos a los cambios propios del mercado y nuestro entorno, habilitando una optimización de recursos al tener visibilidad de las necesidades futuras.

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

Durante el año 2023 se logró conectar con los consumidores gracias a propuestas de valor renovadas, la creación de experiencias, el fortalecimiento de marcas con propósito y el impulso a nuevos canales y mayor digitalización.

Tabla 37 - Principales hitos de categoría cerveza y BAS

|  |  |
| --- | --- |
| **Imperial:** | El año 2023 marcó un capítulo excepcional en la historia de Imperial, la cerveza más destacada de Costa Rica. La campaña “Autenticos” reinterpretó la autenticidad, tejiendo la marca en las experiencias cotidianas del costarricense y fomentando un orgullo nacional renovado, impulsó a los ticos a descubrir su mejor versión y explotarla al máximo. La marca vivió el valor del disfrute con los consumidores, colocando el producto en el centro, en la campaña Jala Birras”, el primer concurso cervecero de este año, que le regaló a los participantes todas las cajas de birras que pudieran jalar en 5 minutos. Las redes sociales y los resultados excepcionales de la campaña demostraron una vez más por qué Imperial es la cerveza favorita de los ticos. El año cerró con la campaña “Frescura”, creada para posicionar la ventaja competitiva única en el mercado. Imperial es la cerveza más fresca del país, garantizando que cada vez que se tomen una Imperial, están tomando una cerveza que mantiene la plenitud de su sabor y aroma. Finalmente, a lo largo del año Imperial sumó un total de 35 premios en festivales de publicidad y creatividad. Imperial se posicionó como la marca costarricense más premiada del 2023. |
| **Heineken:** | El año 2023 estuvo cargado de actividades para Heineken, dando la bienvenida al año con el verano para los días soleados y nuestro Green Bardon de lo natural y la música se encontraron. Las Green Nights se convirtieron en las estrellas de la noche, con alta energía, activando los principales bares de la Gran Área Metropolitana. Champions Town, este evento nuevamente fue un éxito, convocando a más de 2.000 personas en Pedregal para vivir la pasión del fútbol. En septiembre se lanzó Heineken 0.0, bebida a base de malta con 0.0% de alcohol, con menos calorías que otras y un aporte en minerales, vitaminas y antioxidantes, ofreciéndole al fiel consumidor nuevas ocasiones de consumo. Se realizó una gira de sampling donde se entregó en GAM más de 20.000 latas al consumidor. Se celebró el 150 aniversario de una manera diferente: con una lata y una botella edición especial por  tiempo limitado-. |
| **Pilsen:** | El verano inició con Parrilleros Pilsen, una campaña que reafirmó el liderazgo de la marca dentro de esta ocasión de consumo, el momento memorable entre compas alrededor de la parrilla. Posteriormente, la marca lanzó Noche de Compas, una plataforma para aumentar la frecuencia de las reuniones entre amigos, acompañado de una cerveza Pilsen. En agosto del 2023, Pilsen reveló la clave de su sabor único, Además, se desarrolló una tienda temporal en línea con mercadería exclusiva Pilsen. En 2023 salió al aire la segunda temporada del podcast, titulado “Poder de Compas”, en el que se compartieron inspiradoras historias sobre el poder de la amistad en los momentos más desafiantes que vivimos y se invitó al consumidor a acercarse y ser un apoyo para sus compas. |
| **Bavaria:** | el 2023 Bavaria sigue construyendo sobre el territorio de Maestría y Recompensa de una manera más cercana. Comenzó el año apropiándose del verano con Abrí una Bavaria, una campaña que recompensaba esos pequeños y grandes logros que nos acompañan en el día a día. Se desarrollaron las Tardes Bavaria, una plataforma de experiencia a través de la cual sus consumidores disfrutaron de las maravillosas tardes de verano en una experiencia única, con buena música, gastronomía y su Bavaria favorita. En agosto del 2023, BAVAR.IA, el alma detrás del algoritmo, fue el primer concierto que combinó la Inteligencia Artificial con el talento nacional. |
| **Sol y Coors** | **En 2023,** Sol llevó de manera positiva la energía del sol a sus consumidores, siendo parte relevante de sus celebraciones, momentos importantes con amigos y familiares volviéndonos parte importante de su disfrute. Se realizaron activaciones en distintos puntos de venta (PDV) y espacios del On Premise durante el Día de Muertos.  **Coors Light** Coors Light fortaleció el mensaje de que es la cerveza “Hecha Para Refrescar”, esto permitió la construcción y el enfoque las credenciales de frío y refrescancia. Los mensajes de marca fueron dirigidos también hacia el estilo de vida y las pausas que debemos hacer para refrescar el día a día. La marca también se apoderó de fechas relevantes para sus consumidores como el Super Bowl y el día de la cerveza, para promover activaciones. |
| **BAS** | FIFCO mantiene su liderazgo en la categoría de Bebidas Alcohólicas Saborizadas (BAS) en Costa Rica, la cual se ha mantenido en los últimos meses con un alto crecimiento.  **Adán & Eva** una de las marcas más representativas en el segmento mostró un crecimiento a doble dígito en el 2023. **Bamboo y Smirnoff** Ice han tenido un volumen récord de ventas gracias a la preferencia de las personas consumidoras. |

1. **Vinos y destilados**

La Categoría de Vinos inició el 2023 con la campaña “¿Dónde Son?”, una iniciativa multimarca que permitió demostrar que el vino también puede tener un rol protagónico en el verano. Esta Campaña construyó de manera contundente sobre el pilar estratégico de “Reclutar nuevos consumidores” logrando importante interacción con los consumidores más jóvenes con todas las marcas participantes.

Más adelante en el año tuvimos la visita de Cristina Forner González, presidenta del Grupo Marqués de Cáceres de La Rioja, quien forma parte de la cuarta generación de la compañía y su paso por ella es sinónimo de innovación y calidad. Esta visita refuerza la posición de Costa Rica como uno de los mercados importante para la bodega española, muestra de ello es que ocupa el puesto 12 en el rango de países de exportación, que suman actualmente 120 y que a su vez, es la marca española más exportada a nivel mundial. ¡Todo un honor para Costa Rica!

Para finalizar el año tuvimos una nueva edición de Camino del Vino, consolidándose como la feria más importante de Costa Rica y Centroamérica en el sector. Fieles a nuestro objetivo de dar a conocer la cultura del vino, al mismo tiempo que “democratizamos” la categoría y la hacemos más entretenida, cercana y accesible a todo tipo de consumidor, la ocasión sirvió para presentar el portafolio actual y las innovaciones que tiene la categoría para el 2024 a consumidores y a nuestros principales clientes. La feria reunió más de 3.000 asistentes, incrementando las visitas de la edición anterior, rompiendo récord de ventas y nos permitió hacer negocios de la mano de nuestros principales proveedores con nuestros clientes para el próximo período.

