



¡Adiós a los celulares durante conciertos! Heineken pide guardar los teléfonos durante festival

- *Heineken animó a los asistentes de uno de los mayores eventos de música en México a guardar sus teléfonos y disfrutar el momento a través de un inesperado mensaje infrarrojo durante el evento.*
- *La marca en colaboración con Bodega y Human Mobile Devices (HMD), buscan recuperar la convivencia lanzando “The Boring Phone”, un teléfono plegable Y2k de edición limitada, sin internet ni redes sociales, convirtiendo a México en uno de los 5 países donde llegará este gadget.*
- *El 48% de la Generación Z y Millennials en México encuentran frustrante ver miles de teléfonos en el aire durante un concierto o evento.*

Ciudad de México, a 12 de octubre de 2024.- Heineken sorprendió al público de Heineken Silver Live Out con un festival inolvidable para los amantes de la música indie y alternativa. La marca emitió un mensaje oculto durante el evento para animar a la gente a disfrutar el momento y presentar **“The Boring Phone”, un celular sin internet, cámara frontal ni redes**



sociales, diseñado para disfrutar de la música en vivo, la compañía y la cerveza sin distracciones.

En un mundo donde las pantallas son nuestras mejores amigas, hemos olvidado lo divertido que es convivir en persona. Irónicamente, **el 83% de los usuarios en México utilizan redes sociales para mantenerse en contacto con sus seres queridos**¹. Por ello, Heineken, la cerveza experta en reunir y acompañar a los consumidores en sus mejores momentos, ha decidido incentivarlos a desconectarse de sus teléfonos e interactuar en el mundo real.

Durante el Heineken Silver Live Out, la marca sorprendió a los asistentes con un inesperado mensaje infrarrojo en el "Heineken Silver Stage", invitándolos a dejar sus celulares mientras disfrutaban de sus artistas favoritos. La idea era simple: disfrutar el momento, como en los nostálgicos 2000s, cuando la música en vivo se disfrutaba sin distracciones digitales. ¡Una prueba de que no hay nada como vivir el presente al máximo en compañía de buenos amigos y Heineken!

“Con más de 150 años de historia, sabemos que lo más valioso, más allá de nuestra cerveza, es conectar a las personas e impulsar una socialización real. Es momento de dejar los *smartphones* a un lado y recuperar los momentos de convivencia. **México se unirá a la lista de los cinco países donde llegará 'The Boring Phone'**”, comentó José Antonio Lie, director de marca Heineken.

“**The Boring Phone**”, es una edición limitada de teléfonos plegables Y2k, sin internet ni redes sociales, creada por el innovador europeo **Human Mobile Devices (HMD)** y diseñada en colaboración con **Bodega**, estudio estadounidense que marca tendencia en moda, diseño y contracultura. Con esta revelación, México se convierte en el quinto país en ofrecer este dispositivo, sumándose a Italia, Brasil, Alemania, Reino Unido y Estados Unidos.

Este dispositivo busca fomentar conexiones más reales al desconectarse de los *smartphones* y se centra en lo básico: llamadas y mensajes de texto. Con su carcasa transparente y pegatinas holográficas, sigue la tendencia de la Generación Z de desintoxicarse de la tecnología, y, por supuesto, también su pasión por el estilo retro-moderno del “Newtro”.

Para apoyar el lanzamiento, Heineken ha realizado un estudio profundo sobre las actitudes de los jóvenes adultos mexicanos hacia la tecnología inteligente². El informe revela qué:

¹ Asociación de Internet MX. (2024). [Hábitos de usuarios de internet en México 2024](#).

² Encuesta de D&C Lab Pollfish (número de encuestados n=2770), demografía: usuarios de smartphones de la Generación Z – octubre de 2023. Encuesta de 2,000 usuarios de smartphones de la Generación Z y Millennials de edad legal para beber (2,000 de México). Realizada por OnePoll, marzo de 2024. Los datos pueden separarse en demografías/Generación Z/Millennials si es necesario. Se pueden obtener más datos de Italia, Brasil, Alemania y México bajo solicitud.



- El 85% de los Millennials en México confiesan deslizarse por sus teléfonos mientras socializan con amigos y familiares, revisando sus dispositivos un promedio de siete veces durante una salida nocturna.
- El 53% admite revisar redes sociales cuando están con otros, mientras que más de dos tercios (66%) confiesan estar tomando fotos o videos en lugar de interactuar con su familia y amigos en el momento.
- Cerca de un tercio (30%) creen que revisan sus teléfonos más de lo que deberían cuando socializan.
- El 48% encuentran frustrante ver una multitud de teléfonos en el aire durante un concierto o evento.
- El 30% admite que les gustaría poder desconectarse de sus teléfonos durante una salida nocturna.
- De manera alentadora, el 29% reveló que ya apagan su teléfono o lo dejan en casa antes de eventos sociales, y el 41% dicen que considerarían hacerlo.

Si tú, como todos nosotros, quieres descubrir este innovador dispositivo, ¡no pierdas de vista las novedades en las redes sociales de la marca! Pues los dispositivos se regalarán a personas de todo México para que puedan desconectarse, recuperar tiempo de calidad con amigos, familiares, seres queridos y disfrutar de sus salidas nocturnas.

Mientras tanto, vive la experiencia descargando la “**Boring Mode App**”, disponible en [Apple Store](#) y [Google Play](#). Esta innovadora app convierte tu smartphone en un "Boring Phone", limitando distracciones al bloquear aplicaciones, notificaciones e incluso la cámara durante un tiempo determinado, para que puedas centrarte en lo que realmente importa: compartir, interactuar y vivir el presente con las personas a tu alrededor. ¡Es la herramienta perfecta para desconectarte del mundo digital y reconectarte con quienes te rodean!

Heineken te invita a reducir el uso de la tecnología y disfrutar al máximo de tus noches fuera. ¡Únete a la tendencia, es hora de socializar!

@heineken_mx | @heinekensilverliveout | #TheBoringPhone

Sobre 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” y sus pilares: ambiental social y consumo inteligente, logra impactar positivamente tanto en el medio ambiente como en las comunidades donde operan. Con el programa “Comunidades de Agua para Brindar un Mundo Mejor” la cervecera brinda acceso al agua a diferentes comunidades del país con



diferentes acciones. La cervecera mexicana cuenta con 7 cervecerías y una maltera donde colaboran más de 18 mil personas comprometidas con la calidad para crear las mejores experiencias y brindar momentos de unión y alegría. Como una empresa multicategoría de bebidas, conforma el portafolio más amplio del mercado con marcas de cerveza, cerveza sin alcohol, ciders, y RTDs liderados por la cerveza Heineken®, y las marcas: Heineken® Silver, Heineken® 0.0, Tecate®, Tecate Light®, Tecate 0.0, Dos Equis®, Dos Equis® Ultra y Ámbar, Indio®, Sol®, Sol® Mezclas, Amstel ULTRA®, Bohemia®, Noche Buena®, Carta Blanca®, Superior®, Lagunitas®, Miller Lite®, Miller High Life®, Coors Light®, Strongbow Apple Ciders®, Tempus®, Jabalí®, tiendas SIX, GLUP y BarEnCasa.

Información de contacto:

Luis Herrerías
Líder de Comunicación Externa y Reputación
HEINEKEN México
luis.herrerias@heineken.com

Daniela Andrade
Relaciones Públicas
Serna PR
daniela.andrade@sernapr.com