Botella de cerveza

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.Dibujo 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: 15 DE MAYO DEL 2025

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](#_Toc198221352)

[Florida Ice and Farm Company, S.A, 2](#_Toc198221353)

[Emisiones inscritas y autorizadas por la Superintendencia General de Valores 2](#_Toc198221354)

[**Notas importantes para el inversionista** 3](#_Toc198221355)

[Tabla de contenido 4](#_Toc198221356)

[Índice de Cuadros 7](#_Toc198221357)

[Índice de ilustraciones 8](#_Toc198221358)

[Capítulo 1. 9](#_Toc198221359)

[Información sobre las emisiones, la oferta e identificación de los directores, gerentes y asesores involucrados con el proceso de oferta pública 9](#_Toc198221360)

[1. Información sobre las emisiones 10](#_Toc198221361)

[1.1. Emisiones de Deuda 10](#_Toc198221362)

[1.2. Emisión de Acciones 19](#_Toc198221363)

[2. Identificación de los directores, gerentes y asesores involucrados con el proceso de oferta pública 23](#_Toc198221364)

[Capítulo 2. 24](#_Toc198221365)

[Información esencial 24](#_Toc198221366)

[1. Factores de riesgo que afectan a la emisión y a la empresa 25](#_Toc198221367)

[**2.** **Análisis de indicadores financieros** 33](#_Toc198221368)

[2.1. Índices de liquidez 33](#_Toc198221369)

[2.2. Índices de rentabilidad 35](#_Toc198221370)

[2.3. Índices de actividad 37](#_Toc198221371)

[3. Endeudamiento y capitalización 41](#_Toc198221372)

[3.1. Endeudamiento 41](#_Toc198221373)

[3.2. Capitalización 42](#_Toc198221374)

[4. Contingencias (al 31 de diciembre de 2024) 43](#_Toc198221375)

[5. Compromisos (al 31 de diciembre de 2024) 44](#_Toc198221376)

[Capítulo 3. 45](#_Toc198221377)

[Información sobre la empresa emisora 45](#_Toc198221378)

[1. Historia y desarrollo de la empresa 46](#_Toc198221379)

[1.1. Constitución 46](#_Toc198221380)

[1.2. Breve reseña histórica 46](#_Toc198221381)

[1.3. Actividad 49](#_Toc198221382)

[1.4. Principales competidores 50](#_Toc198221383)

[2. Visión general del negocio 50](#_Toc198221384)

[2.1. Subsidiarias de FIFCO 50](#_Toc198221385)

[2.2. Estructura organizativa 51](#_Toc198221386)

[2.3. Propiedades, planta y equipo 52](#_Toc198221387)

[2.4. Empleo y riqueza para los países en los que opera 55](#_Toc198221388)

[Capítulo 4. 57](#_Toc198221389)

[Resultados de operación y financieros e información prospectiva 57](#_Toc198221390)

[1. Resultados de Operación - Dimensión Económica 58](#_Toc198221391)

[1.1. Florida Bebidas y Alimentos 59](#_Toc198221392)

[1.2. FIFCO USA 64](#_Toc198221393)

[1.3. FIFCO MEXICO 65](#_Toc198221394)

[1.4. FIFCO República Dominicana 66](#_Toc198221395)

[1.5. Florida Retail 66](#_Toc198221396)

[1.6. Florida Hospitalidad 67](#_Toc198221397)

[1.7. Florida Capitales 68](#_Toc198221398)

[1.8. Otros resultados de operación 69](#_Toc198221399)

[2. Resultados de Operación - Dimensión Social Interna 71](#_Toc198221400)

[2.1. AstroDesarrollo 71](#_Toc198221401)

[2.2. Derechos Humanos, Diversidad e Inclusión 73](#_Toc198221402)

[2.3. Alineamiento Organizacional 74](#_Toc198221403)

[2.4. Teletrabajo y trabajo híbrido 74](#_Toc198221404)

[2.5. Gestión del Cambio 74](#_Toc198221405)

[2.6. FIFCO Segura 75](#_Toc198221406)

[3. Resultados de Operación – Estrategia Social/ Agenda Externa 76](#_Toc198221407)

[3.1. Consumo Inteligente y portafolio balanceado 76](#_Toc198221408)

[3.2. Programa de Formación Dual 77](#_Toc198221409)

[3.3. Programa de Voluntariado Elegí Ayudar 78](#_Toc198221410)

[3.4. Agenda de Sostenibilidad basada en la gobernanza. 78](#_Toc198221411)

[3.5. Ética y Transparencia 81](#_Toc198221412)

[4. Resultados de Operación - Dimensión Ambiental 81](#_Toc198221413)

[4.1. Agenda plástica 360 82](#_Toc198221414)

[4.2. Estrategia Climática 84](#_Toc198221415)

[4.3 Agua positiva 85](#_Toc198221416)

[4.3. Energía, emisiones y carbono positivo 86](#_Toc198221417)

[4.4. Certificaciones ambientales y otros reconocimientos 87](#_Toc198221418)

[4.5. Quejas, denuncias y sanciones 87](#_Toc198221419)

[4.6. Biodiversidad 87](#_Toc198221420)

[Capítulo 5. 89](#_Toc198221421)

[Directores, personal gerencial y empleados 89](#_Toc198221422)

[1. Personal Gerencial 91](#_Toc198221423)

[1.1. Representación Judicial y Extrajudicial 94](#_Toc198221424)

[2. Políticas generales de compensación de los directores y personal gerencial 94](#_Toc198221425)

[3. Personal 95](#_Toc198221426)

[4. Participación social de directores, personal gerencial y empleados 96](#_Toc198221427)

[Capítulo 6. 97](#_Toc198221428)

[Resultados de operación y financieros e información prospectiva 97](#_Toc198221429)

[1. Participaciones significativas 98](#_Toc198221430)

[2. Transacciones con partes relacionadas 98](#_Toc198221431)

[Capítulo 7. 100](#_Toc198221432)

[Información financiera 100](#_Toc198221433)

[1. Anexos al Prospecto 101](#_Toc198221434)

[2. Periodicidad de la información a los inversionistas 101](#_Toc198221435)

## Índice de Cuadros

[Tabla 1 - Programas de Bonos Estandarizados Vigentes 10](#_Toc198221436)

[Tabla 2 - Emisión de Bonos Estandarizados Vigentes 11](#_Toc198221437)

[Tabla 3 - Valor de Mercado de las acciones al 31 de diciembre del año respectivo (1) 20](#_Toc198221438)

[Tabla 4 - Mecanismos de Recompra de Acciones 22](#_Toc198221439)

[Tabla 5 - Funcionarios involucrados en el proceso de oferta pública 23](#_Toc198221440)

[Tabla 6 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – Costa Rica 30](#_Toc198221441)

[Tabla 7 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – Guatemala 31](#_Toc198221442)

[Tabla 8 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – El Salvador 31](#_Toc198221443)

[Tabla 9- Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – Honduras 31](#_Toc198221444)

[Tabla 10 - Detalle de las pólizas de seguros, así como los montos asegurados – Estados Unidos 32](#_Toc198221445)

[Tabla 11 - Razones financieras, en millones de colones 33](#_Toc198221446)

[Tabla 12 - Liquidez Corriente 34](#_Toc198221447)

[Tabla 13 - Razón Ácida 34](#_Toc198221448)

[Tabla 14 - Utilidad Neta a Activo Total 35](#_Toc198221449)

[Tabla 15 - Utilidad Neta a Ventas 35](#_Toc198221450)

[Tabla 16 - Utilidad Neta a Patrimonio Neto 36](#_Toc198221451)

[Tabla 17 - Utilidad por Acción 36](#_Toc198221452)

[Tabla 18 - Periodo medio de cobro de cuentas por cobrar comerciales 37](#_Toc198221453)

[Tabla 19- Periodo medio de pago 37](#_Toc198221454)

[Tabla 20- Días de Inventario 38](#_Toc198221455)

[Tabla 21 - Rotación de Inventario 38](#_Toc198221456)

[Tabla 22 - Rotación de Activo Fijo 39](#_Toc198221457)

[Tabla 23 - Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros 39](#_Toc198221458)

[Tabla 24 - Cuentas Incobrables a Ventas Netas 40](#_Toc198221459)

[Tabla 25 - Activos y Pasivos en Moneda Extranjera 40](#_Toc198221460)

[Tabla 26 - Pasivo Total a Patrimonio Neto (Excluyendo las Utilidades Disponibles) 41](#_Toc198221461)

[Tabla 27 - Captación Efectiva a Pasivo Total 41](#_Toc198221462)

[Tabla 28 - Distribución de utilidades de los últimos 10 años (en millones de colones) 42](#_Toc198221463)

[Tabla 29 - Historia del Capital Social por los últimos 3 años 43](#_Toc198221464)

[Tabla 30 - Ventas por zona geográfica 49](#_Toc198221465)

[Tabla 31 - Balance por segmentos de negocio (en millones de colones) 51](#_Toc198221466)

[Tabla 32 - Detalle de Subsidiarias 51](#_Toc198221467)

[Tabla 33 - Capacidad instalada de Planta de Producción #1 52](#_Toc198221468)

[Tabla 34 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #2 53](#_Toc198221469)

[Tabla 35 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #3 53](#_Toc198221470)

[Tabla 36 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #4 54](#_Toc198221471)

[Tabla 37 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #5. 54](#_Toc198221472)

[Tabla 38 - Principales hitos de categoría cerveza y BAS 59](#_Toc198221473)

[Tabla 39 - Principales hitos de categoría refrescos 63](#_Toc198221474)

[Tabla 40 - Principales hitos de bebidas FIFCO USA 64](#_Toc198221475)

[Tabla 41 - Principales hitos de Florida Retail 66](#_Toc198221476)

[Tabla 42 - Principales hitos de Florida Hospitalidad 67](#_Toc198221477)

[Tabla 43 - Principales hitos de Florida Capitales 68](#_Toc198221478)

[Tabla 44 – Número de reclamaciones por impactos económicos, sociales y ambientales 70](#_Toc198221479)

[Tabla 45 - Iniciativas de Sostenibilidad a lo largo de la cadena de valor 71](#_Toc198221480)

[Tabla 46 - Abordajes para lograr disminuir el IPMe 72](#_Toc198221481)

[Tabla 47 - Horas de capacitación impartidas 75](#_Toc198221482)

[Tabla 48 - Agendas de Consumo Inteligente Integral 76](#_Toc198221483)

[Tabla 49 - Junta Directiva vigente hasta el 31 de marzo 2026 90](#_Toc198221484)

[Tabla 50 - Paquete compensación ejecutiva 95](#_Toc198221485)

[Tabla 51 - Acciones adjudicadas y traspasadas 95](#_Toc198221486)

[Tabla 52 - Distribución del personal por país 95](#_Toc198221487)

[Tabla 53 - Porcentaje de colaboradores afiliados a Asociaciones Solidaristas 96](#_Toc198221488)

[Tabla 54 - Saldos con partes relacionadas 98](#_Toc198221489)

[Tabla 55 - Transacciones con partes relacionadas 99](#_Toc198221490)

## Índice de ilustraciones

[Ilustración 1 - Junta Directiva vigente 90](#_Toc131094407)

Imagen que contiene naranja, biblioteca, tabla, hombre

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.

# 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 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 1 emisión de bonos estandarizados en colones vigente, cuyas principales características se presentan a continuación:

Tabla 1 - Programas de Bonos Estandarizados Vigentes

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Programa** | **Programa de Emisión de Bonos Estandarizados**  **F-2019 en colones** | **Programa de Emisión de Bonos Estandarizados**  **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 el Programas F-2019 arriba indicado, 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-2** |
| **Plazo:** | 2130 días |
| **Monto de la emisión:** | ₡25.000.000.000 |
| **Código ISIN:** | CRFIFCOB1046 |
| **Nemotécnico:** | bff2c |
| **Fecha de emisión:** | 21 de junio del 2019 |
| **Fecha de vencimiento:** | 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:** | Moody´s Local CR Calificadora de Riesgo 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 la serie 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 (BCCR) 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 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 la 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 dicha Cámara 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 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 TIR, 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 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 BCCR y estará en vigencia desde el mismo día de variación de la TPM 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 BCCR, 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.

Las tasas de referencia 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 1522025 del 07 de mayo del 2025, Moody´s Local CR Calificadora de Riesgo, S.A. (en adelante, Moody’s Local Costa Rica) afirma la calificación AAA.cr como emisor a Florida Ice and Farm Company S.A. y Subsidiarias (en adelante, el Emisor, la Empresa o FIFCO). Adicionalmente, se afirma la calificación de AAA.cr a sus programas de emisiones de bonos estandarizados F-2019 y G-2020, y se retira la calificación de la serie F-1 debido a su vencimiento. La perspectiva es Estable.

