

Bohemia.



Cinco de cada diez mexicanos se siguen reuniendo con amigos a pesar de la rutina y la distancia

- En un mundo cada vez más digital, Bohemia y la chef Lula Martín del Campo celebran a quienes mantienen viva la tradición de volver a la mesa, recordando que la comida, la cerveza y la compañía pueden convertir cualquier encuentro en un momento inolvidable.

Ciudad de México, 19 de agosto de 2025.– En un mundo donde las conexiones digitales crecen y los encuentros cara a cara son cada vez más escasos, Bohemia presenta *La Mesa de Siempre*: una celebración que nos recuerda que los momentos más significativos nacen alrededor de una mesa, donde la comida une, las risas se multiplican y las historias se comparten con sabor y compañía.

¹ Fuente: Estimaciones de la SGCONAPO con base en INEGI. Encuesta Nacional de Bienestar Autorreportado, 2021. El 57.9% de las mujeres y el 49.2% de los hombres reportaron nunca reunirse en persona con sus amistades.



Para muchas personas, la mesa es mucho más que un lugar: es un espacio sagrado de convivencia y creatividad. De acuerdo con la empresa alemana de comida, Hello Fresh, para más de la mitad de las personas (52%) reunirse alrededor de la mesa representa una oportunidad para conectar con amigos o familiares.

Sin embargo, la Encuesta Nacional sobre Bienestar Autorreportado, con estimaciones de CONAPO^[1], revela que el 57.9% de las mujeres y el 49.2% de los hombres en México declararon no reunirse en persona con sus amistades. Lo que pone en riesgo esos encuentros que fortalecen lazos.

Ante esta realidad, surge “La Mesa de Siempre”, una invitación a rescatar esos instantes únicos y a celebrar la comida, la unión y la cerveza como el trío perfecto para crear experiencias memorables. A través de sus redes sociales, la marca invita a compartir fotos y anécdotas de estas reuniones con los que realmente importan. Y que, pese al tiempo y la distancia, siguen vivas y significativas.

Las historias y fotos que generen mayor interacción serán premiadas con una experiencia gastronómica única en el restaurante *Cascabel*, donde la chef Lula Martín del Campo llevará a los ganadores en un recorrido de sabores maridados con las distintas variedades de esta cerveza y la riqueza de la cocina mexicana.

“Me emociona profundamente formar parte de una iniciativa como esta, que celebra el valor de reunirse alrededor de una mesa. La cocina siempre ha sido, para mí, un vehículo de conexión y memoria, y participar en una experiencia que rinde tributo a esos lazos que perduran es un verdadero honor. Cada platillo estará pensado para realzar sabores y momentos, y qué mejor que hacerlo acompañado de Bohemia, cuyas distintas variedades realzan los sabores y hacen aún más memorables esos encuentros”, comentó la chef Lula Martín del Campo.

A través de distintos maridajes, las variedades de esta cerveza acompañarán cada etapa de la experiencia, creando un recorrido sensorial lleno de historia y sabor.

“Con esta iniciativa queremos celebrar a quienes que, sin importar el paso del tiempo o la distancia, mantienen viva la tradición de volver a la mesa para compartir y conectar”, señaló Alexa Helena López, Jr Brand Manager de la marca.

Con 120 años siendo parte de las mesas mexicanas, la marca celebra la tradición de reunirse, compartir y brindar con una cerveza que representa calidad, sabor y tradición.

¹ Fuente: Estimaciones de la SGCONAPO con base en INEGI. Encuesta Nacional de Bienestar Autorreportado, 2021. El 57.9% de las mujeres y el 49.2% de los hombres reportaron nunca reunirse en persona con sus amistades.



Sobre HEINEKEN México

Empresa con más de 135 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, cidrs, 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® y tiendas SIX.

Contacto de prensa

Melisa Aguilar
Líder de Medios y Relaciones Públicas
HEINEKEN México
melisasamanta.aguilarhernandez@heineken.com

Alexa Saenz
Relaciones Públicas
Serna PR
alexa.saenz@sernapr.com

¹ Fuente: Estimaciones de la SGCONAPO con base en INEGI. Encuesta Nacional de Bienestar Autorreportado, 2021. El 57.9% de las mujeres y el 49.2% de los hombres reportaron nunca reunirse en persona con sus amistades.