



Bromance: La campaña que celebra que las mejores relaciones son entre amigos

Ciudad de México, 11 de febrero de 2026. Cada 14 de febrero vuelve la misma conversación. Regalos, planes en pareja, expectativas altas. Y, al mismo tiempo, pasa algo más silencioso: amistades que siguen ahí, aunque no siempre se vean; vínculos que se pausan, se retoman y se entienden sin demasiadas explicaciones.

En los últimos años, sobre todo entre las generaciones más jóvenes, ha empezado a surgir una pregunta sencilla: ¿por qué el Día del Amor y la Amistad se vive casi siempre desde un solo tipo de relación?

Desde ese punto de partida surge *Bromance*, una iniciativa de Tecate que busca ofrecer una lectura cultural de cómo se viven hoy los vínculos de amistad. No para reemplazar el amor romántico, sino para hacer espacio a otro tipo de relación que también importa: los amigos. Ese vínculo que no siempre se presume, pero se sostiene con el tiempo.

La idea es simple. No todas las celebraciones tienen que ser románticas. Hay amistades que pasan por silencios largos, por cambios de vida, por etapas distintas, y que aun así encuentran la forma de reencontrarse. A veces no hace falta una gran conversación, sino un gesto que diga “aquí seguimos”.

“Durante mucho tiempo hemos contado el 14 de febrero desde una sola perspectiva. Hoy vemos que hay más formas de vivir esta fecha y más relaciones que merecen celebrarse”, comenta Nicolás Álvarez, Sr. Brand Manager de Tecate.



Como parte de *Bromance*, el Ramo Chelero Tecate funciona como una reinterpretación del regalo tradicional del 14 de febrero pensada para celebrar la amistad sin formalidades. La iniciativa también dialoga con nuevas formas de consumo, integrándose a plataformas de entrega rápida como *Rappi Turbo*, disponible del 1° al 15 de febrero en Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara, donde este tipo de regalos se vuelven más espontáneos y cotidianos.

Más allá de la activación, la iniciativa se conecta con un cambio más amplio. Las fechas siguen siendo las mismas, pero la forma de vivirlas ya no. Y en ese ajuste, el 14 de febrero empieza a abrir espacio para historias que no necesariamente se viven en pareja, pero que también merecen celebrarse.

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 maltería donde colaboran más de 17 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.

Contacto de prensa

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

Karen Sandoval
Relaciones Públicas
Serna PR
Karen.sandoval@sernagpr.com