1. **Refrescos**

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

Tabla 38 - Principales hitos de categoría refrescos

|  |  |
| --- | --- |
| **Tropical** | La innovación de este año fue Tropical Play en dos sabores: Té Negro Melocotón y Té Blanco Arándanos. Su rol estratégico es reclutar a los consumidores más jóvenes, así como crear una conexión con la marca desde edades tempranas. Con una mejor propuesta para refrescarse antes, durante y después de la diversión. Este producto es reducido en azúcar, enriquecido con Vitamina C, con sabores y antioxidantes naturales, sin preservantes y con una práctica presentación en empaque tetra brik de 200ml, que unido a su diseño atractivo es el complemento perfecto para sus meriendas. Mente Fresca promovió el equilibrio saludable entre las responsabilidades del día a día y los momentos de balance para lidiar de mejor forma con la vida cotidiana. Se logró conectar de mejor manera con nuevos consumidores con mayor foco en la generación de 18 a 24 años. Con la campaña Bajá el Calor, Tropical conectó con sus consumidores a través de uno de sus principales atributos: la refrescancia y devolverles la buena vibra de forma natural. |
| **Energéticos** | **Nuevo JET A.M.** Tiene atributos funcionales ideales para iniciar el día de la mejor manera. Con cafeína equivalente a una taza de café, con jugo de naranja 100% natural y bajo en calorías, logra posicionarse como una excelente alternativa tanto para los consumidores actuales como para aquellos que no consumen bebidas energéticas. **JETCOINS:** Es una moneda virtual que mediante el e-commerce propio de la marca, el consumidor puede acumular y canjear promocionales de la Jet. Esta plataforma logró la activación de 124.000 códigos y recolectar una cifra significativamente alta de datos de los consumidores. |
| **Carbonatadas** | **Pepsi** potenció las ocasiones de consumo de la bebida a través de una estrategia digital disruptiva y retadora, con dinámicas en redes sociales y promociones en punto de venta. Este 2023 Pepsi realizó una promoción masiva de códigos para llevar a “los fiebres” del fútbol a vivir en persona la final de uno de los torneos de futbol con más espectadores y engagement del mundo: la UEFA Champions League. Pepsi retó a las personas a llevar sus experiencias gastronómicas más allá con su campaña Meals, una invitación para aquellos paladares aventureros a explorar calles y sabores. |
| **Gatorade** | Con el objetivo claro de liderar la categoría, Gatorade expandió su portafolio con la innovación de Gatorlyte: un producto que a través de su mezcla especializada de 5 electrolitos provee una rápida  hidratación. Gatorade lanza la exitosa campaña “Sudar es la Gloria”, la cual amplía el target de la marca más allá de los atletas profesionales. Gatorade estuvo presente en los eventos deportivos más relevantes de Costa Rica, como la Maratón de San José, el GF506, Tamarindo Beach Marathon y la icónica carrera San Silvestre. |

### FIFCO USA

En 2023, completó un exhaustivo estudio de operaciones y marca para analizar el traslado de parte de la producción de Labatt de Canadá a sus instalaciones de Rochester. Con base en los resultados del estudio, FIFCO USA comenzará a producir algunas presentaciones de Labatt Blue y Labatt Blue Light en Rochester en la primavera de 2024. Esto ayudará a Labatt a satisfacer la demanda de los consumidores del producto en la temporada de venta de verano.

Tabla 39 - Principales hitos de bebidas FIFCO USA

|  |  |
| --- | --- |
| **Seagram’s Escapes** | El equipo de los EE.UU. introdujo latas de 7,5 onzas de Seagram's Escapes y Seagram's Escapes Spiked para ayudar a estimular las pruebas y la visibilidad disruptiva en la venta al detalle. Las latas se convirtieron inmediatamente en un éxito de ventas. En junio, 6 sabores diferentes de latas de 7,5 onzas se encontraban entre las 12 bebidas de malta saborizadas más vendidas en uno de los principales minoristas estadounidenses. En agosto, el producto se había vendido en 8.000 tiendas de todo el país. Además, las tiendas que vendían latas de 7,5 onzas experimentaron un aumento promedio en las ventas de envases con 12 bebidas variadas.  Spiked, la línea de Seagram's Escapes con mayor contenido de alcohol, también mostró una fuerte tendencia y un buen comportamiento general en 2023. Spiked creció un 6,6% en agotamiento (dólares), un 3,1% en volumen y lideró el crecimiento de la tasa de venta en un 3,1%. |
| **Lipton Hard Iced Tea** | En 2023, la operación estadounidense obtuvo los derechos de licencia para desarrollar y comercializar el té frío Lipton Hard Iced Tea (LHIT). LHIT se presenta en una variedad de refrescantes sabores elaborados con auténtico té frío Lipton. La nueva marca se lanzó en abril con una gran acogida por parte de los consumidores. Los envases variados se enviaron a 10 estados y se ampliaron a 20 a lo largo del año. Los datos de venta al por menor indican un fuerte índice de ventas de la marca, así como de repetición de compras. |
| **Labatt Blue** | 2023 fue un año relevante para nuestras marcas de cerveza. Tanto Labatt Blue Light como Genesee Light superaron los resultados de sus categorías, a pesar del descenso general de la categoría de cerveza a escala nacional.  **Blue y Blue Light** ganaron puntos de cuota significativos tanto en dólares como en volumen a pesar de las limitaciones de suministro durante la temporada de verano. La salud de la marca.  **Labatt** sigue mejorando en los indicadores clave (notoriedad, consideración y consumo. |
| **Genesee** | Experimentó un importante crecimiento en dólares y en volumen. Hasta diciembre de 2023, Genesee ganó puntos porcentuales en dólares y puntos porcentuales en volumen gracias a las tendencias extremadamente fuertes de Genesee Light. **Genesee Specialty** tuvo otro buen año en 2023 impulsado por el regreso de Oktoberfest y Cran- Orange Kellerbier y por el lanzamiento de la nueva Citrus Pils de temporada de invierno.  La Cervecería Genesee, bajo nueva dirección, tuvo dos auditorías exitosas en 2023, incluida una puntuación récord del 95 por ciento del Instituto Americano de Panadería (AIB), |

### Alimentos

En 2023 este segmento enfrentó un aumento importante de costos de materias primas, que fue compensado parcialmente por mayor volumen y precios. El crecimiento del volumen fue de 3%.

Tabla 40 - Principales hitos de la categoría de alimentos

|  |  |
| --- | --- |
| **Ducal** | Ducal expandió su portafolio con la innovación de Frijoles Rojos Ducal con Chorizo y Tocino, una opción de comida lista para consumir. Ducal se introduce a un nuevo segmento de consumo de frijol. La Innovación Frijoles Rojos con chorizo y tocino está disponible en Guatemala, Costa Rica y Nicaragua, con planes de expansión al resto de la región. |
| **Kern’s** | En 2023, Kern’s cambió la imagen de sus empaques para darles uniformidad. Así como el consumidor evoluciona en sus gustos y preferencias, Kern’s se adaptó a las tendencias que marcan la historia de cada generación con una iconografía visual con más naturalidad y modernidad. |

### 

### Florida Retail

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

Alineado con los compromisos ESG, se eliminó el plástico de un solo uso en pajillas, removedores de bebidas y en todas las bolsas de empaque. La bolsa tipo carry se convierte en una de las más amigables con el medio ambiente, al eliminar el plástico de un solo uso para ofrecer una nueva bolsa elaborada a base de fécula de maíz, degradable en un periodo de 6 a 8 meses.

