



La CDMX florece con Noche Buena: un mural que da la bienvenida a la temporada

- Durante varios días, un misterioso anuncio intrigó a los transeúntes de la Condesa en la Ciudad de México. Hoy, ese mismo espacio ha florecido con cientos de nochebuenas naturales, sorprendiendo a quienes pasan por la zona y marcando la celebración por la llegada de la temporada de Noche Buena.

Ciudad de México, 2 de diciembre de 2025. Lo que al principio parecía un anuncio más en las calles de la ciudad se transformó en una intervención urbana para dar la bienvenida de una forma distinta y creativa a la temporada de Noche Buena.

Con el mensaje enigmático *"La temporada no comenzó con los adornos, empieza cuando florece este anuncio"* la marca despertó la curiosidad de los transeúntes. Días más tarde, el mismo espacio se cubrió con cientos de flores naturales de nochebuena, sorprendiendo a los capitalinos con un gesto simbólico que marcó el verdadero inicio de la temporada.



Ubicado en el corazón de la Condesa, este espacio se transformó en un muro cubierto de flores que, además de cambiar por completo el paisaje urbano, se convirtió en una experiencia visual para quienes buscan capturar el momento y compartirlo en redes sociales.

Con esta intervención, la marca celebra los reencuentros que realmente importan, las tradiciones que nos unen y los momentos que florecen alrededor de la mesa. No es casualidad que diciembre sea el mes con mayor movimiento en aeropuertos y carreteras del país: los vuelos aumentan hasta un 10 % y el tránsito en las principales vías federales se incrementa entre un 8 % y 12 %, de acuerdo con datos de la Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC, 2022–2023) y la Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes (SICT, 2021–2023). Todo impulsado por un mismo deseo: volver a casa, compartir la mesa y reconectar con quienes más queremos.

Al respecto, Alexa López, Brand Manager de Bohemia comentó: *“Queríamos anunciar la llegada de la temporada de una forma viva, natural y diferente. Este anuncio que florece simboliza lo que más nos representa en Bohemia a través de Noche Buena: la unión, la tradición y los momentos que se comparten”*.

De esta manera, la marca logró tangibilizar el espíritu de Noche Buena, la cerveza icónica de temporada que año con año acompaña los brindis, las celebraciones y las mesas mexicanas. El anuncio viviente no solo celebra la llegada de la temporada, sino también el valor de las tradiciones que, como la flor de nochebuena, siguen floreciendo con el tiempo.

“En HEINEKEN México apostamos por la innovación como un motor de conexión con las personas. Este ejemplo de creatividad OOH, impulsado desde nuestra categoría Premium, muestra cómo marcas como Bohemia pueden llevar su esencia más allá de los medios tradicionales y conectar de forma viva con el entorno urbano y con la gente”, agregó Karla González, Marketing Director Premium Brands en HEINEKEN México.

La flor elegida para darle vida a este anuncio tiene un profundo significado. Originaria de México y conocida en náhuatl como *cuetlaxóchitl*, la flor de nochebuena ha trascendido fronteras hasta convertirse en un ícono global de la temporada. Su color rojo intenso simboliza alegría, esperanza y unión, valores que hoy se reinterpretan en esta instalación que une naturaleza, arte urbano y tradición.

“La nochebuena es una flor profundamente mexicana, reconocida en todo el mundo por su belleza y significado. Es símbolo de vida, de renovación y de los lazos que florecen cuando las personas se reúnen. Por eso quisimos hacerla protagonista de este anuncio: porque representa el espíritu de la temporada”, finalizó Alexa López, Brand Manager de Bohemia.

La intervención permanecerá visible durante los próximos días en la calle de Ámsterdam 107, en la colonia Hipódromo Condesa, invitando a los visitantes a acercarse, tomarse una foto en el muro de nochebuenas y compartir en redes sociales el espíritu de celebración de la temporada con el hashtag #LaTemporadaComienzaConNocheBuena.



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

Alexa Saenz

Serna Group

Celular: (52) 55 1750 5500

E-mail:

Alexa.saenz@sernapr.com