



“Star-Cycle”: La iniciativa de HEINEKEN y ECOLANA que te premia por reciclar

Ciudad de México, 27 de Julio de 2026. – Con el objetivo de impulsar hábitos de reciclaje en el país, HEINEKEN México, en colaboración con Ecolana, presenta *Star-Cycle*, una campaña que busca incentivar la separación y reciclaje de materiales valiosos después de su consumo, como las latas aluminio, las botellas de vidrio y los anillos de plástico de Hi-Cone, a través de una experiencia sencilla, digital y accesible.

En México, materiales como el vidrio y el aluminio tienen un alto potencial de recuperación y reincorporación a nuevas cadenas productivas. Sin embargo, una parte importante de estos materiales aún no llega a los canales adecuados de reciclaje debido a la falta de información, infraestructura visible y mecanismos que faciliten la participación ciudadana.

Para responder a este reto, “Star-Cycle” aprovecha el ecosistema digital de Ecolana, plataforma especializada en conectar a las personas con centros de acopio en todo el país. A través de su aplicación, los usuarios podrán ubicar puntos de recolección cercanos, registrar sus entregas y dar seguimiento a su participación de manera transparente y trazable, para obtener recompensas.

La iniciativa contempla la recuperación de materiales como botellas de vidrio, latas de aluminio y anillos plásticos utilizados en empaques multipack, contribuyendo a que estos recursos permanezcan en circulación durante más tiempo y evitando que terminen como residuos.

La campaña incorpora incentivos atractivos que reconocen el compromiso de los participantes, incluyendo recompensas digitales y un sistema de ranking basado en los kilogramos reciclados.

Como parte de la experiencia, los usuarios obtendrán la insignia *Star-Cycle*, un distintivo que valida su participación dentro de la app de Ecolana y los integra a una comunidad que contribuye activamente al cuidado del medio ambiente.

Esta insignia no solo representa el esfuerzo individual, sino que también conecta el acto de reciclar con una experiencia de marca más amplia, alineada con los pilares de sostenibilidad de HEINEKEN México.

La estrategia de comunicación de la campaña se basa en educar, visibilizar y movilizar a los consumidores. A través de contenido en redes sociales y dentro de Ecolana, se explicará cómo reciclar correctamente, qué materiales pueden recuperarse incluyendo el Hi-Cone, anillo de plástico reciclable, cuyo reciclaje aún es poco conocido y cómo participar en la dinámica.

Con mensajes como “Disfruta, recicla y repite” y “Dale otra vida a lo que ya disfrutaste”, la iniciativa busca integrar el reciclaje como parte natural de la experiencia de consumo.

Gracias a la infraestructura digital de Ecolana, cada acción queda registrada y validada mediante evidencia fotográfica y procesos de verificación, garantizando la transparencia del programa.

Además, el manejo de los residuos se realiza en coordinación con centros de acopio y gestores autorizados, asegurando su correcta disposición.

El recorrido del usuario abarca desde el descubrimiento de la iniciativa en redes sociales, hasta la acción dentro de la app, la validación de su impacto y la obtención de recompensas, convirtiendo la intención en resultados tangibles.

Durante los primeros seis meses de la implementación de esta iniciativa, se proyecta recuperar al menos 500 kilogramos de materiales reciclables, con la participación de usuarios dentro del ecosistema de Ecolana.

Con esta iniciativa, HEINEKEN México fortalece su estrategia de circularidad y continúa impulsando soluciones que faciliten la participación de los consumidores en la construcción de un futuro donde los materiales se mantengan en uso por más tiempo y generen valor más allá de su primer ciclo de vida.

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 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

Francisco Huerta

HEINEKEN México

francisco.huertaramirez@heineken.com

Karen Sandoval

Relaciones Públicas

Serna PR

karen.sandoval@sernagr.com