La calificación se fundamenta en el liderazgo y posicionamiento histórico de la Empresa en el mercado nacional y centroamericano, principalmente en el segmento de bebidas. Estratégicamente ha diversificado el portafolio de productos y ha ampliado su posición geográfica para la distribución de sus productos y sus inversiones.

Definición de las calificaciones asignadas

* AAA.cr: Emisores o emisiones calificados en AAA.cr con la calidad crediticia más fuerte en comparación con otras entidades y transacciones locales.
* RET: Calificación retirada. → Perspectiva estable: indica una baja probabilidad de cambio de la calificación en el mediano plazo.

Moody’s Local CR Calificadora de Riesgo S.A. agrega los modificadores “+” y “-” a cada categoría de calificación genérica que va de AA a CCC, El modificador “+” indica que la obligación se ubica en el extremo superior de su categoría de calificación genérica, ningún modificador indica una calificación media, y el modificador “-” indica una calificación en el extremo inferior de la categoría de calificación genérica.

La calificación 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. La emisión F-2 en circulación no 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.

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-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**

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 de cada uno de los años comprendidos entre 2020 y 2024, 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** |
| 2020 | 537,0 | 350,4 |
| 2021 | 735,0 | 396,7 |
| 2022 | 665,0 | 416,4 |
| 2023 | 649,5 | 427,9 |
| 2024 | 765,9 | 416,4 |

Notas:

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

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

1. Al 31 de diciembre de 2024
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 | Representante Legal | 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) |



# 

# 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.

* 1. 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 esta.

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 afecte a la Compañía o 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.

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.

* 1. 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 89,3%[[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 elaboró un Sistema de Gestión (para el cual obtuvo la certificación ISO 22301 por INTECO-NYCE), que le permite responder oportunamente ante eventos que atenten contra la continuidad de las operaciones en el proceso de manufactura de cerveza; como lo son la ausencia de personal clave, fallo de equipos críticos, caída de sistemas, desbasto de materias primas, entre otros.

Además, la Compañía cuenta con 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 2017 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** | **2023-2024** |
| **(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 | 545,259.08 |
| Calderas | Calderas de la Compañía | 420.00 |
| Responsabilidad Civil General | Producción, distribución y venta de los productos de la compañía en territorio nacional y en el extranjero | 12,392.16 |
| Responsabilidad Civil Umbrella | Producción, distribución y venta de los productos de la compañía en territorio nacional y en el extranjero | 46,986.94 |
| Equipo Contratista | Equipo Contratista | 1,126.67 |
| Carga, Importación y Exportación | Materias primas, material de empaque, repuestos, productos importados y de exportación | 51,634.00 |
| Flotilla de Vehículos | Vehículos propiedad de la compañía | 166,254.84 |
| Riesgos del Trabajo | Funcionarios de la compañía | 42,074.43 |
| Riesgo Nombrado | Máquinas de Reciclaje, Plantas Eléctricas Móviles y Tarima Hidráulica | 379.56 |
| Equipo Electrónico | Pantallas LED, equipos electrónicos móviles de Eventos Especiales | 838.33 |
| Fidelidad | Fianza de Fidelidad | 268.50 |
| Básica de Accidentes | Participación de terceros en voluntariados | 5.50 |
| **Monto Total Asegurado en colones** | | **867,640.01** |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tipo de Póliza** | **Bienes Asegurados** | **2023-2024** |
| **(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 | 83,576.18 |
| Responsabilidad Civil General | Producción, distribución y venta de los productos de la compañía en territorio nacional y en el extranjero | 1,032.68 |
| Responsabilidad Civil Umbrella | Producción, distribución y venta de los productos de la compañía en territorio nacional y en el extranjero | 2,581.70 |
| Carga, Importación y Exportación | Materias primas, material de empaque, repuestos, productos importados y de exportación | 14,973.86 |
| Flotilla de Vehículos | Vehículos propiedad de la compañía | 1,481.99 |
| Riesgo Nombrado | Equipo Promocional | - |
| Fidelidad | Fianza de Fidelidad | 66.11 |
| Transporte Interno | Materias primas, material de empaque, repuestos, productos importados | 54,892.44 |
| **Monto Total Asegurado en colones** | | **158,604.96** |

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 | 4,027.45 |
| Flotilla de Vehículos | Vehículos propiedad de la compañía | 127.02 |
| **Monto Total Asegurado en colones** | | **4.609,06** |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **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 | 1,613.82 |
| **Monto Total Asegurado en colones** | | **1,613.82** |

Tabla 10 - 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 2024 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 $50.000 y vida de $30.000 y $15.000, 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 11 - Razones financieras, en millones de colones

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Razones financieras** | **2022** | **2023** | **2024** |
| **Índices de Liquidez** | | |  |
| Liquidez corriente | 1.0 | 1.1 | 1.1 |
| Razón Ácida | 0.5 | 0.7 | 0.6 |
| **Índices de Rentabilidad** | | | |
| Utilidad neta a Activo Total | 9.9% | 10.9% | 9.4% |
| Utilidad Neta a Ventas | 10.8% | 11.5% | 10.4% |
| Utilidad Neta a Patrimonio Neto | 23.6% | 23.1% | 20.5% |
| Utilidad por acción (en colones) | ₡85.8 | ₡89.1 | ₡80.7 |
| **Índices de Actividad** | | | |
| Período medio de cuentas por cobrar (días) | 38.7 | 40.0 | 38.5 |
| Período medio de pago (días) | 61.2 | 52.6 | 59.1 |
| Días de Inventario | 92.8 | 72.8 | 87.0 |
| Rotación de Inventarios | 3.9 | 5.0 | 4.2 |
| Rotación activo fijo | 2.5 | 2.4 | 2.1 |
| Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros | 4.6 | 4.6 | 4.9 |
| Cuentas Incobrables a Ventas | 0.2% | 0.2% | 0.3% |
| **Niveles de Capitalización y Endeudamiento** | | | |
| Pasivo Total a Patrimonio Neto | 2.9 | 3.1 | 3.4 |
| Captación a Pasivo Total | 20.9% | 10.8% | 10.2% |

Fuente: Estados Financieros Auditados al 31 de diciembre de 2022, 2023 y 2024

### 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 12 - Liquidez Corriente

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Liquidez Corriente** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2022** | **2023** | **2024** |
| Activo Circulante | 251,045 | 222,158 | 239,986 | 17,828 | 8.0% |
| Pasivo Circulante | 240,564 | 195,100 | 228,548 | 33,448 | 17.1% |
| Liquidez Corriente | 1.0 | 1.1 | 1.1 | 0.0 | -7.8% |

Para el cierre del período 2024, esta razón me mantuvo en 1.1 veces, por lo que las obligaciones con los acreedores de corto plazo mantienen la proporción respecto a 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 13 - Razón Ácida

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Razón Ácida** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2022** | **2023** | **2024** |
| Activo Circulante | 251,045 | 222,158 | 239,986 | 17,828 | 8.0% |
| Inventario | 119,334 | 84,861 | 96,145 | 11,284 | 13.3% |
| Pasivo Circulante | 240,564 | 195,100 | 228,548 | 33,448 | 17.1% |
| Razón Ácida | 0.5 | 0.7 | 0.6 | - 0.1 | -10.6% |

El resultado de 0,6 veces indica que la Compañía mantiene la capacidad para solventar las obligaciones a corto plazo. Este indicador presenta una leve variación respecto al año anterior pasando de 0,7 a 0,6. 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 las ganancias que la empresa puede generar por cada colón invertido.

Tabla 14 - Utilidad Neta a Activo Total

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad Neta a Activo Total** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2022** | **2023** | **2024** |
| Utilidad Neta | 91,365 | 95,266 | 86,008 | - 9,258 | -9.7% |
| Activo Total | 926,193 | 874,447 | 916,070 | 41,623 | 4.8% |
| Utilidad neta a Activo total | 9.9% | 10.9% | 9.4% | -1.5% | -13.8% |

En el 2024, esta razón respecto al año anterior muestra una disminución en la productividad de las inversiones y la capacidad de generar utilidades de los activos totales, debido a que durante el ejercicio 2024 se da un incremento en el activo total originado principalmente por las inversiones en propiedad, planta y equipo.

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 15 - Utilidad Neta a Ventas

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad Neta a Ventas** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2022** | **2023** | **2024** |
| Utilidad Neta | 91,365 | 95,266 | 86,008 | - 9,258 | -9.7% |
| Ventas | 846,576 | 827,387 | 823,950 | - 3,437 | -0.4% |
| Utilidad Neta a Ventas | 10.8% | 11.5% | 10.4% | -1.1% | -9.3% |

El resultado de este indicador en el año 2024 tuvo una disminución de 110 puntos base, originado por una disminución en la utilidad neta de 9,7% y en ventas del -0,4% respecto al año 2023.

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 16 - Utilidad Neta a Patrimonio Neto

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad Neta a Patrimonio Neto** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2022** | **2023** | **2024** |
| Utilidad Neta | 91,365 | 95,266 | 86,008 | - 9,258 | -9.7% |
| Patrimonio Neto | 387,883 | 411,659 | 419,563 | 7,904 | 1.9% |
| Utilidad Neta a Patrimonio Neto | 23.6% | 23.1% | 20.5% | -2.6% | -11.4% |

En el periodo anterior, esta razón tuvo una disminución absoluta de -2,6%, producto principalmente a la disminución de la Utilidad Neta, parcialmente compensado por el incremento en el 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 17 - Utilidad por Acción

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad por acción** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2022** | **2023** | **2024** |
| Utilidad Neta de la controladora | 75,778 | 77,619 | 69,377 | - 8,242 | -10.6% |
| Total promedio ponderado de acciones comunes al inicio y al final del año (en millones de acciones) | 883 | 871 | 860 | - 11 | -1.3% |
| Utilidad por acción (en colones) | 85.8 | 89.1 | 80.7 | - 8 | -9.4% |

Para el período 2024, se da una disminución de 8 colones en relación con el año anterior producto de la menor 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 18 - Periodo medio de cobro de cuentas por cobrar comerciales

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Período medio de cuentas por cobrar** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2022** | **2023** | **2024** |
| Cuentas por cobrar por 365 días | 32,399,590 | 32,771,525 | 31,437,815 | - 1,333,710 | -4.1% |
| Ventas a crédito | 838,110 | 819,113 | 815,711 | - 3,403 | -0.4% |
| Período medio de cuentas por cobrar (Días) | 39 | 40 | 39 | - 1 | -3.7% |

FIFCO posee una política de crédito que le permite mantener niveles de recuperación favorables.

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 realizarle los pagos a sus proveedores.

Tabla 19- Periodo medio de pago

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Período medio de pago** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2022** | **2023** | **2024** |
| Cuentas por pagar por 365 días | 28,748,130 | 22,404,430 | 23,850,195 | 1,445,765 | 6.5% |
| Costo de las Ventas | 469,414 | 425,606 | 403,590 | - 22,016 | -5.2% |
| Período medio de pago (días) | 61 | 53 | 59 | 6 | 12.3% |

Para el período 2024, este indicador tuvo un incremento de 6 días, alcanzando 59 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 20- Días de Inventario

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Días de Inventario** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2022** | **2023** | **2024** |
| Inventario | 119,334 | 84,861 | 96,145 | 11,284 | 13.3% |
| Costo de ventas entre 365 días | 1,286 | 1,166 | 1,106 | - 60 | -5.2% |
| Días de Inventario | 93 | 73 | 87 | 14 | 19.5% |

Para el 2024, este indicador presenta un incremento de 14 días respecto a 2023, esto se origina debido a la 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 21 - Rotación de Inventario

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Rotación de Inventarios** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2022** | **2023** | **2024** |
| Costo de ventas | 469,414 | 425,606 | 403,590 | - 22,016 | -5.2% |
| Inventario | 119,334 | 84,861 | 96,145 | 11,284 | 13.3% |
| Rotación de Inventarios | 3.9 | 5.0 | 4.2 | - 0.8 | -16.3% |

Para el 2024, el inventario rotó 4,2 veces en el año, presentando una disminución de 0,8 con respecto al periodo anterior, influenciado principalmente por acumulación de inventarios para las actividades de fin y principio de año y así como de verano.