Tabla 41 - Principales hitos de Florida Retail

|  |  |
| --- | --- |
| **Musmanni** | El formato de panaderías retomó el crecimiento al cerrar el 2023 con +29% en ventas versus el año anterior, gracias a su enfoque en competitividad, mejoras en la operación e innovación en productos. A partir de la nueva propuesta de valor de la marca, diseñada el año anterior, se creó la nueva tienda modelo Musmanni 2.0, dibujando el punto de venta del futuro. La meta es lograr la mejor experiencia de compra y consumo con sabor a pan y café del país, por lo que se corrió un piloto en 6 tiendas, registrando valiosos aprendizajes y se implementó de forma inicial en 100 sucursales. **Musmanni Ventanita,** una versión de tienda más pequeña, con surtido limitado y desarrollado para incursionar en barrios y zonas seleccionadas estratégicamente. El año cerró con 8 aperturas de este nuevo modelo, tanto en GAM como en zona rural y se visualiza un gran potencial a futuro, pues este tipo de tienda permite ampliar la huella y velocidad de penetración en diferentes zonas. |
| **Musi** | Luego de una reconversión en 2022, con base en la nueva propuesta de valor, de la totalidad de las tiendas y de una campaña para reposicionar la marca; en 2023 hubo un enfoque en mejorar la penetración en el mercado y en crecer tanto en el GAM (8 tiendas) como en zonas rurales estratégicas (6 tiendas), al mismo tiempo que se mejoraron los indicadores en visitas y tiquete promedio, así como la experiencia de compra a través de consolidar la propuesta de precio justo con servicio rápido y amable. Se creció en transacciones (+15%) y en tiquete promedio (+24%), estos se complementaron con otros ingresos comerciales para cerrar el año con +40% en ingresos totales El año terminó con 14 aperturas y 61 tiendas totales, con una marca que avanza en su proceso de consolidación en el mercado y que cada año que pasa, demuestra por qué Musi es ¡el Mini Super que está en todas! |

### Florida Hospitalidad

Tabla 42 - Principales hitos de Florida Hospitalidad

|  |  |
| --- | --- |
| **Hoteles** | El Hotel Westin Reserva Conchal an All-Inclusive Golf Resort & Spa, y el Hotel W Costa Rica - Reserva Conchal, tuvieron una alta visitación y mantuvieron los altos estándares de calidad para satisfacción de los huéspedes.  Se continuó con el proceso de remodelación del Hotel Westin, se renovó el Centro de Convenciones, habitaciones y áreas públicas del Westin Club, el restaurante Faisanela y el Spa, con los estándares definidos por la marca. El proceso de remodelación continuará durante en el 2024 en su última etapa.  Ambos hoteles lograron un porcentaje de ocupación y una tarifa mayores a las obtenidas durante el 2022, generando resultados récord para el negocio. |
| **Reserva Conchal: proyecto inmobiliario** | Se aprobó la revisión del plan maestro de Reserva Conchal, con la proyección de ventas de producto inmobiliario a 10 años. Se concretó la venta de las parcelas de desarrollo (DPs) Solaris Fase III & IV, Sanara Fase I. Se realizó la comercialización y venta de 17 lotes en el Residencial Sauco, parcela de desarrollo vendida a un tercero y comercializada por Reserva Conchal. Se inició la comercialización de la primera fase del residencial Sanara (propiedad de un tercero) con 20 residencias reservadas. Se vendieron 4 lotes del residencial W Residences. |
| **Golf y Club de Playa** | Durante el 2023 el Club de Playa, operado por Troon International, tuvo una alta visitación, logrando una mejora significativa en sus ventas. Resultados récord para el negocio de Golf, debido al incremento del tráfico de jugadores gracias al excelente estado de conservación y mejoras en la operación. El campo de golf recibió por tercer año consecutivo el premio de “Mejor Campo de Golf de Costa Rica 2023” por parte de World Golf Awards. |
| **RePUBlica Casa Cervecera** | Progreso en la operación de los 3 locales, logrando una mejora en sus ventas en comparación con el año 2022. Utilidad afectada por incremento de costos y gastos. Se preparó un plan de crecimiento para el negocio. |

### Florida Capitales

Tabla 43 - Principales hitos de Florida Capitales

|  |  |
| --- | --- |
| **Cervecería Panamá** | Aumento en volumen y participación de mercado, neto de mayor inversión en mercadeo y gastos de operación. |
| **INCECA – Nicaragua** | Crecimiento de todas las categorías de bebidas con aumento en la rentabilidad. |
| **Comegua** | Menores exportaciones y efecto de reparaciones con menor gasto operativo y financiero. |

### Otros resultados de operación

1. **Calidad e inocuidad**

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

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

El 100% de los productos producidos y comercializados durante el periodo 2023, brindan en sus etiquetas o cajas de empaque información correcta y accesible de acuerdo con la legislación y reglamentación vigente establecida por el Ministerio de Salud de Costa Rica, Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica, los Reglamentos Técnicos de Centroamérica, así como las normas aplicables en cada país de operación.

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

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

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

En el año 2023 todas las plantas de manufactura continuaron trabajando en proteger la salud y seguridad de los consumidores, colaboradores y clientes, garantizando la calidad de los productos y enfocados siempre en la mejora continua.

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

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

1. **Centro de Experiencia 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.

Tabla 44 – Número de reclamaciones por impactos económicos, sociales y ambientales

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tipo de queja** | **2021** | **2022** | **2023** |
| **Productos (consumidores)** | 724 | 732 | 817 |
| **Productos (clientes)** | 194 | 140 | 121 |
| **Mal manejo choferes** | 106 | 98 | 82 |
| **Logística (clientes)** | 165 | 211 | 78 |
| **Daños a la propiedad** | 53 | 51 | 46 |
| **Ambientales** | 2 | 0 | 5 |
| **Contrabando** | 3 | 2 | 2 |
| **Total** | 1247 | 1234 | 1151 |

Durante el periodo 2023 no se registran reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.

Observamos un leve aumento del 10% de casos relacionados con quejas de producto principalmente en el apartado de consumidores, y una disminución del 14% en los casos de clientes.

Por otra parte, FIFCO evalúa sus mecanismos de reclamación a través de seguimientos mensuales que se presentan a los diferentes negocios. Adicionalmente participamos en auditorías internas y externas de este proceso.

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

Estas iniciativas corresponden a una extensión de la excelencia en sus propias prácticas, hacia su cadena de valor. Esto se realiza a través del Programa de Compras Sostenibles, con el que se promueve la mejora continua y la adopción de prácticas que aportan de forma simultánea, a la preservación del medio ambiente y a la competitividad de los proveedores y clientes.

