



Jóvenes reducen 22 puntos su consumo de alcohol en las últimas dos décadas

- El consumo inteligente gana fuerza entre jóvenes: según Gallup 2025, solo el 50% de los adultos de 18 a 34 años bebe alcohol, frente al 72% registrado hace veinte años.
- La colaboración entre gobierno, academia y sector privado para promover el consumo inteligente de alcohol continúa impactando de manera positiva a miles de personas en México.

Ciudad de México, a 12 de noviembre de 2025. Cada 15 de noviembre, el Día Mundial sin Alcohol invita a reflexionar sobre nuestros hábitos y decisiones de consumo. Este llamado ha cobrado fuerza entre las nuevas generaciones, que están transformando la manera de beber: de acuerdo con Gallup 2025, el consumo de alcohol entre jóvenes de 18 a 34 años ha disminuido 22 puntos porcentuales en los últimos 20 años, marcando una tendencia hacia estilos de vida más conscientes y saludables.

En este contexto, el consumo inteligente se ha convertido en un rasgo aspiracional. Beber con medida o elegir opciones sin alcohol ya no se percibe como una restricción, sino como una decisión alineada con un estilo de vida activo, equilibrado y responsable. Y el mercado está respondiendo: de acuerdo con Statista, el mercado global de cerveza sin alcohol alcanzará un valor de 20 mil 700 millones de dólares en 2025, reflejo de una preferencia cada vez más clara por alternativas que combinan sabor, disfrute y responsabilidad.

Por esta razón HEINEKEN México, busca contribuir a esta conversación con la iniciativa Caravana de Consumo Inteligente, que en lo que va de 2025 ha llegado a más de 8 mil personas en nueve estados del país. A través de charlas y experiencias educativas con valor curricular avaladas por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, este proyecto fomenta la reflexión sobre el impacto del consumo y la importancia de tomar decisiones informadas al beber. Más allá de conmemorar una fecha, la compañía busca que este esfuerzo se mantenga de forma permanente, impulsando un cambio cultural que promueva un consumo más inteligente, responsable y consciente todos los días del año.

Durante su recorrido, la Caravana ha reforzado tres mensajes esenciales: evitar el alcohol al volante, prevenir el consumo en menores de edad y desalentar el consumo excesivo. Las más de 80 conferencias se han llevado a cabo en instituciones como la Universidad Tecnológica del Valle de



Toluca, el Instituto Tecnológico de Lerma Campeche, la Universidad Veracruzana Orizaba y la Universidad Autónoma de Tlaxcala, entre otras.

“El consumo inteligente no es solo una tendencia: es una transformación cultural que estamos impulsando desde hace más de 25 años. Seguiremos recorriendo el país con iniciativas que promuevan decisiones informadas y un disfrute más consciente”, compartió Inti Pérez, directora de Sustentabilidad y Responsabilidad Social de HEINEKEN México.

Esa misma visión ha impulsado la expansión de las alternativas sin alcohol dentro del portafolio de la compañía. Desde su llegada en 2019, Heineken 0.0 se ha consolidado como líder en su categoría y representa ya el 39% de las ventas totales de la compañía en 2024, mientras que otras marcas del grupo, como Tecate 0.0, refuerzan la apuesta por ofrecer opciones que acompañen distintos momentos de consumo, sin dejar de lado el sabor y la experiencia que caracterizan a HEINEKEN.

“Queremos que más personas descubran que disfrutar de una cerveza también puede ser una decisión inteligente. Apostamos por el poder de la educación y por ofrecer alternativas que se adapten a diferentes momentos de la vida diaria”, agregó Inti Pérez, directora de Sustentabilidad y Responsabilidad Social de HEINEKEN México.

En un contexto donde el bienestar y la responsabilidad ganan espacio, el Día Mundial sin Alcohol recuerda que el cambio comienza con una decisión. En México, miles de personas ya están eligiendo disfrutar de otra manera, impulsando una transformación que combina educación, conciencia y disfrute.

Para más información relacionada a las acciones y resultados de Consumo Inteligente, se puede visitar el Informe de Sustentabilidad 2024 – www.heinekenmexico.com

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, 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® y tiendas SIX.

Información de contacto:

Melisa Aguilar
Líder de Comunicación Externa - HEINEKEN México
Celular: (52) 55 3943 9555
melisasamanta.aguilarhernandez@heineken.com

Arturo Aguilar
LLYC
Celular: (55) 34 88 52 63
E-mail: arturo.aguilar@llyc.global