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 22 - Rotación de Activo Fijo

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Rotación activo fijo** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2022** | **2023** | **2024** |
| Ventas Netas | 846,576 | 827,387 | 823,950 | - 3,437 | -0.4% |
| Activo Fijo | 334,798 | 350,671 | 384,051 | 33,380 | 9.5% |
| Rotación activo fijo | 2.5 | 2.4 | 2.1 | - 0.2 | -9.1% |

Este indicador muestra una disminución de 0,2 con relación al año 2023, lo cual se debe principalmente al incremento en el activo fijo 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 23 - Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2022** | **2023** | **2024** |
| Utilidad Neta | 91,365 | 95,266 | 86,008 | - 9,258 | -9.7% |
| Gasto Financiero | 25,190 | 26,723 | 21,816 | - 4,907 | -18.4% |
| Utilidad Neta más Gastos Financieros a Gastos Financieros | 4.6 | 4.6 | 4.9 | 0.4 | 8.3% |

Para el año 2023, el índice incrementa a 4,9 veces de cobertura con relación al 2023, originado principalmente por un reembolso por comisiones de tarjetas y la 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 24 - Cuentas Incobrables a Ventas Netas

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Cuentas Incobrables a Ventas** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2022** | **2023** | **2024** |
| Estimación para cuentas de cobro dudoso (Gasto del año) | 1,582 | 1,761 | 2,365 | 604 | 34.3% |
| Ventas | 846,576 | 827,387 | 823,950 | - 3,437 | -0.4% |
| Cuentas Incobrables a Ventas | 0.2% | 0.2% | 0.3% | 0.1% | 34.9% |

Para el periodo 2024, este indicador incrementa a 0,3%, producto de rezago en el pago por parte de los clientes como consecuencia de las afectaciones climatológicas en el último trimestre del 2024 y de las estrategias planteadas por la compañía para la recuperación de cartera así como una leve disminución en las 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 25 - Activos y Pasivos en Moneda Extranjera

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Rubros** | **En miles de dólares[[3]](#footnote-4)** | |
|  | |
| **2023** | **2024** |
| **Activos** | | |
| Efectivo y equivalentes de efectivo | 17.349 | 31.097 |
| Documentos y cuentas por cobrar, neto | 27.567 | 24.836 |
| **Total de activos** | **44.916** | **55.933** |
| **Pasivos** | | |
| Préstamos bancarios | 83.580 | 82.680 |
| Pasivos bajo arrendamiento | 27.466 | 35.711 |
| Cuentas por pagar | 43.972 | 51.108 |
| **Total de pasivos** | **155.018** | **169.499** |

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

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Pasivo Total a Patrimonio Neto** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2022** | **2023** | **2024** |
| Pasivo Total | 516,035 | 461,717 | 489,674 | 27,957 | 6.1% |
| Patrimonio | 410,588 | 412,730 | 426,396 | 13,666 | 3.3% |
| Utilidades No Distribuidas | 231,818 | 261,570 | 281,677 | 20,107 | 7.7% |
| Pasivo Total a Patrimonio Neto | 2.89 | 3.05 | 3.38 | 0.3 | 10.8% |

En el 2024, este indicador tuvo un incremento absoluto de 0,3 con respecto al 2023. 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 27 - Captación Efectiva a Pasivo Total

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Captación a Pasivo Total** | **En millones de colones** | | | **Variación Absoluta** | **%** |
| **2022** | **2023** | **2024** |
| Captación | 108,000 | 50,000 | 50,000 | - | 0.0% |
| Pasivo Total | 516,035 | 461,717 | 489,674 | 27,957 | 6.1% |
| Captación a Pasivo Total | 20.9% | 10.8% | 10.2% | -0.6% | -5.7% |

Esta razón representa las captaciones de la empresa a largo plazo, respecto del pasivo total. Para el 2024, este indicador presenta una disminución, debido a variaciones en el tipo de cambio que afecta los pasivos denominados en dólares, el vencimiento de 3 programas de bonos estandarizados e incremento de deudas con terceros que ha realizado la compañía para el financiamiento de sus inversiones en propiedad, planta y equipo.

### 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 28 - 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** |
| --- | --- | --- | --- |
| 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% |
| 2024 | ¢ 69.377 | ¢ 47.332 | 68.2% |

(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 la Junta Directiva para que, de acuerdo con el flujo de efectivo de la Compañía, proceda al pago correspondiente de forma trimestral, pudiendo aumentar o disminuir el dividendo por acción. La declaratoria de los dividendos está sujeta a la existencia de utilidades realizadas y líquidas, resultantes del balance aprobado por la Asamblea de Accionistas, como lo dispone el artículo 27 del Código de Comercio de Costa Rica.

1. **Composición del Capital Social**

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

Al 31 de diciembre de 2024, el Capital Social Autorizado de la Compañía era de ¢86.216.675.100 (ochenta y seis mil doscientos dieciséis millones seiscientos setenta y cinco mil cien colones), representado por 862.166.751 (ochocientos sesenta y dos millones ciento sesenta y seis mil setecientos cincuenta y un) acciones comunes con un valor nominal de ¢100,00 (cien colones) cada una.

Tabla 29 - 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 2024)

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. El Tribunal Fiscal Administrativo mediante sentencia No. 100-P-2024 declaró con lugar la nulidad interpuesta a raíz de lo cual el IFAM reinició el procedimiento administrativo, estando en este momento pendiente de resolución el recurso de revocatoria interpuesto.

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 una suma aproximada de ¢565 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 2024)

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 ¢18.115 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$20.302 en miles y ¢1.023 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$206.810 en miles y ¢108.548 millones por operaciones de crédito que mantienen con instituciones financieras.

Distribuidora La Florida, S.A. mantiene garantías reales por un monto total de US$966 en miles y ¢382 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.

Durante el 2023 FIFCO incorporó la visión de Sostenibilidad Expansiva, buscando soluciones innovadoras a los desafíos sociales y ambientales, destacando la creatividad, el pensamiento sistémico, la colaboración interdisciplinaria y el aprendizaje continuo para desarrollar abordajes integrales y sostenibles.

### 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 2.500 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 30 - Ventas por zona geográfica

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Zona Geográfica** | **2023** | **2024** |
| Costa Rica | 63.4% | 64.4% |
| Estados Unidos | 24.3% | 23.2% |
| Guatemala | 6.4% | 6.4% |
| Panamá | 1.9% | 2.2% |
| Otros | 4.0% | 3.8% |

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).

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 2024:

|  |  |
| --- | --- |
| **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 2024:

Tabla 31 - Balance por segmentos de negocio (en millones de colones)

| **Balance por Segmentos** | **Bebidas** | **Alimentos** | **Inmobiliario** | **Total, Consolidado** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Ventas netas | 656.281 | 109.474 | 58.195 | 823.950 |
| Costo de ventas | 316.317 | 68.366 | 18.907 | 403.590 |
| Gasto por depreciación | 29.630 | 3.821 | 5.131 | 38.582 |
| Amortización de activos intangibles | 7.403 | 64 | 13 | 7.480 |
| **Utilidad Operativa** | **126.555** | **7.392** | **8.968** | **142.915** |

### 

### Estructura organizativa

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

Tabla 32 - Detalle de Subsidiarias

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | **Porcentaje de participación** | |
| **Subsidiarias y operación conjunta** | **País** | **2024** | **2023** |
| 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 and 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% |

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 33 - Capacidad instalada de Planta de Producción #1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Línea** | **Capacidad instalada (HL/año)** | **% de Utilización 2024** |
| Línea 1 Vidrio | 298,777 | 91.32% | |
| Línea 2 Vidrio | 548,623 | 63.05% | |
| Línea 3 Vidrio | 671,955 | 78.00% | |
| Línea 4 Lata | 694,172 | 73.01% | |
| Línea 5 Lata | 952,561 | 76.47% | |
| Línea 7 Barriles | 34,935 | 43.65% | |

**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 como Cristal, Tropical y Tampico. La misma tiene una dimensión de 161,957 m2. La capacidad instalada de dicha planta es la siguiente:

Tabla 34 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Línea** | **Capacidad instalada (HL / Año)** | **% de Utilización 2024** |
| 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 35 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #3

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tipo de Producto** | **Línea** | **Capacidad instalada** | **% de Utilización 2024** |
| Bebidas  (HL/año) | Línea 21 | 459,997 | 80.54% |
| Línea 22 | 161,146 | 49.44% |
| Línea 53 | 96,624 | 40.11% |
| Línea 55 | 300,961 | 9.77% |
| Línea 56 | 238,238 | 92.91% |
| Alimentos  (Ton/año) | Línea 11 | 11,240 | 87.78% |
| Línea 34 | 2,680 | 89.55% |
| Línea 36 | 13,764 | 72.66% |
| Línea 37 | 9,211 | 86.85% |
| Línea 38 | 3,241 | 50.46% |
| Línea 42 | 15,974 | 50.08% |
| Línea 43 | 22,514 | 48.86% |
| Línea 46 | 15,500 | 36.13% |

**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 36 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #4

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Línea** | **Capacidad instalada (kg/h)** | **% de Utilización 2024** |
| Línea 1 – Mecatherm | 329,1 | 82,5% |
| Línea 2 – Mecatherm | 305,0 | 0,0% |
| Línea 3 – Mecatherm | 614,3 | 100,5% |
| Línea 4 – Uline | 208,2 | 77,5% |
| Línea 5 – Polyline | 152,2 | 42,1% |
| Línea 6 – Agriflex | 1000,0 | 27,8% |
| Línea 7 – Cakeline | 210,8 | 28,3% |
| Línea 8 – Batidos | 66,9 | 33,3% |
| Línea 9 – Galletas | 45,4 | 81,9% |
| Línea 11 – Bollería | 187,9 | 17,4% |

**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 37 - Capacidad Instalada de Planta de Producción #5.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Línea** | **Capacidad instalada**  **(Barril / Año)** | **% de Utilización 2024** |
| Línea 1 Latas 24 oz | 559.440 | 61.34% |
| Línea 2 Botellas | 419.760 | 0% |
| Línea 3 Latas 16 oz | 712.080 | 78.11% |
| Línea Vidrio | 1.071.360 | 52.98% |
| Línea "Draft" | 96.000 | 55.65% |
| Línea Lata 16 oz | 2.257 | 100% |
| Línea "Packs" | 395.280 | 51.42% |

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 2024 se contaba con 6.886 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.

Un par de personas en una tienda

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.

# Capítulo 4.

# Resultados de operación y financieros e información prospectiva

## Resultados de Operación - Dimensión Económica

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

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

Estados Unidos mostró eficiencias en gastos de mercadeo y mejores precios, aunque enfrentó retos importantes que llevaron a un deterioro de activos intangibles por 12.310 millones de colones, resultado de una caída en el volumen de Seagram's Escapes y el retraso en el desplazamiento de Lipton Hard Iced Tea. Sin duda alguna, la búsqueda de una solución sostenible para el negocio de Estados Unidos ha sido y seguirá siendo una prioridad estratégica para la Junta Directiva. México continúa su trayectoria de crecimiento en volumen, aunque enfrenta retos en descuentos y logística. En cuanto a FIFCO Asociadas, Cervecería Panamá logró un crecimiento de doble dígito en volumen, ventas y utilidad bruta; INCECA Nicaragua creció en todas sus categorías; mientras Comegua enfrentó una reducción en exportaciones.

En cuanto al desarrollo de capacidades para el futuro, la transformación digital y operativa de FIFCO continúa a paso firme, se retomaron inversiones de capital, fortalecimiento de capacidades y simplificación de procesos. Este año también marca un hito importante en la agenda de innovación y expansión geográfica, consolidando la estrategia de diversificación en categorías y mercados. Particularmente satisfactorio es el reconocimiento de FIFCO como la empresa más responsable según el monitor MERCO, validando nuestro compromiso con la triple utilidad y el liderazgo en prácticas ambientales, sociales y de gobernanza. Este logro se complementa con una valoración positiva del clima organizacional por parte de nuestros colaboradores, reflejando la solidez de nuestra cultura corporativa.

En relación con el Gobierno Corporativo y los estándares de buena gobernanza, se realizó la evaluación anual de la gestión de la Junta Directiva con apoyo de una firma especializada e independiente. El resultado fue un 99.5% de calificación global, indicando que el desempeño de la Junta Directiva supera los estándares y está alcanzando las mejores prácticas a nivel de regulación local y de la literatura especializada a nivel global. Se resalta una transición gerencial exitosa, con lo cual se aseguró la continuidad estratégica y operativa del negocio.

Mirando hacia adelante, mantenemos nuestro compromiso con la creación de valor sostenible, respaldados por un equipo comprometido y una estrategia clara de crecimiento.

