



Mes de la Cerveza: innovación en la categoría, consumo inteligente y sostenibilidad

- FIFCO evoluciona la categoría cervecera con propuestas innovadoras, cervezas saborizadas y una mirada centrada en el consumidor.
- Con marcas como ROCK y su programa de Consumo Inteligente, la compañía lidera un portafolio cervecero más diverso, disruptivo y consciente.

Agosto, 2025. En el marco del Mes de la Cerveza, Florida Ice & Farm Co. (FIFCO) conmemora esta efeméride, destacando su papel como líder en innovación dentro del mercado cervecero costarricense, con un portafolio diverso, propuestas disruptivas y una visión orientada al consumo inteligente.

A lo largo de su historia, FIFCO ha puesto a la persona consumidora al centro de su estrategia, respondiendo a sus intereses, estilos de vida y nuevos hábitos. Hoy, esto se traduce en un amplio catálogo de productos que incluye desde cervezas tradicionales, saborizadas, así como opciones cero alcohol, pensadas para quienes buscan disfrutar con productos que ofrezcan sabor, calidad y experiencias.

“En FIFCO creemos que la cerveza puede ser una expresión de innovación, de conciencia y de autenticidad. Nuestro compromiso ha sido evolucionar esta categoría desde todas sus aristas: portafolio, procesos, empaque y comunicación, para ofrecerle a la persona consumidora una experiencia que se alinee con sus intereses y su estilo de vida”, señaló María Pía Robles, directora de Relaciones Corporativas de FIFCO.

En línea con esta evolución, FIFCO continúa apostando por marcas que conectan con nuevas generaciones. Un ejemplo reciente es el relanzamiento de ROCK, una cerveza que viene a romper las reglas del mercado tradicional. Ahora con una imagen moderna y dos nuevos sabores ROCK Naranja Spicy y ROCK Toronja Cherry, que se suman a ROCK Limón & Sal. Esta propuesta conecta con jóvenes que buscan experiencias disruptivas, sabores intensos y marcas que hablen su idioma.

Este trabajo visionario ha permitido que FIFCO consolide una categoría cervecera más consciente, con marcas que no solo compiten en sabor y calidad, sino que reflejan valores compartidos con las personas consumidoras. Desde la cerveza más tradicional hasta la más atrevidas, la compañía continúa liderando el camino hacia un portafolio diverso, responsable y alineado con las tendencias globales de bienestar, autenticidad y sostenibilidad.

Como parte de esta visión, la compañía impulsa el programa Consumo Inteligente Integral, enfocado en fomentar patrones de consumo responsables en la población adulta. A través de plataformas digitales y programas educativos, FIFCO logró capacitar en 2024 a más de 66 mil personas, al tiempo que mantiene una oferta robusta de cervezas con baja graduación alcohólica. Al cierre del último año, el 41,95% de su portafolio correspondía a productos de ≤4% de contenido alcohólico.

La innovación está presente en las operaciones y áreas de producción de FIFCO. Bajo su estrategia FIFCO Circular, la compañía ha implementado procesos que optimizan el uso de materiales, reducen residuos y transforman su modelo productivo hacia la economía circular. En 2024, alcanzó un 61% en su índice de circularidad, superando de forma anticipada la meta proyectada para 2027. Esta mejora continua refleja el compromiso de la empresa por generar impacto positivo en cada etapa de su cadena de valor.

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.