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

Tabla 45 - Iniciativas de Sostenibilidad a lo largo de la cadena de valor

|  |  |
| --- | --- |
| **Compras Sostenibles** | Este programa aplica para toda la compañía, en cada una de sus geografías. Desde el inicio su objetivo central se ha orientado hacia la mejora en el desempeño de nuestros proveedores en los ámbitos económico, social interno, social externo y ambiental, logrando así vincular a esta parte de la cadena de valor con el propósito de la empresa.  El año 2023 alcanzamos la mayor cantidad de proveedores cubiertos desde 2019, logrando una cobertura en todas las unidades de negocio de 352 proveedores. Para el año 2023, el 71% de todos los proveedores obtuvieron notas superiores a 80, lo que representa un aumento del 13% en comparación con el año 2022. |
| **Clientes Sostenibles** | A partir del 2020, se modificó el enfoque del Programa de Clientes Sostenibles de la mano del área de excelencia comercial y el desarrollo del Canal On Premise, por medio de la colaboración en la plataforma FIFCO Asesoría, donde los clientes tienen acceso a material relevante en temas ambientales, sociales y desarrollo de negocio.  En el año 2023 se logró incluir nuevo contenido para la plataforma Florida Asesoría, integrando capacitaciones en temas de sostenibilidad de modo que los clientes puedan acceder a ellos y capacitarse de manera autónoma. |

## Resultados de Operación - Dimensión Social Interna

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

### AstroDesarrollo

En 2023 se hizo el lanzamiento interno del nuevo programa AstroDesarrollo, cuyo objetivo es garantizar el desarrollo continuo y prosperidad interna de las personas colaboradoras, en especial quienes están en situaciones de vulnerabilidad.

* Alineado con la meta ESG no. 7 para el 2027: “Reducir en un 50% el porcentaje de colaboradores en pobreza multidimensional
* Se redujo el Índice de Pobreza Multidimensional (IPMe) en un 1,56%, alcanzando un 9.52% al cierre del 2023 con el 11.08% registrado en 2022. Este esfuerzo resultó en la mejora de la situación de 44 hogares, contribuyendo significativamente a nuestros objetivos.
* Como parte de las estrategias para el desarrollo multidimensional en Hospitalidad ejecutamos acciones en ámbitos como: educación, salud, vivienda y aseguramiento, que permitieron reducir en 2,79% la incidencia de pobreza multidimensional en colaboradores y sus familias durante los primeros 6 meses de implementación.
* Se formaron grupos de lecciones presenciales para finalización de 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 familiar

### Derechos Humanos, Diversidad e Inclusión

FIFCO trabajó en una estrategia para los próximos años con un foco común en el compromiso de fortalecer la presencia de mujeres en puestos de liderazgo y con particularidades de acuerdo con cada geografía. Se fundamenta en el valor de las perspectivas diversas, que son aportadas por las personas desde su valor único de diversidad, siendo el modelo de liderazgo de la empresa la plataforma sobre la que se desarrolla la propuesta.

Destacan las siguientes acciones:

* En Costa Rica por octavo año consecutivo la empresa firmó la Declaración de San José, comprometiéndose a trabajar a favor de los Derechos Humanos de las personas LGTBIQ.
* Guatemala se desarrolló el programa “Sin Límites” centrado en la inclusión de personas con discapacidad auditiva. Facilitó el proceso de reclutamiento incorporando elementos como lenguaje de señas y permitió la contratación de algunas personas con discapacidad auditiva en áreas como: comercial, producción y bodegas. La iniciativa ha sensibilizado a la población sobre la integración de personas con diferentes capacidades y desarrollo de nuevas formas de comunicación.
* En Estados Unidos, se impartieron talleres de “Inclusión Consciente” a gerentes y supervisores. A través de actividades interactivas y discusiones grupales, los participantes han profundizado su comprensión sobre los sesgos inconscientes, la importancia de la autoconciencia para eliminar prejuicios y el valor de promover un ambiente de trabajo acogedor e inclusivo.

La empresa está explorando nuevas formas de promover la diversidad y la inclusión en todas sus operaciones. 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.

### Alineamiento Organizacional

Durante el 2023, se trabajó en programas para asegurar una actualización constante de los conocimientos técnicos necesarios. Asimismo, se implementaron programas orientados a fortalecer capacidades transversales como el uso de analítica de datos, el liderazgo holístico, las habilidades digitales y la gestión del cambio.

Potenciamos el aprendizaje digital, mejorando la experiencia en plataformas como UFIFCO e incorporando nuevos contenidos que se complementan con programas presenciales enfatizando en un enfoque práctico.

Se reforzaron elementos de la cultura como el propósito de la organización, los principios guía y el modelo de liderazgo, elementos clave que definen la identidad corporativa.

Uno de los temas destacados durante el periodo, fue el despliegue de la nueva estrategia de FIFCO para los próximos 5 años. Mediante talleres participativos se compartió con líderes y mandos medios la nueva visión y los elementos claves que la organización enfatizará durante los próximos años. Los espacios inspiraron y profundizaron en la dirección de la empresa a través de un diálogo abierto y participativo enfocado en los elementos que potenciarán el crecimiento de FIFCO.

### Teletrabajo y trabajo híbrido

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

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

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

### Gestión del Talento

En el 2023 se obtuvieron los siguientes logros:

* Se continúan reforzando las habilidades en la organización para integrar la gestión del cambio en los diferentes proyectos e iniciativas. Esto garantiza que las capacidades necesarias estén presentes en todos los niveles, desde la concepción hasta la implementación de proyectos, y se le dé vida a través de los mismos miembros de cada equipo.
* se lanzó un curso virtual sobre la metodología de cambio de FIFCO. Este se reforzó a través de diferentes iniciativas prácticas. Por ejemplo, en Guatemala se completó un programa Agentes Delta, donde un grupo de colaboradores de diferentes áreas aprendieron la metodología que aplicaron a 18 proyectos distintos diferentes áreas como canal abierto, info comercial, talento, trade marketing,crédito y manufactura.
* En Costa Rica se impartió un taller práctico dirigido a personas de diferentes áreas en el cual a partir de casos se diseñaron planes de cambio para proyectos, especialmente de las áreas de manufactura y comercial.
* Además, 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.

Tabla 46 - Horas de capacitación impartidas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nivel** | **2021** | **2022** | **2023** |
| **Operativo** | 22,849 | 41,013 | 59,326 |
| **Profesional** | 8,521 | 19,792 | 13,453 |
| **Gerencial** | 6,482 | 4,175 | 8,700 |
| **Total** | **37,852** | **64,980** | **81,480** |

### FIFCO Segura

Sabiendo que uno de los retos más importantes es lograr una verdadera humanización implícita en los entornos de trabajo, FIFCO mantiene una estrategia dirigida hacia el cuidado de sus colaboradores en línea hacia lo que organizacionalmente llamamos “Seguridad Primero”

En el 2023 se afianzó la cultura de seguridad por medio de capacitaciones, programas y campañas, así también se trabajó de la mano del área de Salud, impulsando la salud preventiva con el programa de Estar Bien.

