

Regresa Pilsen 6.0, el “birrón” que valía la pena esperar

- Por 10 años consumidores de la marca solicitaron esta cerveza
- Nueva presentación refuerza las credenciales cerveceras de la marca

San José, 2019. En respuesta a reiteradas solicitudes por 10 años por parte de sus consumidores, Pilsen reintroduce su extensión de marca, Pilsen 6.0, una cerveza con doble malta, más cuerpo y amargor perfecto, características que, a criterio de los maestros cervecedores, refuerzan las credenciales de la marca y la convierten en todo un “birrón”.

Según el maestro cervecero Alonso Brenes: “Pilsen 6.0 refuerza el *alma* de la marca con una cerveza balanceada entre un cuerpo robusto, amargura acentuada y un porcentaje de alcohol importante, además es refrescante, fácil de tomar y un color dorado intenso. Esta innovación viene a demostrarle a quienes aman la cerveza porqué Pilsen es la *birra que sabe a birra*.”

Esta cerveza, con un contenido alcohólico de 6%, recomienda a su público mantener los estándares para disfrutarla, contemplando un Consumo Inteligente de máximo 3 cervezas para hombres y 2 para mujeres, por ocasión de consumo. La diferencia entre hombres y mujeres no es machista, sino basada en aspectos fisiológicos. Se sugiere acompañarla con comidas como carnes y salsas como la barbacoa, además, se recomienda tomarse el tiempo para saborearla y también ingerir agua entre cerveza y cerveza.

“Todas las marcas de FIFCO escuchan a sus consumidores y en el caso de Pilsen notamos cómo nos solicitaron durante 10 años lanzar nuevamente la Pilsen 6.0, es una cerveza que combina muy bien con carnes y sabores fuertes. Esperamos que sea parte de los festejos de fin de año, siempre con un consumo inteligente”, destacó Gisela Sánchez, directora Relaciones Corporativas de FIFCO.

Durante los próximos días estará en los principales puntos de venta del país, además con activaciones e interesantes dinámicas en las redes sociales de la marca; Instagram “Pilsenopilsen” y Facebook “CervezaPilsen”. Esta es edición especial por tiempo limitado.

Pilsen y su impacto social

Recientemente, Pilsen impulsó la campaña #Moviembre para apoyar al Hospital México con un proyecto que impactará cerca de 15 mil personas que utilizan cada año la sección 14 de Hemato-Oncología, donde se atienden pacientes hemofílicos y con cáncer.

Contacto de prensa.

Diego Oconitrillo J. - Relaciones Corporativas FIFCO
diego.oconitrillo@fifco.com - 2437-6550 - 8820-4793

