



FIFCO expande fronteras con nuevo modelo de negocios en México

- Marca Seagram's Escapes tendrá presencia en ese país con autenticidad local.
- Producción y comercialización se terceriza en México y se lidera estrategia desde Costa Rica.

San José, julio 2020. La compañía de origen costarricense FIFCO, incursiona con un nuevo modelo de negocios en México que lleva más de un año de planificación y análisis, es 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 la categoría bebidas alcohólicas saborizadas, un producto enfocado y personalizado a las tendencias de consumo de los mexicanos.

“La expansión regional está entre los pilares de crecimiento de FIFCO. Este modelo de negocio “liviano en activos” nos permite desarrollar productos con los altos estándares de calidad que trabaja FIFCO, pero producidos por socios comerciales en México que conocen perfectamente al consumidor local. Esto fortalece el posicionamiento de la compañía y la marca Seagram's Escapes en ese país. Nuestro equipo liderará desde Costa Rica la efectiva ejecución de la estrategia comercial y los procesos operativos”.

Gisela Sánchez, Directora de Relaciones Corporativas de FIFCO.

Bajo este modelo, FIFCO llevará el día a día del negocio desde Costa Rica liderando el enfoque comercial. En México se tendrá el producto disponible en más de 6.000 puntos de venta, sin que esto conlleve una inversión en plantas de producción propias, equipos de suplencia o distribución u otros activos. Este proyecto inició su planeamiento estratégico en el año 2019 y a pesar de la llegada del COVID-19, FIFCO confía en la fortaleza del proyecto.

La marca que tendrá presencia en México es Seagram's Escapes, que ya está consolidada en la división de FIFCO USA y está entre el top 10 de preferencia en la categoría de bebidas alcohólicas saborizadas de ese país. A nivel regional esta categoría experimenta un crecimiento exponencial, pues en los últimos 10 años creció un 127%.

Por esencia local, los sabores, presentación y estrategia comercial de estos productos serán en su totalidad enfocadas al consumidor de México, destacan sabores gustados en ese país como pepino, jamaica, tamarindo y mora, mezclados con tequila o mezcal, en una presentación de lata de 355 ml con solo 102 calorías. Todos los productos son elaborados en México.

Esta nueva modalidad de hacer negocios forma parte de la expansión comercial que aplica FIFCO. Es una incursión basada en tendencias de consumo y un conocimiento profundo del mercado.

Exportación de portafolio.

Otro proyecto que ejecuta FIFCO en la región es la expansión de su marca Adán&Eva, que se lanzó a finales del 2019 y ya se exporta con éxito a Panamá, El Salvador y Guatemala. Este producto resalta como una importante innovación al ser la primera bebida alcohólica saborizada cero azúcar de Centroamérica. Adán&Eva se une a otras como marcas como Bliss, Bamboo, Imperial y Tropical que FIFCO exporta desde Costa Rica a 16 países.



De esta manera, FIFCO amplía su presencia en el continente, con operaciones en Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Estados Unidos y recientemente en México, genera empleo a más de 6.000 personas y cuenta con un portafolio de más de 1.500 productos.

Contacto para más información y detalles.

Diego Oconitrillo J.

Relaciones Corporativas FIFCO.

2437-6550 - 8820-4793 | diego.oconitrillo@fifco.com