Los resultados del 2024 no solo demuestran el desempeño de un negocio enfocado en continuar fortaleciendo los mercados consolidados, enfocados en la innovación, seguir impulsando nuestra agenda de expansión y trabajar por una operación cada vez más eficiente, ágil y digitalizada; con lo cual se sientan bases sólidas para el futuro.

### 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 2024 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 38 - Principales hitos de categoría cerveza y BAS

|  |  |
| --- | --- |
| **Imperial:** | Durante el 2024, Imperial, la cerveza más icónica de Costa Rica, celebró en grande los 100 años de la marca, con distintas acciones que conectaron emocionalmente con todas las generaciones que disfrutan de Imperial.  El año inició con el refuerzo del atributo de la calidad y el diferencial de la competencia: ¡La frescura de la cerveza Imperial!, recordándole a la persona consumidora que esta va de la cervecería directo a sus manos.  Por primera vez en estos 100 años se abrieron las puertas de la planta y más de 800 consumidores tuvieron la oportunidad de realizar “El Tour Imperial”, donde vivieron el proceso de producción de la cerveza más fresca de Costa Rica.  La gran fiesta Imperial: se festejó en grande con 99 activaciones en puntos de venta y el 14 de diciembre se cerró con la gran fiesta, la número 100. Con más de 15.000 asistentes, fue todo un éxito memorable.  El último regalo de los 100 años, la celebración se cerró con el **“último regalo de los 100 años**”, la emblemática águila Imperial se convirtió en una figura armable de **1.000 piezas,** exclusiva para consumidores mayores de edad fieles a la marca.  Imperial identificó un problema y está tratando de proteger el entorno natural que define a Costa Rica. Se trata de la extracción masiva de conchas marinas por turistas locales e internacionales, que está generando un impacto devastador en los ecosistemas marinos. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Heineken:** | En 2024, Heineken fortaleció su presencia en el mercado costarricense, destacándose por su innovación y su capacidad para crear experiencias únicas y  memorables. A través de eventos y campañas estratégicas, Heineken logró crecer,  reafirmando su posición como una de las marcas más reconocidas en Costa Rica.  En Costa Rica, la gran final se vivió en el evento **Heineken Champions Town**, que reunió a más de 2,000 personas e incluyó experiencias exclusivas como juegos interactivos y música, creando un ambiente festivo y emocionante para los verdaderos fans. La marca fue la dueña de la fiesta nocturna con tres ediciones de Heineken Green Nights, ofreciendo energía, música y experiencias exclusivas. |
| **Pilsen:** | **Pilsen** es la cerveza de los compas desde 1888, y eso hace que la amistad sea un pilar fundamental para la marca. Con un posicionamiento cada vez más sólido y un reconocimiento que crece día a día, el año inició conectando con la esencia: ofrecerle a los compas planes para disfrutar el verano. Así nació ¿HOY QUÉ?, campaña protagonizada por **ELHOY**, un personaje impulsado por inteligencia artificial.  La campaña **“La Clave”,** diseñada para hablarle a los compas y resaltar que el secreto del sabor único de Pilsen está en la conexión y los momentos compartidos.  Además, en el primer semestre se disfrutó de **LAS FERIAS PILSEN**: una celebración única con las latas de edición especial, diseñadas para honrar las costumbres y tradiciones de los compas en Santa Cruz, San Carlos y Liberia. |
| **Bavaria:** | Iniciando 2024, **Bavaria** construyó en el territorio de “Recompensa”, para finalizar el año en el de “Celebración”. Casa Bavaria unió a los consumidores para transmitirles el disfrute y la celebración premium que representa la marca no solo por su cerveza, sino por sus pilares como moda, arte, gastronomía y más. El 2024 se cerró con **“Abrí y Festejá”** y su mensaje “Donde se abre una Bavaria, se abre la celebración”, posicionando la cerveza como la mejor compañía para la época de cierre de año.  Finalmente, Bavaria premió a algunos de sus consumidores llevándolos a vivir la  experiencia de la fiesta más grande de fin de año en Guanacaste: **MOONDANCE**. |
| **Sol y Coors** | **Sol:** En 2024, Sol fortaleció su presencia en comunicación y experiencias de marca en el mercado costarricense, potenciando su constante crecimiento y conectando de manera efectiva con sus consumidores, posicionándose como una marca vibrante y distintiva. Sol celebró con fiestas y una plataforma propia de marca, los solsticios de junio y diciembre, resaltando la energía y la conexión con el sol. Adicionalmente, participó por primera vez en el evento Oktober, con una propuesta de mezclas de sabores mexicanos. Respecto a la gastronomía mexicana, Sol participó en Taco Week 2024, donde fue protagonista de una experiencia nueva para los consumidores.  **Coors Light** reforzó su posicionamiento como la cerveza “Hecha Para Refrescar”  en Costa Rica, destacando sus credenciales de frescura y su conexión con momentos clave como el Super Bowl. A través de su presencia digital, la marca fortaleció su imagen como una opción ideal para refrescar en cualquier ocasión, consolidándose dentro del mercado cervecero costarricense. |
| **BAS** | La categoría de Bebidas Alcohólicas Saborizadas (BAS) ha experimentado un **notable crecimiento** en la mayoría de las geografías. Actualmente, el portafolio de BAS de FIFCO está presente en Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Panamá, Honduras, República Dominicana, México y Nicaragua. Con el objetivo de fortalecer su presencia en Panamá, FIFCO estableció una nueva alianza comercial con Heineken Panamá, para la distribución exclusiva del portafolio en dicho país. El 2024 fue un año significativo para BAS, ya que se alcanzó un hito histórico, superando los 2 millones de cajas vendidas. Este logro marca un importante avance para la empresa y categoría, ya que refleja el crecimiento y aceptación del mercado, consolidando la posición de liderazgo en la industria de BAS.  La innovación ha sido clave para alcanzar el objetivo de convertir las marcas de la  categoría en líderes en los mercados donde se comercializan. Las tres principales marcas que han lanzado innovaciones significativas contribuyendo al crecimiento del volumen de la categoría son: **Smirnoff** con Smirnoff Smash, **Adán&Eva** con los Signature Cocktails y **Bamboo** con sabores como Sangría y Paloma. Estas innovaciones ofrecen una variedad de sabores intensos y ligeros que han sido bien recibidos por las personas consumidoras, sentando las bases para un 2025 exitoso y ambicioso para la categoría. |

1. **Vinos y destilados**

Un año de logros y crecimiento para la categoría. Riunite lanzó la nueva línea de sus productos Fruit Freshers, esta nace de la demanda creciente en Costa Rica y en el mercado de LATAM por productos refrescantes y con sabores naturales de fruta. El icónico vino chileno **Don Melchor,** celebro su cosecha N°35 y Enrique Tirado, CEO y director técnico de Vina Don Melchor visito el país. Vino chileno Don Melchor cosecha 2021 es elegido “vino del año” por Wine Spectator. **Casillero del Diablo**, una de las marcas más emblemáticas de Concha y Toro, lanzó su nueva línea de vinos: Devil’s Carnaval, un nuevo producto que combina vinos dulces y refrescantes con una imagen vibrante, moderna y colorida. Con esta nueva línea, la marca amplía su portafolio de productos, buscando conectar con los gustos y preferencias de un público más joven y diverso que busca opciones de vino frescas, divertidas y fáciles de disfrutar. Devil’s Carnaval ofrece una experiencia sensorial llena de frescura, sabor y un toque de dulzura, ideal para momentos de celebración y diversión.

**Flor de Caña** mantiene su liderazgo e innovación dentro del mercado: durante 2024 creó nuevas experiencias memorables para sus personas consumidoras, así como campañas que han rendido tributos a su legado de 135 años. Bajo el lema “Época del Ron”, Flor de Caña presentó su campaña para diciembre, posicionándose como el regalo ideal para celebrar las fiestas con un toque de tradición y modernidad. Se tuvo la participación de Toribio, Donato y Fabiana Granados donde se capturó la magia de la temporada y la importancia de compartir con los seres queridos. Este año se llevó a cabo la cuarta edición del Sustainable Cocktail Challenge en el hotel Marriott Hacienda Belén, con la participación de 49 mixólogos de la industria de los cuales 8 llegaron a la gran final, siendo la tercera ocasión que una mujer forma parte de los finalistas.

La marca **Smirnoff** sigue diferenciándose con vibrantes innovaciones: Smirnoff Vodka Spicy Tamarind. Es una opción de destilado fácil de tomar, el objetivo es alcanzar a las nuevas personas consumidoras y potenciar la relevancia de Smirnoff entre los 25 y 35 años. Es una fusión salvaje de sabores inesperados, tiene un sabor dulce y picante, capaz de encender cualquier momento.

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 39 - Principales hitos de categoría refrescos

|  |  |
| --- | --- |
| **Tropical** | **Tropical** realizó cambios en sus etiquetas y botella, para lucir mucho más innovadora,  moderna y única en el mercado. Con este cambio de imagen, la marca evoluciona  para las personas consumidoras que crecieron con Tropical y conquista a nuevas generaciones a través de una propuesta de valor altamente diferenciada en el mercado de té frío, siendo una marca cercana, divertida y fresca. Tropical Play la marca se enfoca en conectar con las personas consumidoras, promoviendo el movimiento a través de experiencias divertidas y refrescantes. |
| **Energéticos** | **Nuevo JET A.M.** En 2024, Jet modernizó la marca a través de su cambio de imagen,  comunicando una propuesta de valor de energía justa y refrescante. Con el objetivo de reclutar a nuevas personas consumidoras, Jet introdujo dos nuevos sabores de fantasía frutal: Kolita y Mango. Inspirados en los gustos del consumidor costarricense, están diseñados para satisfacer y ofrecer variedad de sabores indulgentes para acompañar y recargar de energía los momentos de disfrute.  **Maxxx Energy** En 2024 Maxxx Energy desafió las reglas, cambió su imagen y evolucionó sin perder la esencia. Nuevos diseños, colores y nombres frescos definieron el renacimiento, manteniendo el sabor que caracteriza a la marca. Se diversificó el gusto del consumidor al consolidar un mix de ventas donde todos los sabores tienen una exitosa participación. En noviembre se dio el siguiente paso con dos nuevas innovaciones funcionales: Manzana- Kiwi y Boost de Moras, formulados  con L-Carnitina y ElevATP– para una mejor recuperación muscular y mayor rendimiento– y diseñados para quienes llevan una vida activa, donde la energía  y la resistencia son clave. En solo 4 meses, estos nuevos sabores ya representan un 16% de las ventas, y el público meta (jóvenes de 18 a 24 años), son quienes están teniendo más conocimiento espontáneo de la marca. |
| **Carbonatadas** | Este 2024 **Pepsi** estrenó nueva imagen. La nueva identidad visual de Pepsi se inspiró en la trayectoria de la marca, al mismo tiempo que incorpora elementos modernos. La nueva paleta de colores introduce el azul eléctrico y el negro para crear contraste, vitalidad y un toque contemporáneo a la clásica combinación de la marca.  Además, se incorporó un pulso característico que evoca la “onda, explosión y efervescencia”, una metáfora para el movimiento de la marca al ritmo de la música, con la energía de la gente y el latido de la cultura popular. |
| **Gatorade** | **Gatorlyte**, el nuevo producto de la familia Gatorade desarrolló diferentes estrategias para ganar terreno en el segmento de sueros y afinar su apuesta en el punto de venta de cara al consumidor final. El producto abre camino en apuestas diferenciadas a lo  que ha venido desarrollando FIFCO en consumo masivo, teniendo el reto de capitalizar el sector salud. Mediante una estrategia de PR médico se lograron charlas sobre la ciencia de la hidratación en universidades de salud relevantes del país, un  evento dirigido al sector salud en acompañamiento de expertos del GSSI (Gatorade Sports Science Institute) y 250 visitas médicas guiadas por expertos en nutrición e  hidratación, con la finalidad de brindar sampling y educar respecto al producto y su posicionamiento en farmacias, en conjunto con equipos comerciales. Gatorlyte tiene especial relevancia en eventos masivos donde es necesaria una rápida recuperación  posterior a eventos de alta energía, una estrategia más que ha permitido el contacto directo con el consumidor. |
| **Agua** | Agua Cristal ofrece la mayor naturalidad y calidad a las personas consumidoras para  acompañar su día de manera ligera. Extraída de la naturaleza y envasada bajo los mejores estándares de calidad, Cristal es pureza y calidad garantizada, ideal para  acompañar meriendas, días de universidad o simplemente estar en la oficina. |

