



Cerveza Indio celebra a los más de 11,000 guerreros que hacen posible el Vive Latino, aunque nunca suban al escenario

- *La Maldita Vecindad junto a Cerveza Indio alzan la voz para homenajear a los guerreros que detrás del escenario hacen posible este festival, entre repartidores, cubeteros, equipos de producción, sonido, intendentes, etc.*

Ciudad de México, marzo de 2026. – En el marco de la edición número 26 del exitoso festival Vive Latino, Cerveza Indio presentó una iniciativa desprendida de su plataforma “De Alma Guerrera” que reconoce a las más de 11,000 almas guerreras que hacen posible el festival. A través de esta acción, la marca buscó visibilizar a quienes, detrás de cada momento del evento, construyen, coordinan y mantienen en marcha la experiencia del público.



Detrás de cada momento épico hay almas guerreras que construyen, coordinan y resuelven. Llegan antes que nadie y se van horas después de que todo termina. A ellas y ellos está dedicado este reconocimiento.

La iniciativa retoma la narrativa “De Alma Guerrera” de la marca, que entiende la palabra “guerrero” como una actitud: estar presente, sostener el ritmo y hacer que las cosas sucedan. Cerveza Indio impulsó un homenaje para aplaudir a quienes pocas veces aparecen en el reflector y sacarlos del anonimato, pese a ser parte esencial del Vive Latino y de la industria de los eventos.

El corazón del proyecto estuvo en uno de los objetos más emblemáticos del festival: el vaso del Vive Latino. Cerveza Indio lo transformó en un line up alterno, imprimiendo en él los nombres del staff para que el reconocimiento fuera visible, cotidiano y parte de la experiencia del público. Cada vaso también funciona como un acceso a las historias de estas almas guerreras, a través de un espacio digital que reunirá sus perfiles y relatos completos. Puedes consultar sus historias en el siguiente link: <https://indio.com.mx/guerrero-id#famemoments>

“En México, ‘guerrero’ se dice fácil, pero se vive y se lucha todos los días. Con esta iniciativa quisimos reconocer a las más de 11,000 personas que hacen posible el Vive Latino y recordar que el festival también se construye con su trabajo, oficio y energía”, comentó Rodrigo Mendoza, Brand Manager de Cerveza Indio.

Para amplificar el homenaje, la iniciativa incluyó cápsulas y micro documentales que narran las batallas diarias del staff, con presencia dentro del festival a través de pantallas y una extensión en canales digitales. El objetivo fue que el público conociera a las personas detrás del montaje, operación y logística que hacen que el Vive Latino cobre vida.

El punto cumbre ocurrió durante la presentación de La Maldita Vecindad. El homenaje se volvió parte del show con un brindis dedicado a las almas guerreras mientras se proyectaron los nombres del staff en las pantallas principales. Un reconocimiento en vivo que conectó al público con quienes sostienen el Vive Latino desde detrás del escenario.

Como parte de este momento, Cerveza Indio también realizó una aportación en vales de despensa para más de 3,000 personas que, desde la primera línea del festival, hacen posible cada edición. **Porque el Vive Latino no solo se canta: se construye día a día, con el trabajo y el alma guerrera de quienes lo hacen posible.**



Sobre HEINEKEN México

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 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 Group
karen.sandoval@sernagrp.com