

Con una base de limonada, 5% de alcohol y cero azúcar

Adán & Eva lanza su nueva categoría Lemonades con sabores de toronja y pepino

- La primera bebida de la categoría Hard Seltzer en la región creció más de un 150% en el 2022.
- La categoría de ARTDs creció en Costa Rica un 11,5% en el 2022, aproximadamente.

San José, Costa Rica. Marzo, 2023. Adán & Eva anuncia el lanzamiento de la nueva categoría *Hard Seltzer Lemonades* con dos sabores únicos, **Lemonade Toronja** y **Lemonade Pepino** a base de limonada. Cuenta con solo 100 calorías, cero azúcar, cero carbohidratos y 5% de volumen de alcohol.

Adán & Eva nació en 2019 como la primera bebida de la categoría *Hard Seltzer* en Costa Rica y Latinoamérica. En 2022 creció más de un 150% en comparación con el año anterior; y como parte de su innovación, está lanzando dichos sabores. Su objetivo es cumplir con la necesidad de los consumidores de contar con opciones variadas de bebidas alcohólicas que se adapten a sus gustos balanceados.

Así mismo, la categoría de ARTDs (bebidas alcohólicas envasadas listas para su consumo) creció en Costa Rica un 11,5% en el 2022 (en comparación con el 2021); siendo la subcategoría de *Hard Seltzer* una de las que más aportan a este crecimiento.

“Adán & Eva es un Hard Seltzer balanceado, con sabor a frutas naturales. Ante la creciente demanda de nuestras personas consumidoras, lanzamos la nueva categoría Adán & Eva Lemonades con sus sabores Lemonade Toronja y Lemonade Pepino a base de limonada, ideales para todos aquellos que buscan el sentimiento de libertad, empoderamiento y quieren explorar su lado más audaz, con una opción distinta para ir más allá y que se arriesguen a hacer cosas nuevas y diferentes”, expresó María Vargas, Gerente de Marca Regional.

El lanzamiento de esta innovación en Costa Rica se realiza en el Mercado La California, donde **Adán & Eva** estrena la primera barra *On Trade* (bares y restaurantes). Al ubicarse en un punto estratégico, será parte de las experiencias nocturnas de los consumidores, e iniciará con la expansión de la marca en este canal.

La marca, más allá de ser líder en su subcategoría, busca ser inclusiva y respaldar las cualidades de las personas, estando presentes en distintas ocasiones como un *brunch* o actividad durante el día, así como lo suficientemente sofisticada para una actividad nocturna.

“Para todas las innovaciones que ofrecemos, seguimos la estrategia de Triple Utilidad de FIFCO y los criterios ESG (ambiental, social y gobernanza) al ser un



ADÁN&EVA
— HARD SELTZER —

producto cero azúcar, estamos alineados con la meta número 5 de cara a 2025, que cada bebida promedio FIFCO contenga 10 g de azúcar o menos”, añadió Vargas.

Adán & Eva tiene claro que sus promesas de 0 azúcar, 0 carbohidratos y su delicioso sabor ligero, seguirán presentes en todas sus creaciones.

Acerca de FIFCO

Es una empresa de bebidas y alimentos con 115 años de trayectoria, tiene operaciones en Costa Rica Guatemala, México, El Salvador y Estados Unidos, 7 plantas de producción y 15 centros de distribución. Posee 3 divisiones de negocio que incluyen “Florida Bebidas” (alimentos y bebidas), “Florida Hospitalidad” (sector inmobiliario) y “Florida Retail” (ventas al detalle). Exporta a 18 países en todo el mundo y cuenta con un portafolio de 1.500 productos.

Contactos de prensa:

Fernanda Madrigal
mmadrigal@shiftpn.co.cr
Camila Oller
coller@shiftpn.co.cr
Federico Chacón
fchacon@shiftpn.co.cr