### FIFCO USA

Tabla 40 - Principales hitos de bebidas FIFCO USA

|  |  |
| --- | --- |
| **Seagram’s Escapes** | 2024 fue un año de transición para **Seagram's Escapes**, la compañía se centró en atraer y “reenganchar” a las personas consumidoras de bebidas alcohólicas saborizadas. La marca introdujo Jamaican Me Happiness Collection, diseñada para impulsar las compras repetidas de las personas consumidoras fieles y las compras incrementales de quienes apenas están conociendo la marca. Este producto se convirtió en la novedad del segmento, con mucho margen para crecer en 2025. Se implementó una nueva estrategia de comunicación más eficiente: mostrando a los y las consumidoras interactuando con el producto en ocasiones concretas, utilizando una programación de medios más eficiente y cercana al punto de compra, ofreciendo una visión contemporánea de los contenidos y creando asociaciones estratégicas con personas influyentes, como Kate Steinberg y Loryn Powel. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Lipton Hard Iced Tea** | La disponibilidad de **Lipton Hard Iced Tea** se expandió: ahora está disponible en casi 40 estados, y para 2025 llegará a toda la unión americana.  En enero se presentará el sabor Citrus Green Tea o té verde cítrico, en paquetes de 12 unidades. Este sabor es el más popular de Lipton sin alcohol en el mundo. Además, se realizaron colaboraciones con centros deportivos, como Comerica Park, Highmark Stadium y el Salón de la Fama del Rock and Roll.  Se inició una relación con USA Pickleball y se trabajará para llegar a ser la bebida preferida de los jugadores de este deporte. |
| **Labatt Blue** | A principios de 2024 **Labatt** creó una nueva cerveza inspirada en el golf: ¡Labatt Blue Light Raspberry Lemon! Una cerveza ligera y afrutada que incluye en su envase contenido relacionado con el golf. Esta cerveza se convirtió rápidamente en una de las favoritas de los aficionados y volverá en 2025.  Labatt conectó con sus seguidores mediante el fútbol y el golf, incluyendo asociaciones con equipos como los Buffalo Bills y los Detroit Lions, así como asociaciones deportivas universitarias con Syracuse University Athletics y Michigan State University Athletics. La alianza de Labatt con los Buffalo Bills tiene un valor inmenso. El equipo sigue cosechando buenos resultados, lo que amplifica aún más la presencia de la marca. La marca ha reintroducido las latas Labatt Blue y Labatt Blue Light con el tema Buffalo Bills Zubaz, que han vuelto a ser un gran éxito entre los aficionados. |
| **Genesee** | **Genesee** aprovechó sus históricas líneas de especialidades a lo largo de 2024, incluidas Spring Bock, Oktoberfest, Citrus Pils y la icónica 12 Horse Ale, que es la cerveza tradicional más solicitada de Genesee. También se lanzó la nueva favorita de los fans: ¡Mango Peach Kolsch! Esta cerveza se inspira en la popular Ruby Red Kolsch.  La Genesee Brew House tuvo otro año fuerte, reportando un aumento general de los ingresos netos del 16% en comparación con 2023. Esto se debió a los buenos resultados de la tienda minorista, que registró un aumento de las ventas del 29%. Además, la fiesta anual de iluminación del árbol de barriles atrajo a 5.000 aficionados y generó un récord de 78.000 dólares en ventas totales. |

### FIFCO MEXICO

Seagram’s Escapes Hard Seltzer lidera la categoría en México. Hubo un incremento de 4,667 puntos de venta en el 2024 vs 2023, llegando a más de 25,000 tiendas a nivel nacional. Seagram's Hard Seltzer desplazó a los otros competidores de la categoría y se convirtió en el más vendido del canal moderno de México. Frutos Rojos y la nueva fórmula de Durazno lideran las ventas de la marca. Adán&Eva Signature Cocktails: Moscow Mule, Orange Spritz y Gin&Tonic de Pepino también son parte del mercado mexicano. Smirnoff Electric Guava llegó a México en septiembre, a electrizar los sentidos de la Generación Z que siempre está buscando sabores diferentes. Electric Guava es un sabor inesperado, donde se mezclan la guayaba y un toque de jengibre, con 5% de alcohol. Es ideal para la vida nocturna y la fiesta intensa.

### FIFCO República Dominicana

En enero de 2024, tanto Bamboo como Adán&Eva llegaron a República Dominicana. Por un lado, Bamboo con una oferta de sabores que incluye Daiquirí de fresa, Piña Colada y Mojito y por otro, Adán&Eva con los sabores de Frutos Rojos y Mandarina. Estos lanzamientos son una importante oportunidad de negocio y se enmarcan en la estrategia de expansión en las regiones a desarrollar en los próximos años.

### 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** | Durante 2024, **Musmanni** renovó sus tiendas y mejoró su propuesta de valor. Se transformaron más de 120 tiendas, mejorando infraestructura, surtido y servicio. Además, se reestructuraron procesos para profesionalizar a las personas franquiciadas y al equipo administrativo y operativo que les brinda servicio a todas las tiendas. Musmanni ha crecido +11% en ventas gracias a la transformación de sus tiendas y la incorporación de nuevos productos de panificación y cafetería. Se mejoró la experiencia de compra y consumo  para las y los clientes. Además, el nuevo formato Musmanni Ventanita –una tienda moderna, ágil y adaptada al nuevo estilo de vida del consumidor- ha expandido su presencia a más de 20 tiendas en zonas estratégicas, alcanzando un total de más de 240 locaciones en todo el país (tiendas del sistema Musmanni como un todo). |
| **Musi** | La marca se ha expandido estratégicamente a la zona de San Carlos y Guanacaste, sumando 8 tiendas en estas áreas clave. El programa de lealtad sigue consolidándose  en el mercado, alcanzando más de 210 mil miembros que registran poco más del 25% de las ventas de Musi. Esto permite comprender mejor a las y los clientes a través de la analítica avanzada de datos. Como resultado, se ha logrado un incremento del 38% en el ticket promedio entre los miembros de Musi APP. Una excelente noticia de este periodo  es que la utilidad operativa directa del formato ha superado en un 225% la del año 2023.  En los últimos 2 años el formato de proximidad expandió su huella con la apertura de 29 nuevas tiendas, 19 en el GAM y 10 en zonas rurales. Hoy hay 76 puntos de venta en Costa Rica, siendo la marca con más tiendas en el segmento de conveniencia en el país.  En las principales categorías, los crecimientos vs año anterior han sido muy positivos: Bebidas Alcohólicas +45%, Bebidas No Alcohólicas +39%, Panificación +23% y Cafetería +42%. Musi continúa construyendo un camino de liderazgo y cumple la promesa de valor hacia el comprador, facilitando su vida y siendo sinónimo de conveniencia y buen servicio a un precio justo. |

### 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 mantuvieron sus altos estándares de calidad y servicio al cliente. En 2024, Marriott premió al Hotel W como el Mejor Hotel del Año en la región de CALA (Caribe y América Latina). Además, el restaurante Latitud 10° Norte recibió el reconocimiento como uno de los dos mejores restaurantes de Costa Rica según los World Culinary Awards. Se continuó con el proceso de remodelación del Hotel Westin, se renovaron las habitaciones, área lounge y área de piscina de Westin Club y la recepción principal del hotel junto con el bar y restaurante Cauri. En el Hotel W se realizó un cambio completo del Deck de la piscina de Zona Azul. El Hotel Westin logró un mayor porcentaje de ocupación y una mayor tarifa a lo obtenido en el 2023, mientras que el Hotel W logró una mayor tarifa, generando un mayor resultado para el negocio a lo obtenido en el 2023, realizando esfuerzos importantes para mitigar el efecto por la variable del Tipo |
| **Real Estate** | **W Residences Costa Rica** logró un cierre exitoso, marcando la venta oficial de todo el inventario del desarrollador. Además, se formalizo un contrato de exclusividad para la comercialización de tres casas W. **Guayacán Real** es un residencial con espectaculares vistas al océano. Se cerro exitosamente la venta de los lotes, completando también la venta oficial del inventario del desarrollador. **Laurel** es un nuevo residencial desarrollado por Reserva Conchal que cuenta con **27** lotes con vistas al bosque y un tamaño promedio de 1,243 m2. En su etapa de preventa, hay 10 lotes  reservados. En cuanto a **Sanara**, una parcela desarrollada por un tercero con comercialización exclusiva a cargo de la oficina de Real Estate, la primera fase de **30** lotes con casas llave en mano está completamente reservada. Además, se realizó el lanzamiento de la segunda fase de **28** unidades con más del **30%** bajo reserva. |
| **Golf y Club de Playa** | Durante el 2024 se alcanzaron resultados financieros récord en Club de Playa y Campo de Golf. El campo de golf recibió por cuarto año consecutivo el premio de “Mejor Campo de Golf de Costa Rica 2024” por parte de World Golf Awards. Se renovó en su totalidad la flota de carros de golf con los últimos modelos de EZGO, equipados con tecnología de punta para mejorar la experiencia de los jugadores. Resultados récord de visitantes en el Club de Playa, lo que demuestra la creciente aceptación y satisfacción con los servicios. Se realizó la renovación completa de los menús del restaurante Neenda y se realizaron nuevas activaciones para ofrecer una experiencia gastronómica innovadora y variada al cliente. |
| **RePUBlica Casa Cervecera** | Lanzamiento del programa de fidelización Ciudadano República, orientado a premiar la visitación de nuestros clientes. Ampliación del local de República en Plaza Real Alajuela, renovando y actualizando el formato para hacerlo más atractivo. |

### Florida Capitales

Tabla 43 - Principales hitos de Florida Capitales

|  |  |
| --- | --- |
| **Cervecería Panamá** | Nuevas capacidades comerciales permiten que las ventas y participación de mercado continúen creciendo. Modernización tecnológica de planta de producción. |
| **INCECA – Nicaragua** | Agilidad en una organización que alcanza buenos resultados en contexto retador. Desarrollo de negocio “Retail”. |
| **Comegua** | Caída en exportaciones a Suramérica. Fit estratégico: grupo vidriero líder con fuerte visión tecnológica. |

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

El 100% de los productos producidos y comercializados durante el periodo 2024, 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**

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

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

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** | **2022** | **2023** | **2024** |
| **Productos (consumidores)** | 732 | 817 | 693 |
| **Productos (clientes)** | 140 | 121 | 121 |
| **Mal manejo choferes** | 98 | 82 | 94 |
| **Logística (clientes)** | 211 | 78 | 68 |
| **Daños a la propiedad** | 51 | 46 | 27 |
| **Ambientales** | 0 | 5 | 0 |
| **Contrabando** | 2 | 2 | 0 |
| **Total** | 1.234 | 1.151 | 1.003 |

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 a 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 2024 alcanzamos la mayor cantidad de proveedores cubiertos desde 2019, logrando una cobertura en todas las unidades de negocio, de 414 proveedores. Para el año 2024, el 76% de todos los proveedores obtuvieron notas superiores a 80, lo que representa un aumento del 5% en comparación con el año 2023. |
| **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 2024 como parte de integrar la sostenibilidad desde la perspectiva de los clientes, FIFCO colaboró con la unidad de negocio Retail y los puntos de venta de Musi, identificando oportunidades de mejora en la gestión de residuos. |

## Resultados de Operación - Dimensión Social Interna

Dentro de las 7 metas planteadas al 2027, 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

Alineado con la meta ESG no. 6 para el 2027: “Reducir en un 50% el porcentaje de colaboradores en pobreza multidimensional”:

Se logró reducir 3,72 puntos porcentuales en el Índice de Pobreza Multidimensional Empresarial (IPMe), alcanzando un 5.80% vs. 9.52% registrado en el 2023. Este esfuerzo dio como resultado la mejora de la condición de 97 hogares de personas. La compañía está a 0,26 puntos de alcanzar la meta.

Tabla 46 - Abordajes para lograr disminuir el IPMe

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Dimensión** | **Indicador** | **Cantidad de personas intervenidas** |
| **Protección Social** | Personas con discapacidad sin transferencia | **32** |
| **Salud** | Sin Seguro de Salud | **203** |
| Sin Eliminación de Excretas | **29** |
| **Educación** | Rezago Educativo | **4** |
| No Asiste a la Educación Formal | **58** |
| **Trabajo** | Salario Mínimo | **205** |
| Incidencias Laborales | **121** |
| **TOTAL CIERRES 2024** | | **652** |

Se llevaron a cabo 8 talleres/webinars virtuales que abordaron las dimensiones de: Educación, Trabajo, Salud y Finanzas, con la participación de 992 personas colaboradoras.

