



Brinda HEINEKEN México un 2023 lleno de grandes acciones y momentos de alegría

- *Su aplicación de delivery, GLUP, llegó a CDMX en febrero; cuenta ya con más de 300,000 usuarios.*
- *En marzo, revolucionó la oferta de cerveza sin alcohol con la llegada de Tecate® 0.0 a su portafolio.*
- *En septiembre, la compañía anunció la inversión de 8,700 millones de pesos para la construcción de una nueva Cervecería de clase mundial en Yucatán.*

Ciudad de México, 18 de diciembre de 2023.- Con más de 133 años de historia y tradición en el país, 7 cervecerías en operación, 21 marcas y más de 35 productos en su portafolio, así como más de 18 mil colaboradores, HEINEKEN México reafirmó este año su compromiso de brindar momentos de unión y alegría, cuidando a las personas y al planeta.

Como parte de su estrategia de crecimiento, el pasado 14 de septiembre, anunció la inversión de 8,700 millones de pesos para la construcción de una nueva Cervecería de clase mundial en el municipio de Kanasín, en Yucatán. Esta planta fortalecerá la cadena de valor y la integración operativa de HEINEKEN México en la región; lo que permitirá abastecer la creciente demanda en el sureste del país y generar más de 2,000 empleos directos e indirectos.

En innovación y responsabilidad social, HEINEKEN México fortaleció su portafolio de bebidas sin alcohol con el lanzamiento de Tecate® 0.0, una cerveza clara tipo lager con 0.0% alcohol, perfecta para combinar con cualquier platillo y disfrutar en todo momento. La cerveza se mantuvo como un referente en la industria del entretenimiento, siendo pionera en eventos musicales con sus marcas icónicas, con su propia personalidad, y dirigidas a un público específico, tales como: Tecate, con Tecate Pa' Norte y Tecate Emblema; Dos Equis, con EDC, Neon Planet y Vaivén; e Indio, con el Vive Latino; mientras que en lo deportivo destacan Tecate, con Liga MX; Heineken, con la UEFA Champions League; y Heineken 0.0 con el Gran Premio de la Ciudad de México.

También, se rompieron barreras y estereotipos publicitarios con mensajes disruptivos como la celebración mundial del 150 aniversario de la icónica cerveza Heineken; la campaña de Dos Equis: "Con un Par de Equis", la cual recordó que, con valentía, puedes mostrarte como realmente eres; mientras la campaña de Heineken Silver, invitó a pasarla "Suave" y a tener momentos extra fresh.

Con la campaña "Mesas más Bohemias" se compartieron tips para maridar los alimentos con la cerveza Bohemia. Asimismo, con Tecate aparecieron "Rogelia y Graciela", dos cervezas preparadas que, sin duda, hicieron al consumidor chuparse los dedos.

Por otra parte, GLUP, la aplicación de delivery, revolucionó la entrega de productos en menos de 60 minutos en la CDMX, Monterrey, Saltillo, Puebla, Mérida y Cancún, cerrando el año con más de 300,000 usuarios.

En la creación de estrategias de marketing, la tecnología desempeñó un papel clave para desarrollar experiencias personalizadas y efectivas, como el innovador Matchpaint de Amstel Ultra, que replicó



los Grand Slams de Rafa Nadal con un brazo robótico en 22 latas coleccionables; y la plataforma Dos Equis-ID, donde los usuarios participaron para canjear X-Points por artículos oficiales.

Por primera vez la cervecera se adentró en el territorio del Gaming con importantes patrocinios para inspirar a más consumidores que son apasionados de este mundo. Heineken 0.0, con Gamergy y su concurso Player 0.0; y Dos Equis, con la Comic Culture Experience (CCXP), Entertainment Gaming Show (EGS) y Level Up.

En lo relacionado al tema ambiental, HEINEKEN México, a través de su estrategia de sustentabilidad “Brindar un Mundo Mejor”, dio a conocer los resultados de sus metas hacia 2030, alineadas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, entre los que destacaron:

- 32% menos emisiones de carbono en el área de producción vs 2018.
- Más de 3 millones de metros cúbicos de agua regresados al medio ambiente con proyectos de reforestación, conservación de suelos y cuencas.
- Cero residuos de producción enviados a vertederos en todos los sitios de producción.

Entre otras acciones, de la mano de más de 3 mil 400 voluntarios, la compañía reforestó, con más de 11 mil 300 árboles, bosques y áreas naturales en las ciudades de Monterrey, Guanajuato, Guadalajara, Ciudad de México, Tlaxcala y Mérida, a través de la iniciativa “Un Nuevo Bosque para Brindar un Mundo Mejor”, en alianza con Fundación Azteca de Grupo Salinas.

A fin de contribuir al desarrollo económico, al bienestar social y a la educación en las comunidades en donde tiene presencia, la empresa cerró el año celebrando la 6a edición del **HEINEKEN Green Challenge**, en la cual se entregaron 1.5 millones de pesos a proyectos de emprendimiento enfocados en el cuidado y preservación del medio ambiente.

HEINEKEN México celebró un año de grandes iniciativas que fortalecieron el vínculo con sus consumidores, impactando de manera positiva a las comunidades y al planeta, siempre acompañado de los buenos momentos que distinguen a las marcas de su portafolio.

Haz clic [aquí](#) para descargar imágenes.

Acerca de HEINEKEN México

Empresa socialmente responsable con más de 133 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 en 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, Heineken® 0.0, Tecate®, Tecate Light®, Dos Equis®, Dos Equis® Ultra y Ámbar, Indio®, Sol®, Amstel ULTRA®, Amstel ULTRA® Seltzer, Bohemia®, Noche Buena®, Tempus®, Jabalí®, Lagunitas®, Miller Lite®, Carta Blanca®, Superior®, Coors Light®, y Strongbow Apple Ciders®.

Información de contacto:



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

Daniela Andrade
Relaciones Públicas

Serna PR
daniela.andrade@sernapr.com

Martha Ledezma
Relaciones Públicas

Serna PR
martha.ledezma@sernapr.com