



Tecate 'Gulf of Mexico': A un paso de ser la campaña más premiada de México

- La campaña de Tecate, desarrollada por LePub Mexico City, acumula 99 premios en nueve de los festivales creativos más relevantes del mundo, consolidando una de las huellas de reconocimiento más robustas registradas para un caso mexicano

Ciudad de México, a 19 de junio de 2026 — “Tecate Gulf of Mexico (Bar)”, la campaña desarrollada por LePub Mexico City para Tecate, continúa consolidando un desempeño extraordinario en el circuito global de festivales creativos, acumulando 99 reconocimientos a la fecha.

Este resultado posiciona al caso como uno de los más reconocidos de la industria publicitaria mexicana y consolida una de las trayectorias de reconocimiento más destacadas registradas para una campaña mexicana.

El desempeño de “Gulf of Mexico (Bar)” no solo destaca la cantidad de reconocimientos obtenidos, sino también por la consistencia y nivel de reconocimiento alcanzado a través de múltiples plataformas globales. Es una de las pocas campañas mexicanas en alcanzar un ADLOC —oro o Grand Prix en los cinco festivales más importantes: Andy, D&AD, Cannes Lions, The One Show y Clio, además de haber sido premiada en otros festivales clave, incluyendo London International Awards, El Ojo de Iberoamérica, Círculo de Oro e IAB MiXX.

Dentro de este acumulado, el caso suma 75 metales estándar, distribuidos en 37 oros, 21 platas y 17 bronces, además de 3 merits en One Show y 18 premios de máximo nivel como Grand Prix, Grand Clios, Gran Ojo y reconocimientos “Best of Discipline” o equivalentes.



Este nivel de reconocimiento transversal que abarca creatividad, experiencia, media y relaciones públicas, marca una diferencia significativa frente a otros casos históricos mexicanos, los cuales tienden a concentrar su desempeño en un solo festival o disciplina específica.

En este contexto, la huella de premios de “Gulf of Mexico (Bar)” se distingue no solo por la cantidad de reconocimientos obtenidos, sino por su presencia transversal en múltiples festivales, posicionándose como uno de los casos más robustos registrados en la industria.

Más allá de los reconocimientos obtenidos, estos resultados reflejan la capacidad de Tecate para desarrollar ideas que conectan genuinamente con las personas y con las conversaciones culturales más relevantes del momento. Las campañas más exitosas no son únicamente aquellas que reciben premios, sino las que logran generar identificación, conversación y una conexión significativa con los consumidores.

Para Tecate, la creatividad es una herramienta estratégica para fortalecer la relevancia de la marca, construir vínculos emocionales con las personas y participar de manera auténtica en las conversaciones culturales que hoy influyen en las preferencias, afinidades y comportamientos de consumo.

Este desempeño se suma a una plataforma creativa más amplia impulsada por Tecate y LePub Mexico City. Iniciativas como “All In For Macario” y “Tecate Volvimos por Ti” han contribuido a fortalecer la relevancia cultural de la marca, demostrando una capacidad consistente para generar conversación, conectar con las audiencias y participar en algunos de los momentos culturales más relevantes dentro y fuera de México.

En conjunto, estas iniciativas evidencian un enfoque consistente: ideas que no solo buscan visibilidad, sino que se insertan en la cultura, generan conversación y construyen significado alrededor de la marca.

En este sentido, el éxito de “Gulf of Mexico (Bar)”, Tecate y LePub Mexico City no es un hecho aislado: es la expresión más reciente de una plataforma creativa sostenida, en la que cada campaña fortalece el posicionamiento de la marca y de la agencia a través de ideas culturalmente relevantes, capaces de trascender la publicidad tradicional, proyectar el talento creativo mexicano en escenarios internacionales y reforzar la capacidad de las marcas mexicanas para competir al más alto nivel creativo.

Estos reconocimientos también reflejan el creciente protagonismo de México en la industria creativa global. En años recientes, el país ha incrementado de forma consistente su presencia y desempeño en los principales festivales internacionales, consolidándose como uno de los mercados creativos más relevantes de la región y con una creciente proyección a nivel mundial.



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.

Contacto de prensa

Melisa Aguilar

Líder de Medios y Relaciones Públicas

HEINEKEN México

melisasamanta.aguiarhernandez@heineken.com

Karen Sandoval

Relaciones Públicas

Serna PR

karen.sandoval@sernagrp.com