**INICIATIVAS ESPECIALES:**

* Taller Presencial de Educación Financiera Astro Kids: Se llevó a cabo un taller financiero en colaboración con Grupo Mutual, dirigido a 25 niñas y niños familiares de personas colaboradoras.
* Feria de Emprendimiento “AstroEmprende”: Dos eventos diseñados para fomentar y apoyar emprendimientos de nuestras personas colaboradoras y sus familias. Con la participación de 32 emprendimientos, cada uno presentando sus productos y/o servicios.
* Se llevó a cabo un Taller Virtual de Empleabilidad, que constó de 4 módulos y una duración total de 8 horas. Este taller estuvo dirigido a familiares de colaboradores en situación de desempleo y contó con la participación de 21 personas. Su objetivo fue desarrollar habilidades clave para la búsqueda de empleo, incluyendo la mejora del currículum, la práctica de entrevistas y el fortalecimiento de habilidades interpersonales y de comunicación. El taller fue impartido por la Lic. en Psicología Pamela Céspedes.
* Psicología Clínica: Atención presencial y virtual a personas colaboradoras, pareja e hijos (as). Para un promedio de 21 personas atendidas mensualmente durante el 2024.

**IMPLEMENTACIÓN ASTRODESARROLLO GUATEMALA:**

Se realizó una revisión de la situación actual en FIFCO Guatemala, lo que permitió identificar las necesidades específicas la población. A partir de esta revisión, se desarrolló e implementó una herramienta adaptada, logrando un 86% de participación en su primera implementación. Los resultados mostraron una incidencia del 6.1% en personas con alta vulnerabilidad (12 hogares) y del 28.9% en vulnerabilidad media (53 hogares).

### Derechos Humanos, Diversidad e Inclusión

FIFCO da seguimiento continuamente a su política de derechos humanos, disponible para todos los públicos de interés. La integración de estas políticas fortalece el marco ético y normativo de FIFCO, garantizando un entorno laboral y comercial basado en principios sólidos de responsabilidad social y respeto a los derechos fundamentales.

Se sustenta en principios universalmente reconocidos, como la Declaración Universal de Derechos Humanos (DUDH), la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y los Principios de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) sobre las empresas y los derechos humanos; reflejando el compromiso de la empresa con estándares internacionales que promueven la equidad, la justicia y el respeto a la dignidad humana.

Como parte del compromiso con el crecimiento de mujeres en roles de liderazgo, se mantiene un seguimiento riguroso a los procesos de selección, promoción y desarrollo de carrera en cada geografía, asegurando la identificación y el crecimiento de candidatas calificadas dentro de la organización. Al cierre del año, FIFCO alcanzó un 38% de mujeres en posiciones de liderazgo, avanzando de manera constante hacia la meta del 40% para el 2027. Si bien se ha logrado ocupar nuevas posiciones con talento femenino, el indicador debe medirse anualmente, debido a la rotación natural de personal, lo que refuerza la necesidad de dar un seguimiento continuo.

FIFCO trabaja en el fortalecimiento de las habilidades de las personas de forma integral como individuos, contribuyendo a construir ser su mejor versión, tanto en su trabajo como en su vida personal.

Durante el 2024, se implementaron acciones concretas que refuerzan el compromiso de FIFCO con la diversidad, la inclusión y el respeto hacia las personas en todas sus geografías. En Costa Rica por noveno año consecutivo la empresa firmó la Declaración de San José, comprometiéndose a trabajar a favor de los Derechos Humanos de las personas LGTBIQ+.

En Guatemala, se dio continuidad al programa FIFCO Sin Límites, enfocado en la inclusión de personas con discapacidad auditiva en las operaciones. Esta iniciativa ha generado espacios seguros e inclusivos, y también ha contribuido a sensibilizar a la organización promoviendo una cultura más inclusiva y equitativa. Como resultado de estos esfuerzos, FIFCO Guatemala recibió una mención honorífica de la Organización Pro Ciegos y Sordos, que la reconoció como una empresa con prácticas inclusivas destacadas en el país.

En el negocio de hospitalidad, se concluyeron los talleres Aliados para la Inclusión, donde se formaron 15 personas de los comités de género y equipos de Recursos Humanos en conductas aliadas para promover la igualdad y fortalecer una cultura de inclusión dentro de la organización.

En el negocio de Estados Unidos, se dio continuidad a los talleres de “Inclusión Consciente”, ampliando el alcance de su audiencia a más líderes. Estas sesiones, que combinan actividades interactivas y discusiones grupales, permitieron a los participantes profundizar en el entendimiento de los sesgos inconscientes, la autoconciencia como herramienta para eliminar prejuicios y la importancia de promover un entorno de trabajo inclusivo.

### Alineamiento Organizacional

Con el objetivo de impulsar el desarrollo de las personas colaboradoras y el éxito sostenible de la empresa, durante el 2024 se implementaron programas de formación enfocados en el desarrollo de habilidades clave. FIFCO promueve un modelo híbrido de aprendizaje, que combina la flexibilidad del aprendizaje digital con las experiencias presenciales, asegurando así una formación integral y dinámica. En este sentido, UFIFCO ha jugado un papel clave al ofrecer programas basados en rutas de desarrollo y recursos multimedia, facilitando el acceso al conocimiento. Durante este año, se generó contenido de refuerzo adaptado a las necesidades de los equipos, buscando la actualización continua de sus competencias.

Durante el 2024, se ejecutaron programas de formación especializados en diversas áreas, destacando el compromiso de FIFCO por el crecimiento profesional y el desarrollo de capacidades en equipos clave de la organización.

### 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:

* Comunicación.
* Colaboración.
* Concentración.
* Confianza.
* Conexión.

Con el fin de fortalecer la 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 Cambio

En FIFCO, se continúan fortaleciendo las habilidades organizacionales para integrar la Gestión de Cambio en los diferentes proyectos e iniciativas. Esto procura 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.

En proyectos de transformación se aplica la metodología y herramientas para garantizar una adopción exitosa y positiva para las personas, especialmente en proyectos tecnológicos y otros cruciales para la transformación de la empresa. Además, se estableció una propuesta de transición al negocio para trabajar la adopción de los proyectos desde etapas iniciales, esto con el fin de mantener al negocio involucrado en las decisiones estratégicas durante la implementación del proyecto y construir el modelo de gobernanza previo a la entrega al negocio desde tres frentes: tecnología, procesos y personas.

Tabla 47 - Horas de capacitación impartidas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nivel** | **2022** | **2023** | **2024** |
| **Operativo** | 41,013 | 59,326 | 46,864 |
| **Profesional** | 19,792 | 13,453 | 19,886 |
| **Gerencial** | 4,175 | 8,700 | 50,524 |
| **Total** | **64,980** | **81,480** | **117,274** |

### 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 2024, FIFCO continuó consolidando su cultura de seguridad a través de capacitaciones, programas y campañas, además de trabajar en estrecha colaboración con el área de salud para promover la salud preventiva, destacando el programa “Estar Bien”.

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.
* 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 mejora de 3,2% teniendo un resultado al cierre de 2024 de 12,5 en el área de bebidas y alimentos.
* Se obtuvo el tercer lugar en la categoría A del desafío de brigadistas organizado por el Instituto Nacional de Seguros de Costa Rica.
* Registro de 0 accidentes en 2024 para planta Refrescos.
* Se trabajó en capacitaciones como tareas críticas (trabajos en altura, caliente, espacios confinados, LOTOTO), brigadas, uso de equipo protección personal, uso de montacargas, manejo de amoniaco y CO2, manejo defensivo, manejo manual de cargas, reglas que salvan vidas, entre otros.

.

## Resultados de Operación – Estrategia Social/ Agenda Externa

Durante el 2024, el enfoque continúa siendo la ciudadanía consciente, el programa de la estrategia social externa de FIFCO que sensibiliza e inspira a los diferentes públicos de interés sobre la relevancia de ser activistas en la promoción de la ciudadanía.

La inversión social aumentó debido a:

1. Gastos de capital (seguridad, salud y ambiente) aumentan debido a inversiones y proyectos en plantas de producción.
2. Aumenta inversión en seguridad, salud y ambiente.
3. Disminución de la base de cálculo (utilidad neta atribuible a accionistas).

### Consumo Inteligente y portafolio balanceado

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 48 - Agendas de Consumo Inteligente Integral

|  |  |
| --- | --- |
| **Capacitaciones** | 66.994 personas capacitadas/sensibilizadas en consumo de bebidas   * 977 E-learnings de personas colaboradoras de FIFCO * 568 programa ‘Tomá Mejor’ para colaboradores * 94 personas colaboradoras de Hoteles Westin y W * 2.040 personas colaboradoras vía “mailing” * 112 proveedores y clientes capacitados presencialmente * 12.314 clientes sensibilización vía Fill * 809 clientes a través de Distribución * 2.141 personas estudiantes de secundaria E-Learning ‘Vida Saludable’ MEP * 2.018 consumidores E-Learning ‘Aprendo a Manejar’ (FIFCO – Grupo Purdy) * 45.921 consumidores a través de Redes Sociales   Campaña de consejos de Consumo Inteligente para el fin de año: Se alcanzaron 491.150 personas distintas durante el mes de diciembre a través de un total de 814.586 impresiones. Se generaron 7.020 interacciones (reacciones, comentarios y “shares”) y un total de 8.830 clics en los anuncios, para un CTR promedio de 1,75%. |
| **Portafolio balanceado 2024** | **Huella de Azúcar Bebidas FIFCO:** La bebida promedio de FIFCO cerró el año con un acumulado de 8,18 g de azúcar por porción de 250 ml, superando la meta ESG #4: <10g /250 ml contenido de azúcar en portafolio FIFCO  **Portafolio de Alimentos:**   * Redujo un 16% el consumo de grasa. Dejo de utilizar 7,8 kg de grasa por tonelada de producto. * Redujo el consumo de sal en un 41%. Dejo de utilizar 4,4 kg de sal por tonelada de producto. * Disminuyo el 15% del contenido de sodio en los frijoles molidos Ducal con sabor. * Sigue manteniendo niveles por debajo de la meta nacional de sodio y de grasa en la familia de pan melcochón.   **Alimentos Musmanni:** La familia de pan melcochón sigue manteniendo niveles por debajo de la meta nacional de sodio y de grasa. |

### Programa de Formación Dual

El programa de formación dual en Reserva Conchal cumplió este 2024 su décimo aniversario de ejecución continua, siendo el programa de esta modalidad más consolidado en el sector turismo.

Más del 85% 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:

* **La paz tiene muchas formas:** FIFCO, el Ministerio de Educación Pública (MEP), la Fundación PANIAMOR y la Dirección Nacional CEN-CINAI desarrollaron una caja de herramientas digital que incluye varios recursos educativos como un cuento ilustrado, una guía de lectura, cápsulas informativas y una infografía para hacer conciencia y prevenir la violencia desde la Primera Infancia.
* **Vida Saludable:** Mediante un convenio con el MEP, FIFCO trabaja el proyecto “Vida Saludable”. Es una plataforma de enseñanza virtual dirigida al estudiantado de décimo y undécimo año de centros educativos públicos, que buscan realizar su trabajo social comunitario en temas relacionados con el bienestar integral. En 2024 la plataforma Vida Saludable impactó a 2.145 personas estudiantes y en total, desde que inició, ha impactado a 10.542 personas.
* **Alianza con Universidad McGill:** Por segundo año consecutivo Reserva Conchal y McGill University mantienen su alianza para potenciar proyectos de sostenibilidad con ayuda de Inteligencia Artificial. Este año se recibió en Guanacaste la segunda generación de estudiantes de McGill University. Este año se han colocado en los alrededores de Reserva Conchal más de 60 pasos de fauna equivalentes a una distancia de 1600m y con ellos se logró disminuir la incidencia de animales heridos en carretera.
* **Programa educativo “Huella Ambiental”:** Durante el 2024 Reserva Conchal desarrolló un nuevo proyecto llamado “Huella Ambiental” con el objetivo de concientizar en temas ambientales a estudiantes de las escuelas de Brasilito y Matapalo las cuales representan 2 de las comunidades más próximas a las instalaciones. Se impartieron 8 talleres presenciales con un total 322 estudiantes.
* **Huerta Agroecológica Najui:** El proyecto de Huerta Najui (que significa Mujer en Chorotega) ubicado en Reserva Conchal continúa innovando en su manera de producir parte de las hortalizas, hierbas y flores que son utilizadas en las operaciones del negocio de Hospitalidad.

