



HEINEKEN México, Arena México, SEDECO, el Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México y Tecmilenio certifican consumo inteligente

- Durante cinco meses, más de 150 colaboradores de los puntos de venta de Arena México participarán en un programa de capacitación en Consumo Inteligente y Venta Responsable, impartido por Tecmilenio a través de instructores registrados ante la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS)

Ciudad de México, 28 de septiembre de 2026.— HEINEKEN México, Arena México, la Secretaría de Desarrollo Económico de la Ciudad de México (SEDECO), el Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México y Tecmilenio presentaron el Certificado en Servicio y Venta Responsable de Bebidas Alcohólicas, un programa que capacitará durante cinco meses a alrededor de 180 colaboradores vinculados a la venta en Arena México.

La iniciativa busca llevar los principios de Consumo Inteligente y Venta Responsable a la operación cotidiana del recinto, mediante herramientas enfocadas en la prevención de venta de alcohol a menores, la calidad en el servicio y mejores prácticas en los puntos de venta.

El programa será impartido por Tecmilenio, con sesiones de una hora cada 15 días, a través de instructores registrados como agentes capacitadores externos ante la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS), lo que permitirá entregar a cada participante una constancia de competencias o habilidades laborales (formato DC-3).

Para HEINEKEN México, la iniciativa forma parte de “Brindar un Mundo Mejor”, su estrategia de sustentabilidad, donde el Consumo Inteligente es uno de sus pilares. Desde hace más de 25 años, la compañía impulsa acciones de consumo responsable en el país. Tan solo en 2025, a través de la Caravana de Consumo Inteligente, capacitó a más de 9,600 personas en 18 estados y acumuló más de 19,300 horas de capacitación con validez ante la STPS.

“El Consumo Inteligente se construye con educación, prevención y acciones concretas. Esta alianza nos permite sumar capacidades para que quienes están en contacto directo con los consumidores sean también aliados de la moderación y la venta responsable. Así es como convertimos nuestra responsabilidad en una cultura que se vive todos los días”, señaló Claudia de la Vega, Vicepresidenta de Asuntos Corporativos de HEINEKEN México.

La colaboración suma capacidades del sector privado, las autoridades y la academia para fortalecer la profesionalización y las mejores prácticas en uno de los recintos más emblemáticos de la lucha libre mexicana y de la oferta cultural y turística de la Ciudad de México.



Al respecto, Manola Zabalza, Secretaria de Desarrollo Económico de la Ciudad de México, señaló: “La lucha libre es parte de la identidad, la cultura y también de la actividad económica de nuestra ciudad. Cada función genera empleo, comercio y turismo, y por eso es importante seguir fortaleciendo este espacio a través de la capacitación y la profesionalización. Iniciativas como esta nos permiten mirar con responsabilidad hacia el futuro y hacer del consumo responsable parte de la convivencia y de las experiencias que disfrutan familias, aficionados y visitantes”.

Arena México es uno de los principales referentes de la lucha libre mexicana, una tradición reconocida como Patrimonio Cultural Intangible de la Ciudad de México. La iniciativa se presenta además en el contexto de los 93 años de legado de la organización que dio origen a la lucha libre profesional organizada en México y de la conmemoración del Día Nacional de la Lucha Libre y del Luchador Profesional Mexicano.

Como parte del lanzamiento, los asistentes participaron en una capacitación de Consumo Inteligente y Venta Responsable y en una experiencia de mixología 0.0 con Heineken 0.0 y Tecate 0.0, integrando educación, profesionalización y alternativas sin alcohol dentro de una misma visión de consumo responsable.

Sobre HEINEKEN México

Con más de 135 años de historia, HEINEKEN México es la cervecera con mayor tradición en el país. Fundada en 1890, la compañía impulsa su estrategia de sustentabilidad “Brindar un Mundo Mejor” a través de tres pilares: ambiental, social y Consumo Inteligente, con los que busca generar un impacto positivo en el medio ambiente y en las comunidades donde opera. A través del programa “Comunidades de Agua para Brindar un Mundo Mejor”, HEINEKEN México impulsa acciones para contribuir al acceso al agua en distintas comunidades del país.

La compañía cuenta con 7 cervecerías y una maltera, donde colaboran más de 17 mil personas comprometidas con la calidad y con crear experiencias que generen momentos de unión y alegría. Como empresa multicategoría de bebidas, cuenta con un amplio portafolio integrado por cervezas, opciones sin alcohol, ciders y RTDs. Entre sus marcas se encuentran Heineken®, 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®, Miller Lite®, Miller High Life®, Coors Light® y Strongbow Apple Ciders®, además de Tiendas SIX.

Información de contacto:

Melisa Aguilar

Líder de Comunicación Externa - HEINEKEN México

Celular: (52) 55 3943 9555

melisasamanta.aguilahernandez@heineken.com

Arturo Aguilar

Relaciones Públicas

LLYC

heineken.mex@llyc.global

Karen Sandoval

Relaciones Públicas

SERNA PR

Karen.sandoval@sernagr.com