



Imperial Cero relanza imagen y sabor para responder a nuevas ocasiones de consumo

- **La presentación es libre de alcohol, 100% malta, color ámbar oscuro, de cuerpo robusto y aroma a maltas tostadas.**

Heredia, enero 2025. Con una llamativa etiqueta amarilla y azul, y la palabra "CERO" destacándose en su parte frontal, Imperial Cero presentó su nueva imagen en respuesta a la creciente demanda de las personas consumidoras que buscan opciones 0% alcohol para diversas ocasiones de disfrute.

Esta bebida se elabora con tecnología de punta la cual permite la remoción efectiva de alcohol, pero garantizando la calidad y sabor. Los maestros cerveceros de la compañía destacan en el sabor y aroma notas profundas a maltas tostadas, a caramelo y café. La caracterizan como una presentación de cuerpo robusto, sabor tostado, maltoso, ligeramente dulce, pero muy fácil de tomar.

Imperial Cero se convierte en la opción perfecta para cualquier momento del día y diversas ocasiones de disfrute, como acompañar una comida, un almuerzo de trabajo, después de entrenar o cuando es necesario conducir un vehículo.

Alonso Brenes, maestro cervecero de FIFCO, comentó: *"Imperial Cero es ideal para hacer "micheladas", y no hay límites para la creatividad. Se puede disfrutar en una clásica con limón y sal, o atreverse a probar variaciones como la "michelada negra", que combina su color oscuro con sal, limón, picante y un toque de salsa inglesa. También es perfecta para una opción más refrescante, con limón, sal y trozos de pepino. Además, su versatilidad la convierte en la bebida ideal para maridar con una gran variedad de platillos: desde una ensalada caprese o un chifrijo, hasta pollo con salsas complejas o cortes de carne a la parrilla. Sin duda, Imperial Cero se adapta a cualquier ocasión y estilo gastronómico.*

Esta bebida está pensada para los y las amantes de la cerveza que prefieren un estilo de consumo equilibrado e inteligente, buscando opciones que les permitan disfrutar con moderación.

Imperial Cero se presentó por primera vez en el mercado en el año 2014, convirtiéndose en una apuesta visionaria de FIFCO cuando aún el concepto de bebidas 0% alcohol apenas iniciaba a abrirse un espacio en el gusto y preferencia de las personas consumidoras. Hoy, gracias a este trabajo visionario, la ingesta de bebidas 0% alcohol



se hace más común y demandado por aquellos que buscan nuevos atributos en el portafolio de preferencia.

Según la publicación del sitio Fact.MR acerca del Mercado de Cervezas No Alcohólicas *“el mercado mundial de cervezas sin alcohol experimentará un crecimiento anual del 7,2% entre 2023 y 2033, pasando de 20 billones de dólares en 2023 a 40 billones de dólares en 2033”. Este aumento en la demanda se debe al mayor enfoque en la salud y estilos de consumo inteligente que están prevaleciendo en las personas consumidoras, aseguró el artículo”.*

Andrea Quirós, gerente de marca Imperial comentó *“La nueva Imperial Cero ya está disponible en todo el país, uniéndose al portafolio de Imperial Original, Silver, Ultra y Light. Realizamos este relanzamiento aprovechando la llegada del verano y en respuesta a las preferencias de nuestras personas consumidoras”.*

Maria Pía Robles, directora de Relaciones Corporativas de FIFCO, dijo *“En línea con nuestras metas y filosofía de sostenibilidad expansiva, nuestra marca estrella, Imperial, presenta esta versión 0% alcohol, pensada para las nuevas ocasiones de disfrute que nuestras personas consumidoras exigen, con el fin de llevar estilos de vida más equilibrados y saludables. FIFCO continúa expandiendo su portafolio de bebidas con menos porcentaje de alcohol, así como la reducción activa de azúcar, respondiendo así a las nuevas necesidades del contexto y de las preferencias de nuestras personas consumidoras”.*

Acerca de FIFCO

Es una empresa de bebidas y alimentos con 117 años de trayectoria, tiene operaciones en Costa Rica, América Central, República Dominicana, México, y Estados Unidos, 5 plantas de producción y 13 centros de distribución. Posee 3 divisiones de negocio que incluyen “Florida Bebidas” (alimentos y bebidas), “FIFCO Hospitalidad” (sector inmobiliario) y “FIFCO Retail” (ventas al detalle). Exporta a más de 10 países en todo el mundo y cuenta con un portafolio de más de 2.000 productos.