



HEINEKEN México presenta en Monterrey su Informe de Sustentabilidad 2025

Monterrey, Nuevo León, a 1 de julio de 2026.- HEINEKEN México presenta en Monterrey su Informe de Sustentabilidad 2025, un documento que refleja la evolución de su estrategia de Sustentabilidad “Brindar un Mundo Mejor”, pasando de resultados anuales a la construcción de capacidades que generan valor sostenido en el tiempo.

Con 135 años de historia en México y una presencia estratégica en Nuevo León, La Cervecería reafirma que el liderazgo empresarial no se mide solo por lo que se logra hoy, sino por lo que se deja instalado para el futuro. El informe muestra cómo la sustentabilidad se integra cada vez más en la operación del negocio, como un habilitador de crecimiento y permanencia.

En el pilar Ambiental, HEINEKEN México reporta avances relevantes que reflejan esta transición a capacidades operativas, con un foco particular en la gestión hídrica del norte del país. En la Cuenca del Río San Juan, vinculada a la operación de Planta Monterrey, la compañía registró un 107% de avance en su meta de reabastecimiento hídrico, en alianza con el Fondo Ambiental Metropolitano de Monterrey (FAMM), protegiendo una zona clave para la recarga de los acuíferos que abastecen al área metropolitana.

A nivel regional, la cervecería de Meoqui, Chihuahua, se mantiene como la más eficiente del sistema HEINEKEN a nivel global, con un consumo de 1.68 hl/hl, es decir, 1.68 hectolitros de agua por hectolitro de cerveza. A nivel nacional, la empresa redujo el consumo promedio en cervecerías a 2.26 hl/hl y superó el 86% de avance en su meta de balance hídrico global.

En materia de emisiones, HEINEKEN México reporta una reducción del 30% en emisiones de Alcance 1 y 2, así como un 28% menos de emisiones en su cadena de valor. En circularidad y campo



sustentable, el 41% de su volumen de ventas corresponde a formatos retornables, el 98% de sus envases son reciclables por diseño y, mediante monitoreo satelital, se validó que 20,000 hectáreas de cebada están libres de deforestación.

“La agenda ambiental requiere decisiones consistentes en producción, compras, logística, agricultura, innovación y relación con comunidades. Por eso, el informe muestra avances técnicos, pero su valor principal está en la forma en que ordena nuestra ruta hacia adelante: medir mejor, explicar mejor y decidir mejor”, compartió Inti Pérez, Directora de Sustentabilidad Corporativa de HEINEKEN México.

El informe también destaca que el legado de la compañía se construye a través de las personas. Con más de 17,000 colaboradores, HEINEKEN México mantuvo su récord de cero accidentes fatales en 2025, resultado de una cultura de seguridad consolidada.

En Monterrey, la compañía implementó el proyecto piloto Smart Outsourcing, orientado a asegurar que proveedores externos operen bajo estándares alineados con los principios de seguridad laboral, ética y pago justo de la compañía. A nivel comunitario, el impacto se refleja en iniciativas como “Un Nuevo Bosque para Brindar un Mundo Mejor”, así como en más de 440 Becas con Propósito acumuladas en alianza con Tecmilenio y 65 sistemas de captación de agua de lluvia instalados en centros de salud y espacios comunitarios.

“La construcción de legado empieza con las personas. Seguimos impulsando una cultura que promueve el desarrollo del talento y la equidad, con el objetivo de asegurar un crecimiento sostenible hacia el futuro. En 2025, más del 30% de los puestos de alta dirección fueron ocupados por mujeres, y mantenemos la ambición de llegar al 40% hacia 2030”, destacó Yadira Sepúlveda, VP de Recursos Humanos de HEINEKEN México.

En Consumo Inteligente, HEINEKEN México continúa impulsando un cambio cultural hacia la moderación, destinando el 20% del presupuesto de medios de Heineken® a campañas responsables, alcanzando a 83 millones de personas.

Un ejemplo de ello es la campaña “Cuando Manejes Nunca Tomes”, protagonizada por Sergio “Checo” Pérez, que alcanzó a 31 millones de usuarios únicos. Asimismo, la iniciativa “No Reasons Needed” llegó a 65.4 millones de usuarios únicos, fortaleciendo la conversación sobre moderación y respaldando alternativas como Heineken® 0.0 y Tecate® 0.0.

Para impulsar la categoría de alternativas sin alcohol, Tecate® 0.0 se posicionó en el día a día a través de su campaña digital “Empezar de 0.0”, logrando alcanzar al 99% de su audiencia digital a nivel nacional mediante 106 piezas de contenido.

En punto de venta y comunidades, la Caravana de Consumo Inteligente y el programa de Mesero Inteligente acumularon más de 19,300 horas de capacitación para fomentar prácticas responsables, mientras que 680 comerciantes de tiendas SIX fueron certificados en venta responsable. Además, como parte de la campaña Tecate 18+, se eliminaron los logotipos de la marca en los uniformes infantiles de los equipos patrocinados. Como ejercicio de transparencia, el 100% de los envases del portafolio incorporaron códigos QR con información clara para el consumidor.



“Contamos con Heineken 0.0 y Tecate 0.0 como parte de nuestro portafolio sin alcohol. Estas alternativas responden a nuevas tendencias de consumo y permiten ampliar la conversación sobre moderación desde una perspectiva positiva: ofrecer más opciones para decidir mejor”, comentó Claudia De La Vega, VP de Asuntos Corporativos de HEINEKEN México.

Los resultados del Informe de Sustentabilidad 2025 muestran una evolución clara: de acciones individuales a sistemas que permanecen. En Nuevo León, esta visión se refleja en la eficiencia hídrica de sus operaciones, el fortalecimiento de estándares laborales, la colaboración con comunidades y la promoción de una cultura de moderación.

A 135 años de su llegada al país, HEINEKEN México reafirma que su legado no solo se mide en historia, sino en su capacidad de crear valor sostenible que perdure para las futuras generaciones.

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