En este periodo y en las diferentes geografías y operaciones, se desarrollaron diversas campañas.

Principales Logros:

* Comunicación constante a nivel corporativo para generar conciencia y reforzamiento positivo hacia todos los niveles de la organización.
* Celebración corporativa del día internacional de la Salud y Seguridad en el Trabajo.
* Incentivar el reforzamiento de la cultura en Seguridad bajo una metodología más lúdica.
* Consolidación del Pilar de Safety Corporativo en el área de bebidas y alimentos.
* Avance en la implementación del programa del Sistema Contra Incendios, con una reducción del riesgo inherente en un 8,9% sobre el riesgo residual en el área de bebidas y alimentos.
* Trabajo constante en capacitaciones para nuestros colaboradores en temas como tareas críticas (trabajos en altura, caliente, espacios confinados, LOTOTO), brigadas, uso de equipo protección personal, uso de montacargas, manejo de amoniaco y CO2 (en planta cerveza), manejo defensivo, manejo manual de cargas, reglas que salvan vidas, etc.

.

## Resultados de Operación - Dimensión Social Externa

Durante el 2023, gracias al trabajo de todas nuestras personas colaboradoras y públicos aliados se alcanzó la meta del millón de horas de voluntariado

Los programas de voluntariado estuvieron orientados a temas ambientales y sociales. Por otro lado, se tuvo importantes avances en materia de consumo inteligente, mejorando los niveles de azúcar presente en bebidas y el consumo responsable de bebidas alcohólicas entre los mayores de edad.

Durante el 2023 4.46% de las utilidades fueron destinadas a inversión social.

### Consumo Inteligente Integral

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

Tabla 47 - Agendas de Consumo Inteligente Integral

|  |  |
| --- | --- |
| **Plataforma Virtual Vida Saludable FIFCO-MEP** | E-learning Vida Saludable: Impactó a 7.980 personas adolescentes impactadas a la fecha, durante el periodo 2020- 2023 y 4 261 que terminaron con éxito. Esta plataforma contiene un  módulo de prevención de alcohol en la adolescencia. Esta iniciativa recibió tres premios durante este año 2023. Stakeholder Ministerio de Educación Pública bajo el convenio FIFCO – MEP |
| **Fortalecimiento del portafolio de bebidas y alimentos más nutritivos** | A través del liderazgo y coordinación del Departamento de Innovación de FIFCO Rocket, se generaron más de 50 innovaciones segmentadas en nuevos productos (este año incluso nueva categoría propia: destilado Bamboo Guaro), reformulaciones y expansiones geográficas. |
| **Azúcar (Bebidas)** | Una bebida de FIFCO tiene en promedio 10,34 g de azúcar por porción de 250ml (acumulado anual 2023). 220 toneladas de azúcar menos utilizadas en 2023 vs 2022 en nuestros productos.  . |
| **Grasa y Sodio** | Disminución de Sodio en Alimentos IAK  Para el 2023 se ha alcanzado una reducción del 12% de sal en en la receta de frijoles molidos que se traduce en una reducción del 11% en sodio. |
| **Patrón de consumo de alcohol (Costa Rica)** | 50% de las personas adultas dijeron haber consumido un trago en el último año. La frecuencia de consumo bajo en un 3% vs el año anterior. Hoy en día el consumidor promedio toma 2,24 días por semana y la cantidad de consumo por ocasión es de 6,51 |

### 

### Programa de Formación Dual

El programa de Formación Dual en Reserva Conchal cumplió este 2023, 9 años de ejecución continua, siendo así no de los programas más consolidados de formación dual a nivel nacional. Esta estrategia que permite a las poblaciones “aprender haciendo” duplicó la cantidad de grupos en formación, lo que permitió una matrícula de más de 50 jóvenes de distintas comunidades tanto en el programa de: Operaciones de Asistencia en Alimentos y Bebidas como en el programa “Operaciones de asistencia en la cocina”.

Más del 50% de los estudiantes fue contratado incluso antes de finalizar su formación profesional técnica, lo que mantiene a este como una fuente importante de empleabilidad para el resort.

Se implementaron los siguientes programas:

* **Educación dual en administración de puntos de venta**: Se desarrolló entre los meses de octubre del 2022 y febrero del 2023, e incluyó contenidos relacionados a los procesos administrativos y operativos de un punto de venta, tales como la atención al cliente, preparación de productos, el manejo de inventarios, sumados a las competencias laborales tales como trabajo en equipo, responsabilidad, enfoque a la calidad y puntualidad, entre otros.
* **Programa educación dual en técnico en procesos productivos:** Contó con 3 módulos de aprendizaje con una duración de 683 horas de entrenamiento ejecutadas desde una metodología dual en la que los estudiantes ponen en práctica los conocimientos adquiridos en el aula en la realidad de una planta de producción.
* **Alianza con Universidad McGill:** Esta alianza permitió aplicar herramientas innovadoras de análisis de datos e inteligencia artificial en beneficio de proyectos relacionados a la sostenibilidad, con énfasis en esta primera etapa, en la conservación de las poblaciones de Mono Congo (Allouata palliata)
* **Programa Bilingüismo:** Se reforzó el programa de bilingüismo en alianza con CEN-CINAI y Universidad Latina, abarcando el primer CEN-CINAI del área metropolitana en La Uruca con este programa.

### Programa de Voluntariado Elegí Ayudar

El programa “Elegí Ayudar” es el brazo ejecutor de iniciativas sociales y ambientales de FIFCO a nivel de voluntariado. Es el mecanismo a través del cual los colaboradores viven la sostenibilidad de primera mano. Se ejecuta en Costa Rica, Guatemala y Estados Unidos.

Este programa se gestiona en los tres países donde operamos. Con 16 años de haber sido lanzado y siendo pionero en Costa Rica y Guatemala, en el 2023 se superó el millón de horas de voluntariado gracias a los efuerzos de nuestros colaboradores, inversionistas, proveedores y consumidores.

Vamos más allá de contribuir filantrópicamente y de mitigar nuestras huellas operativas, fomentando el voluntariado en conjunto para trabajar con fines benéficos centrándonos en la inversión social en nuestras comunidades y contribuyendo a causas nacionales y globales de una forma estratégica. Esto lo hacemos a través de tres principales iniciativas que aportan a 12 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

### Agenda de Sostenibilidad basada en la gobernanza.

La gobernanza se convierte en un pilar de nuestra 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

. Los siguientes son los pilares del programa:

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

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 oberturas financieras
* Modelo de gestión de riesgo no financiero y continuidad del negocio.