### 

### Programa de Voluntariado Elegí Ayudar

Los programas de voluntariado estuvieron orientados a temas ambientales y sociales. Hubo 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.

El Programa de Voluntariado Elegí Ayudar es el brazo ejecutor de iniciativas sociales y ambientales de FIFCO a nivel de voluntariado, además de ser el mecanismo a través del cual los colaboradores viven la sostenibilidad de primera mano. Este programa de voluntariado se ejecuta en Costa Rica, Guatemala y Estados Unidos.

En estas jornadas participaron más de 3.571 personas, incluyendo: personas colaboradoras, proveedores, accionistas y público externo, obteniendo los siguientes resultados;

* Cantidad de horas realizadas en 2024: 28.493
* 3540 árboles sembrados
* +11.890 kg de residuos recolectados
* +192.664 personas impactadas
* 9 parques Nacionales/Áreas Protegidas intervenidos por personas voluntarias
* +450 kg de conchas devueltas al mar en Playa Cocles (Caribe) y Playa Conchal (Pacífico).
* Acumulado: 1.094.444 horas

### Agenda de Sostenibilidad basada en la gobernanza.

FIFCO estableció una ruta clara para convertir a la organización en un referente de Gobernanza al 2027.

La agenda de trabajo respalda el actuar de la compañía y garantiza la continuidad del negocio. FIFCO estableció la meta número 7 como parte del eje de Gobernanza mostrando avance en 2023.

La gobernanza es un pilar en la agenda de sostenibilidad, es la base sobre la cual se define cómo opera la empresa, establece procesos, indicadores y políticas, garantizando solidez, ética y transparencia.

Los siguientes son los pilares del programa:

* **Código de Gobierno Corporativo**: El Gobierno Corporativo establece el conjunto de políticas bajo las cuales se dirige y controla la compañía; se regula el accionar de la Junta Directiva, sus comités técnicos, la Administración y las Unidades de Control Interno con el fin de procurar que las decisiones sean transparentes y protejan los intereses de la empresa y sus accionistas. FIFCO se rige por el Código de Gobierno Corporativo, aprobado por la Junta Directiva en mayo 2017. Su cumplimiento es obligatorio para todo el personal. En él, se establece el sistema mediante el cual la empresa es dirigida bajo los principios de transparencia, rendición de cuentas y sostenibilidad, al considerar los siguientes apartados:

I. Generalidades.

II. Órganos para la gobernabilidad de la compañía.

III. Políticas y procedimientos para el Gobierno Corporativo.

IV. Mecanismos para acreditar el cumplimiento del Gobierno Corporativo.

* **Gestión de Riesgos:** Garantiza que se alcancen los objetivos definidos en la compañía y que se protejan los recursos de los inversionistas. Además, la gestión de riesgos procura la viabilidad financiera apoyando la eficiencia de la operación, mitigando los efectos negativos cuando se presenta un incidente de riesgo y

permitiendo la optimización de las fuentes de fondeo disponibles. La gestión de riesgos en FIFCO se basa en el estándar ISO 31000 y COSO ERM. Como parte de este proceso, en el 2023 la Junta Directiva aprobó una nueva versión de la Política Corporativa de Riesgos (el primer lineamiento data de 2017). Establece que la compañía asumirá un perfil de riesgo conservador, el cual descansa en las siguientes pautas básicas de administración:

* Papel de la Junta Directiva y el Comité de Auditoría y Riesgos.
* Funciones de la Gerencia de Riesgos
* Parámetros para administrar el portafolio de deuda e inversiones y utilizar coberturas financieras
* Modelo de gestión de riesgo no financiero y continuidad del negocio.

Los esfuerzos de riesgo se enfocaron en trabajar tanto en planta cerveza como en planta refrescos. Adicionalmente, se avanzó en el mapeo de la planta de Guatemala (se cuenta con un plan de expansión estratégico para los siguientes procesos o sites que se debe ejecutar en los siguientes años). Como parte del alineamiento al modelo ESG, el concepto de riesgos se ha trabajado bajo un modelo de GRC (gobernanza, riesgos y cumplimiento) y este año se fortaleció el proceso al incluir la verificación de la efectividad de los controles. El proceso se ha acompañado de una gestión del cambio que fortalece la cultura de gestión de riesgos en la compañía.

* **Ciberseguridad:** Escudo Colectivo se posiciona como la estrategia integral para fortalecer la ciberseguridad en la organización en las diferentes geografías. Capacitación y concientización.

Se ha capacitado a 1.078 colaboradores, priorizando quienes cuentan con un equipo de cómputo asignado, por medio del programa de concientización en todas las geografías, así como a 823 nuevos ingresos. Fortalecimiento de la Infraestructura Digital Implementación de herramientas avanzadas de detección y respuesta a amenazas con herramienta de Sentinel y SOC de última generación. Incrementando y optimizando el tiempo de detección y toma de acciones logrando así reducir significativamente la probabilidad de incidentes de ciberseguridad. Gobernanza Entrega y publicación de la política de seguridad de la información y los lineamientos asociados que actúan como guía estratégica para prevenir, detectar y responder a amenazas cibernéticas.

Pilares fundamentales de la estrategia:

* Organización
* Procesos, políticas y procedimientos
* Tecnología

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

* **Estrategia Climática**: Este fenómeno intensifica eventos climáticos extremos como olas de calor, sequías e inundaciones, afectando gravemente a las comunidades y ecosistemas. La crisis climática intensifica problemas como la escasez de agua, la inseguridad alimentaria y la pérdida de biodiversidad. La urgencia de tomar medidas concretas y coordinadas a nivel global es crucial. Por esta razón, en FIFCO se ha priorizado una ruta de operación denominada. Estrategia de Acción Climática, que aborda desde una perspectiva de gestión de riesgos los 3 componentes claves de la gestión climática: mitigación, adaptación y la gestión de daños y pérdidas ante los impactos asociados al cambio climático. Esta agenda la lidera la Gerencia Corporativa de Salud, Seguridad y Ambiente y la Gerencia Corporativa de Riesgo.
* **Continuidad del negocio**: En el 2024, se logró la certificación ISO 22301 (Continuidad del Negocio) en Planta Cerveza de Costa Rica.

Con esta distinción la compañía asegura que cuenta con un proceso que minimiza el impacto de cualquier evento disruptivo en los activos, servicios y productos, medio ambiente, comunidad y otras partes interesadas. Este proceso en un esquema de mejora continua y se fundamenta en los siguientes pilares:

* + - Una política con los lineamientos a seguir antes, durante y después de una interrupción del negocio para asegurar una respuesta adecuada a la materialización de un riesgo.
    - Planes documentados e implementados: Continuidad del Negocio, Gestión de Crisis, Respuesta y recuperación ante Emergencias y Plan de Recuperación Tecnológica.
    - Una estructura organizacional que le brinda gobernanza a este proceso, por medio de los siguientes comités: Continuidad y Crisis, Emergencias y Recuperación Tecnológica.
    - Revisión periódica de los análisis de riesgo e impacto de negocio para los procesos en la cadena productiva asociada a cerveza en Costa Rica.
    - Un Plan de pruebas que considera ejercicios de simulación para las estrategias de continuidad y planes
    - Una herramienta tecnológica para el control y registro de la información del sistema de gestión y un proceso de gestión de cambio bajo el lema “FIFCO no para”.
    - 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.

La organización se caracteriza por una visión responsable en el pago de impuestos, mostrando transparencia en sus decisiones y total apertura ante las autoridades tributarias para colaborar en revisiones fiscales. La gestión fiscal se construye sobre fundamentos que de forma pública FIFCO

comunica, tales como: (i) Declarar y pagar lo correcto en tiempo y forma, (ii) Actuar con transparencia y colaboración ante las autoridades fiscales, (iii) Operar bajo una delegación de autoridad competente, (iv) Estimular la actualización constante en áreas de transcendencia fiscal, (v) Operar bajo un ambiente de control permanente con auditorías internas y externas. (vi) No utilizamos legislaciones de baja o nula tributación con la intención de tomar ventajas impositivas.

### Ética y Transparencia

El Código de Ética y Conducta FIFCO aborda la ética de forma contundente, al especificar cuáles son aquellos comportamientos esperados en las personas colaboradoras, mecanismos de denuncia y reclamación existentes, así como el tratamiento a temas de corrupción.

El cargo directivo responsable del Código de Ética está representado en la figura del Director de Auditoría y Cumplimiento. Los miembros del órgano de gobierno y empleados reciben capacitación sobre el código de ética y sobre las políticas más importantes para la compañía. Para colaboradores y colaboradoras de nuevo ingreso, el área de Talento coordina que dentro del proceso de inducción, realicen el curso virtual que contiene el Código de Ética descargable, una comprobación de conocimiento y un título de aceptación de este.

Todos los miembros del órgano de gobierno, personas colaboradoras y los socios empresariales están en la obligación de llevar el curso virtual Código de Ética, así como de leer el documento Código de Ética y Conducta FIFCO, registrado a nivel de usuario en el expediente del funcionario de la compañía. Dicho código aplica para todas las unidades de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, FIFCO USA y México. Además, el área de Ética realiza charlas virtuales a diferentes áreas, tales como Eventos Especiales, Almacenes, Retail, entre otras.

## 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.

### Agenda plástica 360

El programa Plástico 360º contiene las iniciativas para ser parte de una economía circular y contar con envases y embalajes de menor impacto ambiental. Desde el año 2018, FIFCO trabaja en una agenda transformacional llamada Plástico 360 º.

1. **FIFCO Circular**

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

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

FIFCO ha estado dirigiendo sus esfuerzos hacia la circularidad a través de su historia, sin embargo, es hasta la implementación de FIFCO Circular, que mide su grado de circularidad y su potencial de mejora, por medio del Indicador de circularidad de material (ICM), desarrollado por la Fundación Ellen MacArthur y Granta Design. Este indicador evalúa la circularidad de los flujos de los materiales, considerando el origen de los elementos, su durabilidad, el destino y la eficiencia de su transformación.

Transición hacia ciclos cerrados de circularidad, esfuerzos realizados:

1. Reducción del gramaje e incorporación de resina reciclada

El 71% del material de empaque y embalaje tiene contenido de material reciclado.

1. Se concretan 2 proyectos de reducción de materiales.
2. Reemplazo de plástico secundario en cerveza.
3. Procesos colaborativos con proveedores del Programa de Compras Sostenibles, para optimizar procesos y reducir la cantidad de
4. material, evitando la generación de residuos.
5. Iniciativas de sensibilización y concientización con el personal en todas las operaciones.
6. Se continúa con la certificación Zero Waste to Landfill.
7. Se alcanzan las metas de recolección postconsumo planteadas
8. Se mantiene el índice del indicador con respecto al año 2023 es del 61%.
9. Se mantiene la iniciativa de circularidad en las tarimas de madera, las llantas utilizadas en los talleres de mantenimiento, los envases de vidrio, empaques secundarios y terciarios, el afrecho, entre otros
10. Se trabaja en la incorporación de iniciativas en esta misma línea para continuar avanzando, como parte de las estrategias a futuro
11. **Programa de Reciclaje Post Consumo**

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

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

FIFCO recupera el 100% de los materiales de envases que coloca en el mercado. Se recuperó un total de 9.617 TM de envases post consumo no retornables, 910 TM más que en el 2023.

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

1. **Programa de Reciclaje Post Industrial y Estrategia Cero Residuos**

FIFCO ha destacado en el top 3 de MERCO como la empresa más responsable con el ambiente en los últimos 7 años. Esto refuerza el compromiso con la dimensión ambiental y en este caso, con la gestión responsable de los residuos, implementando políticas y prácticas sostenibles que minimizan el impacto ambiental y promueven la economía circular.

Los residuos generados en las instalaciones físicas se gestionan a través de gestores autorizados de residuos. La compañía realiza un seguimiento de la operación de estas empresas a través de la solicitud de los permisos correspondientes, así como en algunos casos, la ejecución de auditorías de sostenibilidad de la mano del Programa de Compras Sostenibles. Todos los gestores deben cumplir con las leyes aplicables según el país de operación, así como garantizar la gestión adecuada y la trazabilidad de los residuos que le son entregados.

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

* 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.

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

1. **Cero Residuos**

La certificación “Zero Waste To Landfill” otorgada por Carbon Trust se mantiene para Distribuidora La Florida y FIFCO Retail. Esto asegura -por medio de una verificación de tercera parte-, los esfuerzos realizados para reducir el impacto asociado a la huella de residuos en las operaciones de bebidas y alimentos en Costa Rica. En 2024 se inició la gestión para que la unidad de Hospitalidad sea incluida dentro del cálculo para los próximos años.

