



Fomenta HEINEKEN México el Consumo Inteligente en estas fiestas decembrinas

Ciudad de México, a 23 de diciembre de 2022.- En línea con su estrategia de sustentabilidad, HEINEKEN México promueve en estas fechas decembrinas un Consumo Inteligente, que busca concientizar a los consumidores para fomentar la moderación, evitar el consumo excesivo y proveer alternativas sin alcohol.

A través de su estrategia global “Brindar un Mundo Mejor”, la compañía mantiene su compromiso con los consumidores y con la sociedad, impulsando el Consumo Inteligente en tres frentes prioritarios: el consumo moderado, evitar la dupla alcohol-volante y el NO consumo en menores de edad.

“La responsabilidad social es, y siempre ha sido, una parte fundamental de nuestra estrategia. En HEINEKEN México creemos firmemente que, para que las comunidades sean sanas y estables, es necesario llevar a cabo una labor de concientización sobre los riesgos del consumo de alcohol de forma clara y honesta”, explicó Clarissa Villarreal, gerente de sustentabilidad y comunicación interna de la firma cervecera.

Recordó que, en julio pasado, TECATE®, con el respaldo de HEINEKEN México lanzó su iniciativa TECATE® 18+ para concientizar a la población adulta sobre el consumo de alcohol en menores de 18 años, una problemática de alta importancia a nivel nacional, con la que se busca que eventualmente ningún menor de edad tome alcohol, sensibilizando poco a poco a la sociedad en no darles “probaditas”, dejar de normalizar que los jóvenes lo van a hacer, no convirtirnos en alcahuetes, entre muchas otras acciones.

Actualmente, la edad promedio en la cual los menores de edad comienzan a consumir bebidas alcohólicas en México es de 11 años, refieren datos de la Encuesta Nacional de Consumo de Drogas en Estudiantes (ENCODE, 2014).

Villarreal agregó que, “como compañía cervecera buscamos realizar una concientización sobre el consumo excesivo a través de: capacitación de meseros, el trabajo con cámaras y asociaciones cerveceras de México y elaborar campañas de sensibilización”.

Al cierre del 2021, HEINEKEN México capacitó a más de 11 mil meseros sobre asuntos relacionados al Consumo Inteligente a través de su programa Mesero Responsable.

Refirió que, en la búsqueda de fomentar un consumo moderado, desde el año 2021 y como meta a sostener hasta el 2030, un 10 por ciento del presupuesto de medios de la marca Heineken® se estará destinando a campañas de consumo responsable, como la reciente campaña “Cuando tomes, nunca manejes” protagonizada por Checo Pérez y Daniel Ricciardo, pilotos de la F1, que recuerda a los consumidores que las copas y el volante nunca se deben de mezclar, aun cuando sientan que son tan buenos pilotos como ellos.

“Nos enorgullece ser la primera cervecera en México en promover un Consumo Inteligente y actuar al respecto, los resultados de nuestras acciones hablan por nosotros, queremos ser parte de los mejores momentos de la gente y sabemos que al consumir de forma inteligente se disfruta más y mejor”, concluyó.

En estas fiestas decembrinas, el consumo inteligente es responsabilidad de todas y todos. Recuerda, si tomas, no manejes. Acompaña siempre de alimentos tu cerveza y toma un vaso con



agua entre cada una. No olvides que existe Heineken 0.0, para que disfrutes del mismo sabor ¡pero sin alcohol! Lo más importante es compartir momentos de alegría en esta temporada.

Sobre HEINEKEN México

Es una empresa socialmente responsable con más de 131 años en el mercado y en la preferencia de los mexicanos. Fundada en 1890, HEINEKEN México es la cervecera con más tradición en el país y parte del grupo cervecero más internacional al integrarse a HEINEKEN a partir de mayo de 2010. A través de la estrategia de sustentabilidad “Brindar un Mundo Mejor”, logra impactar positivamente tanto en el medio ambiente como en las comunidades donde operan por medio de acciones continuas y acciones solidarias emergentes como “Por México, Por Todos”, de acuerdo con las necesidades detectadas en diversas circunstancias de carácter humanitario. Cuenta con 7 plantas productoras de cerveza y una maltera donde se desempeñan más de 18 mil personas comprometidas con la calidad para crear las mejores experiencias. Así mismo, se ha consolidado como una empresa multicategoría al conformar el portafolio más amplio del mercado integrando marcas de cerveza, cerveza sin alcohol, ciders, RTDs y bebidas energizantes, liderados por la cerveza Heineken®, y las marcas: Heineken® Silver, Tecate®, Tecate Light®, Tecate Ámbar®, Dos Equis®, Indio®, Sol®, Amstel ULTRA®, Amstel ULTRA® Seltzer, Affligem®, Bohemia®, Miller Lite®, Noche Buena®, Coors Light®, Carta Blanca®, Superior®, Kloster Light®, Strongbow Apple Ciders®, Ladrón de Manzanas®, Canijilla®, Heineken® 0.0, Pura Piraña® y Solar Power®.

Información de contacto:

Arturo Murillo
Líder de Medios y Relaciones Públicas
HEINEKEN México
arturo.murillo@heineken.com

Melisa Aguilar
Relaciones Públicas
Serna PR
melisa.aguilar@sernapr.com