Nuestros avances en 2023 Los esfuerzos de riesgo se enfocaron en trabajar tanto en planta cerveza como en planta refrescos (se cuenta con un plan de expansión estratégico para los siguientes procesos o sites que se debe ejecutar en los siguientes años). Como parte de nuestro alineamiento al modelo ESG, el concepto de riesgos lo hemos ido evolucionando a un modelo de GRC (gobernanza, riesgos y cumplimiento) y todo el proceso de gestión del cambio ha girado en torno a este concepto.

* **Ciberseguridad:** En 2023 con el nacimiento de Escudo Colectivo dimos un paso significativo en el fortalecimiento de la seguridad digital con la introducción de una nueva política y lineamientos de ciberseguridad. Las nuevas políticas de ciberseguridad de FIFCO establecen un estándar estricto para proteger la información en línea. Al hacer un involucramiento integral, nos aseguramos de que cada parte asuma la responsabilidad de proteger la integridad de la cadena digital. En un contexto de amenazas cibernéticas crecientes, esta iniciativa es crucial. Implementamos nuevos controles y brindamos nuevas capacidades de protección. La meta es la excelencia y ya hemos recorrido un largo tramo en este trayecto, cada persona en nuestra organización se convierte en un valioso contribuyente para alcanzar la cumbre de la seguridad
* **Estrategia Climática**: Desde la adopción del modelo de triple utilidad y producto del compromiso carbono positivo, FIFCO ha venido trabajando en la mitigación de las emisiones que las operaciones generan en la atmósfera y que son reconocidos como los gases de efecto invernadero que generan el cambio climático. A partir del 2022 se integró el componente de mitigación dentro de la estrategia, considerando la perspectiva de gestión; durante el 2023 se agregaron los elementos de -la acción climática en la política ambiental corporativa en la política ambiental corporativa, robusteciendo la estrategia para abordar y administrar de manera sistemática los riesgos climáticos. De este enfoque de política y estrategia de acción climática, se derivan los planes, programas y proyectos enfocados en alcanzar la condición de resiliencia climática requerida para la continuidad de las operaciones de FIFCO.
* **Continuidad del negocio**: En el 2023, 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. El mismo se basa 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”.
    - 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.
* **Trasparencia en impuestos**: La transparencia es un pilar fundamental en FIFCO, dar claridad sobre las responsabilidades tributarias es parte de su estrategia de Triple Utilidad y su compromiso con sus accionistas y demás públicos de interés.

Durante el 2023 se continúa trabajando bajo los estándares GRI 207, Fiscalidad (Tax) 2019.

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

### Ética y Transparencia

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

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

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

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

FIFCO, es respetuosa de la legalidad de los países donde opera. Por lo cual constantemente efectúa capacitaciones que ayuden a su personal a entender y respetar las normas que regulan su actuar. Distribuidora La Florida S.A. está especialmente comprometida con el cumplimiento de las reglas que regulan la competencia sana en el mercado costarricense. Durante el periodo 2023 en coordinación con el área de Comunicaciones y por medio de FIFCO NEWS se hizo un refrescamiento en Costa Rica, Guatemala, El Salvador y México de los canales de denuncia disponibles y una guía para establecer los diferentes tipos de denuncias.

## Resultados de Operación - Dimensión Ambiental

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

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

### Uso de materiales

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

Los principios base de la economía circular están incorporados dentro de su cadena de valor:

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

### FIFCO Circular

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

Se mide el grado de circularidad y su potencial de mejora, mediante el 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 y productos, considerando el origen de los elementos, su durabilidad, el destino y la eficiencia de su transformación. Se busca comprender la transición de los principales productos, al pasar de un modelo lineal a uno circular, brindando un dato medible y comparable en el tiempo para responder a la pregunta: ¿Qué tan circular es FIFCO?

La medición realizada en 2023 cerró en 61%, alcanzando así la meta número 3 planteada a 2027 “Mejorar nuestro índice de circularidad”. El reto hacia los próximos años es mantener la constancia en la implementación de buenas prácticas con el objetivo de continuar aumentando el indicador.

### Desechos Post Consumo

El programa es considerado uno de las más exitosos en Costa Rica y esto es gracias al gran trabajo en equipo que realiza toda la compañía, iniciando con la junta directiva, que orienta la estrategia en la dimensión ambiental, la dirección que dispone los recursos necesarios para seguir con la estrategia, la gerencia al redoblar esfuerzos para cumplir con los objetivos establecidos y el personal operativo, quienes están al frente de “la batalla”.

Adicionalmente, hay un departamento exclusivo que se dedica a buscar soluciones innovadoras, planificar y ejecutar acciones de mejora continua de los procesos de recolección.

El Programa de Reciclaje de Envases Post Consumo de FIFCO en el 2023 recupero el 120% de envases plásticos colocados en el mercado. Este porcentaje de recuperación se debe a nuestra responsabilidad de recolectar todo tipo de envases, sin discriminar si pertenece o no a alguna de nuestras marcas. Además, cerramos con la meta de un 94% de recuperación global en otros materiales, que de igual forma se gestiona a través del programa de recolección de envases post consumo.

### Programa de Reciclaje Post Industrial y Estrategia Cero 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. Los gestores deben cumplir con las leyes aplicables según el país de operación, así como garantizar la gestión adecuada de los residuos que le son entregados. La recolección de información de los residuos puede provenir de las siguientes fuentes:

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

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

Las operaciones de Distribuidora La Florida presentan una valorización del 99% o más de sus residuos. Gracias a ello, se cuenta con la certificación ZERO WASTE TO LANDFILL, la cual se gana obteniendo menos de un 1% de residuos dirigidos al relleno sanitario. Esta certificación además califica la responsabilidad legal de cada empresa que quiera ganarla, ya que se debe contar con gestores autorizados, entrega de certificados de disposición o destrucción del material, una correcta trazabilidad, desde la generación hasta la disposición final.FIFCO Retail, Costa Rica.

En el caso de Retail, desde el 2018 se mantienen sin reportar envíos de residuos al relleno sanitario de forma directa, es decir, un proceso real de Cero Residuos. Esto se logra por medio de la correcta separación desde la fuente, basada en toma de conciencia de parte de todos los colaboradores y procesos productivos en la planta de manufactura.