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

La compañía se mantiene mejorando e innovando en los procesos productivos, sensibilizando al personal e identificando alternativas adicionales que generen menores impactos.

### Estrategia Climática

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

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

* Mitigación:
  + - Sustitución de bunker.
    - Eficiencia energética.
    - Movilidad eléctrica.
* Adaptación:
  + - Programa de Prácticas Agrícolas Sostenibles.
    - Proyecto de continuidad de la cadena de abastecimiento ante crisis climática.
    - Proyecto de Gestión de riesgo en cadena de abastecimiento.
* Gestión de pérdidas y daños:
  + - Inversión en infraestructura climática
    - Reparación de infraestructura dañada por embate climático

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

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

### 4.3 Agua positiva

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

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

Las 4 tapas de las estrategias del Agua Positiva:

* Medición de todos nuestros consumos: El nivel de detalle de medición se ha ido afinando con el tiempo, con el fin de identificar aquellas oportunidades de reducción de consumo y de optimización, para hacer un uso más responsable de este recurso.
* Control y reducción: Los indicadores y metas de cada periodo se establecen con base en las proyecciones de comportamiento y el histórico de años anteriores, es por esta razón que se observan fluctuaciones en algunas unidades de negocio, sin embargo, los planes y controles de reducción de consumo y eficiencia son una actividad constante en cada una de las operaciones.
* Compensación: Se mantiene el proceso de compensación externa para la operación de bebidas en Costa Rica mediante la protección de cuencas hidrográficas a través del mecanismo de Pagos por Servicios Ambientales (PSA’s) del Fondo Nacional de Financiamiento Forestal (FONAFIFO) y del fondo Agua Tica gestionado por medio de FUNDECOR (Fundación para el Desarrollo de la Cordillera Volcánica Central). Esta cuantificación es verificada anualmente por el Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica.
* Agua Positiva: Luego de lograr una huella hídrica neutral, gracias al mecanismo de compensación mencionado anteriormente, de forma voluntaria, FIFCO realiza un esfuerzo adicional y llega al valor positivo en las operaciones de FDIS. Esto se alcanza por medio de los proyectos de fijación de agua con la finalidad de devolver más agua al sistema hídrico de la que toma de este.

Saneamiento: Para todas las operaciones y unidades de negocio, los criterios utilizados para garantizar la calidad del vertido de efluentes son los parámetros definidos por legislación de cada geografía donde se opera. No existen operaciones en países con ausencia de regulación en el tema y los sistemas de tratamiento de agua residual de todas las instalaciones se encuentran en operación continua y normal.

### 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 91,3% en energía renovable.
* Guatemala: La matriz energética local cuenta con un 100% en energía renovable, distribuido en un 55% de energía de fuente hídrica y un 45 % de biomasa
* FIFCO USA: La matriz energética se ve favorecida por ubicarse en Rochester, New York, región eléctrica de los Estados Unidos con mayor generación de energía eléctrica proveniente de fuentes renovables y por ende el menor factor de emisión de todo el país con 0,12 kg CO2/kwH.

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

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

1. **Energía térmica**

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

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

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

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

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

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

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

### Certificaciones ambientales y otros reconocimientos

Todos los procesos que se encuentran bajo un estándar de certificación se basan en la ejecución sistemática de acciones bajo el marco de mejora continua. Se establecen estrategias claras de alto nivel; tales como identificación de aspectos e impactos ambientales, identificación y evaluación de requisitos legales, formación y toma de conciencia de nuestro personal, control operación, seguimiento y medición, auditorías y revisiones por la Alta Dirección.

### Quejas, denuncias y sanciones

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

### Biodiversidad

FIFCO reconoce la importancia de incluir la variable de biodiversidad dentro de su modelo de negocio. Para lograrlo, se siguen dos pasos fundamentales: primero, se asume la responsabilidad del impacto de las operaciones sobre los recursos naturales mediante la medición, verificación y reporte de las huellas ambientales de agua y carbono. Segundo, se invierte en iniciativas y procesos que no solo reducen o compensan dicho impacto, sino que también promueven la restauración ecológica y la conservación de la biodiversidad en las zonas de influencia.

El recurso hídrico es vital para el negocio, por esta razón, se participa en iniciativas que promueven la protección de zonas de recarga acuífera, las cuales aseguran la conservación del bosque que las acoge y evitan su contaminación en el transecto con el que colindan las operaciones.

FIFCO promueve la protección de hábitats tanto a lo interno de sus propiedades como extensiones de terrenos fuera de ella.

Reserva Conchal destina el 4% del área total de su propiedad para formar parte del Refugio Nacional de Vida Silvestre Mixto Playa Conchal. Gracias a este esfuerzo, el proyecto inmobiliario ha venido realizando importantes aportes a lo largo de los años, para la protección de diversas zonas tanto fuera como dentro de su propiedad protegiendo la biodiversidad y salvaguardando el bienestar de su ecosistema. La protección de este espacio aporta un sumidero de carbono el cual para el año 2024 capturó 160,03 toneladas de carbono. Adicionalmente, de manera anual se realizan inmersiones de biología marina por profesionales competentes y acreditados donde se comprueba que no exista afectación a la flora o fauna marina en el área de influencia.

Preservar y restaurar los ecosistemas asociados al manglar y bosque circundante, incorporando el interés local por temas ambientales, así como preservar la belleza escénica del sitio para esparcimiento y recreación, tanto para los pobladores de las comunidades cercanas como para turistas nacionales y extranjeros. El refugio mantiene la categoría de satisfactoria con una nota mayor a 90% en la evaluación de manejo entre las áreas protegidas del Área de Conservación Tempisque (ACT).

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 2024 por el periodo del 01 abril del 2024 al 31 de marzo del 2026. A continuación, información de cada director:

Ilustración 1 - Junta Directiva vigente

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

Descripción generada automáticamente**

Tabla 49 - 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** | |
| Shannon Music Gamboa | Presidente |
| Arturo Alexis Loría Agüero | Secretario |
| Roberto Truque Harrington | Miembro |
| Sergio Egloff Gerli | 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 50 - Paquete compensación ejecutiva

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Rubro** | **En millones de colones** | |
| **2023** | **2024** |
| Salario base | 16.804 | 17.311 |
| Bonificación ejecutiva | 3.050 | 2.987 |
| **Total** | **19.854** | **20.298** |

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

Tabla 51 - Acciones adjudicadas y traspasadas

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Periodo** | **Cantidad adjudicada** | **Cantidad traspasada** | **No utilizadas** | **Saldo** | **Fecha valor** | **Vencimiento final** |
| 2022 | 1.406.633 | 722.967 | 271.088 | 412.578 | 31 de diciembre de 2021 | 31 de diciembre de 2025 |
| 2023 | 1.340.945 | 421.801 | 223.290 | 695.854 | 31 de diciembre de 2022 | 31 de diciembre de 2026 |
| 2024 | 1.423.118 | 272.850 | 74.710 | 1.075.558 | 31 de diciembre de 2023 | 31 de diciembre de 2027 |
| **Total** | **4.170.696** | **1.417.618** | **569.088** | **2.183.990** |  |  |

## Personal

FIFCO emplea directamente a 6.883 personas entre personal de planta, distribución, administración y servicios, 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 52 - Distribución del personal por país

|  |  |
| --- | --- |
| **País** | **Colaboradores** |
| Costa Rica | 5 396 |
| Estados Unidos | 763 |
| Guatemala – El Salvador-México | 724 |
| **Total Empleados** | **6.883** |

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 53 - Porcentaje de colaboradores afiliados a Asociaciones Solidaristas

|  |  |
| --- | --- |
| **Asociación Solidarista** | **Porcentaje de Colaboradores** |
| Asociación Solidarista de Empleados de Reserva Conchal y Afines (ASORESERVA) | 68,00% |
| Asociación Solidarista de Empleados de Panificadora Nacional  (ASEPAN) | 76,00% |
| Asociación Solidarista de Empleados de Florida Ice & Farm Co. S.A. y Afines (ASOFLORIDA) | 69,00% |

## Participación social de directores, personal gerencial y empleados

Al 31 de diciembre de 2024 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 0.09% del capital accionario total.

En lo que se refiere al personal gerencial de la Compañía su participación es de 1.01% 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.

Una tienda de libros

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.

# Capítulo 6.

# Resultados de operación y financieros e información prospectiva

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

Tabla 54 - Saldos con partes relacionadas

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Saldos** | **31-dic** | **31-dic** |
| **(En millones de colones)** | **2023** | **2024** |
| ***Por cobrar:*** | | |
| Compañía Cervecera de Nicaragua, S.A. | 1.114 | 843 |
| Compañía Distribuidora Nicaragua, S.A. | 262 | 377 |
| Cervecería Panamá, S.A. | - | 396 |
| Heineken Internacional, BV. | 134 | 269 |
| H.A. Logística de Carga, S.A. | 3 | - |
| Condominio Horizontal Residencial | 97 | - |
| Vidriera Centroamericana, S.A. | - | 16 |
| **Total** | 1.610 | 1.901 |
| ***Documentos por cobrar*** | | |
| Cervecería Panamá. S.A. | **5.269** | **5.128** |
| ***Por pagar:*** | | |
| H.A. Logística de Carga, S.A. | 977 | 667 |
| Vidriera Guatemalteca S.A. |  | 209 |
| Heineken Internacional, BV. | 42 | 222 |
| Compañía Cervecera de Nicaragua, S.A. | 236 | 280 |
| Vidriera Centroamericana, S.A. | 93 | 199 |
| Compañía Distribuidora Nicaragua, S.A. | 51 | 50 |
| Jiménez Blanco y Quiros, S.A. | 42 | 17 |
| Condominio Horizontal Residencial | 43 | 44 |
| **Total** | 1.484 | **1.688** |

Fuente: Estados Financieros Auditados al 31 de diciembre del 2024.

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

Tabla 55 - 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** |
| **2023** | **2024** |
| ***Compras de envases y producto:*** | | |
| Vidriera Centroamericana. S.A. | 7.225 | 9.027 |
| Heineken Internacional. BV | 578 | 1.001 |
| Compañía Cervecera Nicaragua. S.A. | 1.609 | 678 |
| Vidriera Guatemalteca S.A. | 3.770 | 1.516 |
| **Total** | **12.453** | **12.222** |
| **Ingreso por venta de producto** | | |
| Compañía Cervecera de Nicaragua, S.A. | 9.666 | 7.557 |
| Compañía Distribuidora de Nicaragua, S.A. | 3.643 | 4.364 |
| Heineken Internacional, B.V. | 2.459 | 2.564 |
| Vidriera Centroamericana, S.A. | 63 | 99 |
| Cervecería Panamá, S.A. | 14 | 1.246 |
| **Total** | **15.845** | **15.830** |
| ***Ingreso por intereses:*** | | |
| Cervecería Panamá. S.A. | **287** | **287** |
| ***Reintegro de gastos:*** | | |
| Heineken Internacional. B.V. | **200** | **123** |
| ***Dividendos recibidos:*** | | |
| Inversiones Cerveceras Centroamericanas. S.A. | 10.125 | 10.342 |
| Empresas Comegua. S.A. | 3.400 | 2.629 |
| **Total** | **13.525** | **12.971** |
| ***Gastos por servicios:*** | | |
| H.A. Logística de Carga, S.A. | 4.105 | 4.232 |
| Heineken Internacional, B.V. | 755 | 631 |
| Compañía Cervecera de Nicaragua, S.A. | 719 | 540 |
| Jiménez Blanco y Quirós, S.A. | 427 | 354 |
| Condominio Horizontal Residencial | 1.199 | 1.323 |
| Compañía Distribuidora de Nicaragua, S.A. | 311 | 388 |
| **Total** | **7.516** | **7.468** |

Fuente: Estados Financieros Auditados al 31 de diciembre 2024.



# Capítulo 7.

# Información financiera

## Anexos al Prospecto

* Estados Financieros Consolidados Auditados 2022
* Estados Financieros Consolidados Auditados 2023
* Estados Financieros Consolidados Auditados 2024
* Calificación de Riesgo.
* Reporte Integrado 2024 disponible en el enlace [www.fifcosostenible.com](http://www.fifcosostenible.com)

## 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 2024. [↑](#footnote-ref-2)
2. Las variaciones que se muestran en esta sección corresponden al comparativo 2023 vs. 2024. [↑](#footnote-ref-3)
3. Al 31 de diciembre de 2024 y 2023, 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)