



Semana Santa impulsa nuevas formas de convivencia: crece el consumo inteligente y las opciones 0.0, impulsadas por HEINEKEN México

Ciudad de México, a 25 de marzo de 2026 — En Semana Santa, una de las temporadas de mayor convivencia social en el país, crece la preferencia por un consumo más moderado y opciones sin alcohol. Ante este cambio, HEINEKEN México refuerza su labor en la construcción de una cultura de consumo responsable a través de su Caravana de Consumo Inteligente, una iniciativa que se ha consolidado como referente en la promoción de decisiones informadas sobre el consumo de alcohol.

Este cambio es particularmente visible en las nuevas generaciones y se refleja en datos recientes. De acuerdo con la ENCODAT 2025, la prevalencia de consumo de alcohol en adolescentes disminuyó de 39.8% a 33.9%, evidenciando una evolución hacia decisiones más informadas. En este contexto, HEINEKEN México ha fortalecido su estrategia de consumo inteligente a través de su Caravana de Consumo Inteligente, un modelo educativo itinerante que acerca información basada en evidencia a comunidades, universidades y centros de trabajo en todo el país. A través de experiencias prácticas, la iniciativa aborda la ciencia del alcohol, sus efectos y herramientas para tomar decisiones informadas.

La Caravana forma parte de la estrategia global de sustentabilidad “Brindar un Mundo Mejor”, con la que la compañía impulsa acciones en favor del bienestar social y la promoción de hábitos responsables. Este esfuerzo retoma y evoluciona iniciativas históricas como Conductor Designado y Mesero Inteligente, consolidando un enfoque integral de responsabilidad compartida entre consumidores, puntos de venta y comunidad.

La Caravana de Consumo Inteligente responde a esta necesidad mediante un modelo educativo itinerante que combina tecnología, evidencia científica y diálogo abierto para acercar información relevante a comunidades, universidades y organizaciones en todo el país. A diferencia de las campañas tradicionales, su enfoque está diseñado para generar capacidades prácticas en audiencias mayores de edad, integrando contenidos sobre la



ciencia del alcohol, sus efectos físicos y mentales, mitos y realidades, así como herramientas concretas para la toma de decisiones responsables.

A partir de 2025, esta iniciativa dio un paso adicional al incorporar un componente de formación avalado por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS), otorgando valor curricular a sus contenidos y fortaleciendo su impacto en términos de profesionalización y prevención. De manera complementaria, el programa de *Mesero Inteligente* refuerza la capacitación en puntos de venta, abordando temas como protocolos de servicio, prevención de venta a menores de edad y prácticas responsables en la operación.

El impacto de la Caravana se refleja en su alcance nacional y en la profundidad de sus intervenciones. Tan solo en 2025, se llevaron a cabo más de **100 conferencias** en **18 estados de la República**, impactando a más de **9,500 personas** y acumulando **19,300 horas de entrenamiento**. Estas acciones estuvieron dirigidas principalmente a comunidades académicas, colaboradores de empresas, así como autoridades de salud y movilidad, consolidando un enfoque multisectorial.

En lo que va de 2026, la iniciativa ha llegado a más de **600 personas en cuatro estados**, con una agenda de expansión que busca fortalecer su presencia a nivel nacional e incorporar nuevas herramientas de sensibilización, incluyendo iniciativas como la **mixología 0.0** y estrategias de comunicación digital que acerquen el mensaje a nuevas audiencias.



“Estamos convencidos de que el consumo inteligente es un pilar fundamental para construir entornos más seguros y una convivencia más consciente. La Caravana refleja nuestro trabajo por acercar información basada en evidencia y generar capacidades reales en las personas para tomar mejores decisiones”, señaló Inti Pérez, Directora de Sustentabilidad Corporativa de HEINEKEN México.



Promover una cultura de consumo inteligente en México contribuye a la prevención de riesgos, fortalece la salud pública y fomenta espacios de convivencia más responsables. Bajo esta visión, HEINEKEN México continuará expandiendo el alcance de la Caravana de Consumo Inteligente, consolidando alianzas y desarrollando nuevas iniciativas que posicionen la moderación como un valor aspiracional en la vida cotidiana de los consumidores.

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