### Portafolio de envases sostenibles

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

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

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

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

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

### Agua y saneamiento

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

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

1. Medición: El 100% del agua que se utiliza en todos los procesos de FIFCO se mide y se controla a lo largo del año, incluso el nivel de detalle de medición se ha ido afinando con los años, con el fin de identificar aquellas oportunidades de reducción de consumo y de optimización que permitan hacer el uso más responsable de este valioso recurso. Las fuentes de agua que se utilizan en las instalaciones de bebidas y alimentos en Centroamérica y USA, el negocio de Retail y de Hospitalidad en Costa Rica provienen primordialmente de fuentes subterráneas. En las operaciones de bebidas en Costa Rica, se utiliza agua de manantiales para los productos, subterránea para los procesos productivos, y por último, suministro de acueductos y agua de lluvia para algunos centros de distribución y áreas administrativas. En el caso de IAK (Guatemala) el 100% de las fuentes son de origen subterráneo. Hospitalidad divide su extracción entre agua subterránea y aprovechamiento de agua de mar, mientras que en el caso de las operaciones de panificación de FIFCO Retail y FIFCO USA, el agua es provista por el acueducto local.
2. Control y reducción: Los indicadores y metas de cada periodo se establecen con base en las proyecciones de comportamiento y el histórico de años anteriores, por eso 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 operación.
3. Compensación: Se mantiene el proceso de compensación externa mediante la protección de cuencas hidrográficas a través del mecanismo de Pagos por Servicios Ambientales (PSA’s) del Fondo Nacional de Financiamiento Forestal (FONAFIFO). Esta cuantificación es verificada anualmente por el Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica. Adicionalmente y como otro mecanismo que contribuyen a la mitigación de consumos, FIFCO desde el 2015 participa del primer fondo de agua en Costa Rica denominado Agua Tica.
4. Agua Positiva: Luego de lograr una huella hídrica neutra gracias al mecanismo de compensación, FIFCO decide realizar un esfuerzo adicional y llegar al valor positivo. Esto se alcanza por medio de los proyectos de fijación de agua con la finalidad de devolver más agua al sistema hídrico de la que toma de este. Hay dos proyectos de fijación de agua: Cuenca alta del Barva y Península de Osa.

Saneamiento: Actualmente no hay operaciones en países con ausencia de regulación en este tema, ni se hacen vertidos de aguas en zonas con estrés hídrico. Los sistemas de tratamiento de agua residual de todas las instalaciones se encuentran en operación continua.

### Energía, emisiones y carbono positivo

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

1. **Energía eléctrica**

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

* FIFCO Costa Rica: Matriz energética basada en más del 99.3% en energía renovable.
* FIFCO Centroamérica 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, uno de los estados con mayor generación de energía eléctrica proveniente de fuentes renovables en los Estados Unidos.

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

Para este período el área de manufactura de la Planta de Retail mantuvo la certificación ISO 50001. Y Se obtuvo un resultado de “0 No conformidades” para el sistema de gestión tanta en auditorías internas como externas. Esto evidencia acciones oportunas en todo nivel e integración de las áreas operativas y de gestión.

1. **Energía térmica**

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

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

A nivel de resumen, con respecto al consumo de energía total de las operaciones de FIFCO de bebidas y alimentos en Centroamérica, para el período 2023, se tiene una disminución en el indicador de energía promedio (térmica y eléctrica), pasando de 0,67 a 0.62 GJ / unidad producida, debido a la eficiencia mostrada en AIK y Retail según se comentó anteriormente.

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

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

De estas tres unidades de negocio FIFCO Retail y FIFCO Hospitalidad con los Hoteles Westin y W, alcanzaron en el 2022 el estatus de Carbono Neutral Plus, del Programa País de Carbono Neutralidad 2.0 del Gobierno de Costa Rica como resultado del cálculo de huella de carbono organizacional.

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

### Certificaciones ambientales y otros reconocimientos

Todos los procesos que se encuentran bajo un estándar de certificación se basan en la ejecución sistemática de acciones bajo el marco de mejora continua. Esto conlleva a establecer una serie de 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, auditorias y revisiones por la Alta Dirección.

Respecto al periodo anterior, se mantienen todas las certificaciones ambientales

### Quejas, denuncias y sanciones

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

### Biodiversidad

Por el uso indiscriminado de los recursos naturales de parte de las acciones humanas, poniendo en riesgo la supervivencia de muchas especies y la capacidad de adaptación de la naturaleza. Es urgente tomar medidas para conservar y restaurar la biodiversidad, como una forma de garantizar la supervivencia de todas las formas de vida. Tomando esta premisa, parte de los principios de FIFCO, es ser un referente en la producción sostenible y en armonía con la naturaleza. Los esfuerzos se enfocan en invertir en iniciativas y procesos que además de reducir o compensar el impacto en los recursos naturales, promueva la conservación.

Las iniciativas enfocadas en la protección de la biodiversidad en sus áreas y operaciones de influencia y sus estrategias incluyen: Las áreas verdes de Planta Cerveza y Planta Refrescos, pertenecen al Corredor Biológico Interurbano (CBI)- Cubujuquí. El proyecto es la restauración de hábitats naturales urbanos, su objetivo es regenerar las áreas verdes de las plantas productivas para que funcionen como refugios climáticos para las especies de la zona de influencia del CBI y, a su vez, brinden conectividad entre otras áreas naturales para su traslado. Como primera actividad, se realizó un conteo de aves navideño en las instalaciones, encontrando 35 especies, incluyendo aves migratorias. Los datos fueron ingresados en la base de datos de la Sistema Nacional del Áreas Protegidas (SINAC) y en las bases de datos de la Universidad de Cornell, USA.

Durante el 2023 Reserva Conchal destina el 4% del área total de su propiedad para formar parte del Refugio Nacional de Vida Silvestre Mixto Conchal. A lo largo del año se realizan labores por salvaguardar el bienestar de su ecosistema de manera que se den procesos de regeneración natural importantes para el bosque tropical seco transición a húmedo. En 2023 se invirtió en la protección de 700 ha por medio del programa nacional de Pagos por Servicios Ambientales-PSA, coordinado por el Fondo Nacional de Financiamiento Forestal- FONAFIFO y por medio de la iniciativa de Agua Tica, el primer Fondo de Agua del país, gestionado por Fundecor y del cual FIFCO es constituyente desde sus inicios en el 2018.

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, Word

Descripción generada automáticamente

# Capítulo 5.

# Directores, personal gerencial y empleados

La Junta Directiva de la empresa está compuesta por 7 miembros, los directores fueron electos según acuerdo tomado en Asamblea General Ordinaria de Accionistas celebrada el 19 de marzo de 2023 por el periodo del 01 abril del 2024 al 31 de marzo del 2026. A continuación, información de cada director, así como su fotografía:

Ilustración 1 - Junta Directiva vigente

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

Descripción generada automáticamente**

Tabla 48 - Junta Directiva vigente hasta el 31 de marzo 2026

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

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

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

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

## Personal Gerencial

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

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

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

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Gabriel Ramírez Loría**  Director Corporativo de Mercadeo |  |
| Nacionalidad: Costarricense  Año de nacimiento: 1988  Ingreso: 01 de octubre del 2010 |

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

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

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

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

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Fabrizio Papaianni Martínez**  Director de Auditoría y Cumplimiento |
| Nacionalidad: Colombiano  Año de nacimiento: 1969  Ingreso: 10 de enero 2011 |

### Representación Judicial y Extrajudicial

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

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

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

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

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

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

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

Tabla 49 - Paquete compensación ejecutiva

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Rubro** | **En millones de colones** | |
| **2022** | **2023** |
| Salario base | 17.003 | 16.804 |
| Bonificación ejecutiva | 5.158 | 3.050 |
| **Total** | **22.161** | **19.854** |

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

Tabla 50 - Acciones adjudicadas y traspasadas

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Periodo** | **Cantidad adjudicada** | **Cantidad traspasada** | **No utilizadas** | **Saldo** | **Fecha valor** | **Vencimiento final** |
| 2021 | 95.050 | 38.829 | 36.401 | 19.820 | 31 diciembre de 2020 | 31 de diciembre 2024 |
| 2022 | 1.406.633 | 26.441 | 113.264 | 832.264 | 31 diciembre de 2021 | 31 de diciembre 2025 |
| 2023 | 1.340.945 | 258.872 | 46.578 | 1.035.495 | 31 diciembre de 2022 | 31 de diciembre 2026 |
| Total | 2.842.628 | 758.806 | 196.243 | 1.887.579 |  |  |

## Personal

FIFCO emplea directamente a 5.554 personas entre personal de planta, distribución, administración y servicio, ya sean fijos, temporales o de medio tiempo. Adicionalmente, miles de personas trabajan en empresas que directa o indirectamente se relacionan con la Compañía.

Tabla 51 - Distribución del personal por país

|  |  |
| --- | --- |
| **País** | **Colaboradores** |
| Costa Rica | 4.140 |
| Estados Unidos | 762 |
| Guatemala – El Salvador-México | 652 |
| **Total, Empleados** | **5.554** |

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

Tabla 52 - Porcentaje de colaboradores afiliados a Asociaciones Solidaristas

|  |  |
| --- | --- |
| **Asociación Solidarista** | **Porcentaje de Colaboradores** |
| Asociación Solidarista de Empleados de Reserva Conchal y Afines  (ASORESERVA) | 69,00% |
| Asociación Solidarista de Empleados de Panificadora Nacional  (ASEPAN) | 71,82% |
| Asociación Solidarista de Empleados de Florida Ice & Farm Co., S.A. y Afines (ASOFLORIDA) | 64,00% |

## 

## Participación social de directores, personal gerencial y empleados

Al 31 de diciembre de 2023, los empleados de FIFCO a través de la Asociación Solidarista de Empleados (ASOFLORIDA, S.A.) tienen una participación de 0.41% del capital accionario total.

Por su participación directa en acciones de FIFCO, los miembros de la Junta Directiva poseen en su conjunto una participación del 0.13% del capital accionario total.

En lo que se refiere al personal gerencial de la Compañía su participación es de 0.3% del capital accionario total.

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

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



# Capítulo 6.

# Participaciones significativas y transacciones con partes relacionadas

## Participaciones significativas

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

## Transacciones con partes relacionadas

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

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

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

Tabla 53 - Saldos con partes relacionadas

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Saldos** | **31-dic** | **31-dic** |
| **(En millones de colones)** | **2022** | **2023** |
| ***Por cobrar:*** | | |
| Compañía Cervecera de Nicaragua S.A. | 706 | 1.114 |
| Heineken Internacional, BV | 221 | 134 |
| Compañía Distribuidora Nicaragua, S.A. | 340 | 262 |
| H.A. Logística de Carga, S.A. | 42 | 3 |
| Vidriera Centroamericana, S.A. | 52 | 0 |
| **Total** | **1.361** | **1.513** |
| ***Documentos por cobrar*** | | |
| Cervecería Panamá, S.A. | **5.622** | **5.269** |
| ***Por pagar:*** | | |
| Vidriera Centroamericana, S.A. | 566 | 93 |
| H.A. Logística de Carga, S.A. | 506 | 977 |
| Compañía Cervecera de Nicaragua, S. A. | 395 | 236 |
| Vidriera Guatemalteca, S.A. | 371 | 0 |
| Heineken Internacional, BV | 193 | 42 |
| Compañía Distribuidora Nicaragua, S.A. | 99 | 51 |
| Jiménez Blanco y Quirós, S.A. | 25 | 42 |
| **Total** | **2.155** | **1.441** |

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

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

Tabla 54 - Transacciones con partes relacionadas

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Transacciones (En millones de colones)** | **Por el periodo de doce meses terminado al 31 de diciembre** | **Por el periodo de doce meses terminado al 31 de diciembre** |
| **2022** | **2023** |
| ***Compras de envases y producto:*** | | |
| Vidriera Centroamericana, S.A. | 10.429 | 7,225 |
| Heineken Internacional, BV | 1,609 | 578 |
| Compañía Cervecera Nicaragua, S.A. | 3.616 | 1.609 |
| Vidriera Guatemalteca S.A. | - | 3,770 |
| **Total** | **15.654** | **12,453** |
| **Ingreso por venta de producto** | | |
| Heineken Internacional, B.V. | 2.551 | 2,459 |
| Compañía Cervecera de Nicaragua, S.A. | 5.372 | 9,666 |
| Compañía Distribuidora de Nicaragua, S.A. | 3.130 | 3,643 |
| Cervecería Panamá, S.A. | 323 | 14 |
| **Total** | **11.376** | **15,782** |
| ***Ingreso por intereses:*** | | |
| Cervecería Panamá, S.A. | **323** | **287** |
| ***Reintegro de gastos:*** | | |
| Heineken Internacional, B.V. | **292** | **200** |
| ***Dividendos recibidos:*** | | |
| Inversiones Cerveceras Centroamericanas, S.A. | 11.696 | 10,125 |
| Empresas Comegua, S.A. | 3.292 | 3,400 |
| **Total** | **14.988** | **13,525** |
| ***Gastos por servicios:*** | | |
| H.A. Logística de Carga, S.A. | 3.240 | 4,105 |
| Jiménez Blanco y Quirós, S.A. | 489 | 427 |
| Compañía Distribuidora de Nicaragua, S.A. | 500 | 311 |
| Heineken Internacional, B.V. | 181 | 828 |
| Compañía Cervecera Nicaragua, S.A. | 220 | 719 |
| **Total** | **4.630** | **6,390** |

Fuente: Estados Financieros Auditados al 31 de diciembre 2023.



# Capítulo 7.

# Información financiera

## Anexos al prospecto

* Estados Financieros Consolidados Auditados 2021
* Estados Financieros Consolidados Auditados 2022
* Estados Financieros Consolidados Auditados 2023
* Calificación de Riesgos

## Periodicidad de la información a los inversionistas

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

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

Logotipo, nombre de la empresa

Descripción generada automáticamente

1. Fuente: Share of Market AC Nielsen, Enero-Diciembre 2022. [↑](#footnote-ref-2)
2. Las variaciones que se muestran en esta sección corresponden al comparativo 2021 vs. 2022 vs. 2023. [↑](#footnote-ref-3)
3. Al 31 de diciembre de 2023 y 2022, se utilizaron los tipos de cambio de ¢526.88 y ¢601,99 por US$1,00, respectivamente, para valorar los activos y pasivos monetarios denominados en moneda extranjera. [↑](#footnote-ref-4)
4. Contempla: Personas Físicas Extranjeras Residentes, Personas Físicas Extranjeras No Residentes y Personas Jurídicas Extranjeras [↑](#footnote-ref-5)