



HEINEKEN México presenta resultados de su estrategia de sustentabilidad “Brindar un Mundo Mejor” en su Informe 2024

- La cervecería de Tecate, Baja California, alcanzó el balance hídrico al reabastecer a la naturaleza el volumen equivalente al agua contenida en sus productos.
- La cervecería de Meoqui, Chihuahua, se posicionó por segundo año consecutivo como la número uno en eficiencia hídrica dentro de HEINEKEN a nivel global, con un consumo de 1.7 litros de agua por cada litro de cerveza producido.
- Cierran 2024, llegando a la meta de equidad de género, con el 30% de los puestos de liderazgo en HEINEKEN México ocupados por mujeres.

Monterrey, a 24 de junio de 2025.- En su casa en Monterrey, HEINEKEN México presentó su Informe de Sustentabilidad 2024, donde compartió los resultados derivados de su estrategia para contribuir al cuidado del medio ambiente, el bienestar de las comunidades donde opera y el consumo inteligente. A través de este informe, la compañía expone las acciones implementadas en sus productos, procesos y cultura organizacional, alineadas con su propósito de *Brindar Momentos de Alegría para Inspirar un Mundo Mejor*.

Durante el evento estuvieron presentes directivos de la compañía, entre ellos Claudia de la Vega, vicepresidenta de Asuntos Corporativos de HEINEKEN México, e Inti Pérez, directora de Sustentabilidad y Responsabilidad Social. También participaron aliados estratégicos que han sido clave en el cumplimiento de las metas al 2024 y que formaron parte del panel central del evento. Entre ellos se encontraron: Martha Herrera, secretaria de Igualdad e Inclusión del Gobierno del Estado de Nuevo León; Ana Martínez, consejera



nacional y presidenta de la Comisión de PYMES en COPARMEX CDMX; y Antonio Ángel Benavent, director general de Restauremos el Colorado.



Este año, el informe destaca logros significativos en tres áreas: en protección del agua, la cervecera de Tecate alcanzó el balance hídrico, reabasteciendo a la naturaleza un volumen equivalente al agua que se va como parte de sus productos. En el eje social, el 30% de los puestos directivos en HEINEKEN México ya son ocupados por mujeres, reflejando una cultura de trabajo con equidad de género. Y en materia de consumo inteligente, la compañía continúa liderando el mercado de bebidas sin alcohol y fortaleció sus esfuerzos a través de la alianza con la Fundación Mexicana para la Salud, A.C. (FUNSALUD).

“La estrategia de sustentabilidad y responsabilidad social de HEINEKEN México está integrada en nuestra forma de operar y orienta nuestras decisiones: desde la elaboración de nuestras cervezas, hasta cómo nos relacionamos con el planeta, nuestras comunidades y nuestra gente. Sabemos que un equipo motivado es clave para lograr nuestras metas, y que la suma de esfuerzos consistentes impulsa resultados significativos. Por eso, seguimos avanzando con determinación, conscientes de la responsabilidad que tenemos de inspirar un mundo mejor,” concluyó Claudia de la Vega, vicepresidenta de Asuntos Corporativos de HEINEKEN México.

Actualmente, HEINEKEN México cuenta con 135 años de historia en el país, operando siete cervecerías, una maltera, una fábrica de latas, y una fuerza laboral de más de 17,000 colaboradoras y colaboradores que trabajan para ofrecer a los consumidores un portafolio amplio y diverso, con más de 21 marcas hechas en México. La compañía también opera 178 centros de distribución y una red de más de 17,000 Tiendas SIX en todo el país.

Con esta sólida trayectoria en el país, la cervecera sigue subiendo la barra rumbo al 2030, con metas claras que, a través de su estrategia global de sustentabilidad “Brindar un Mundo Mejor”, reafirman su ambición de contribuir a un futuro más sustentable, inclusivo e innovador.

Una de las prioridades centrales para HEINEKEN México en 2024 fue promover el Consumo Inteligente de sus productos, impulsando acciones de concientización para prevenir el consumo nocivo desde tres frentes clave: evitar el consumo de alcohol al volante, prevenir la venta y consumo en menores de edad, y sensibilizar sobre



el impacto del consumo nocivo de alcohol. Como parte de este esfuerzo, se destinó el 20% del presupuesto de medios de la marca Heineken a campañas de concientización.

La compañía también ofrece alternativas sin alcohol, como Heineken 0.0 y Tecate 0.0, que permiten al consumidor disfrutar de momentos especiales sin los efectos del alcohol. Asimismo, con la iniciativa Tecate 18+, más de 119,000 personas firmaron un compromiso nacional para evitar el consumo de alcohol en menores. De manera paralela, se reforzó el trabajo conjunto con Cerveceros de México para promover una cultura de consumo moderado en todo el país.

En el eje ambiental, sobresalen las acciones enfocadas en la gestión hídrica. La cervecería ubicada en Tecate alcanzó el balance hídrico, reabasteciendo a la naturaleza un volumen equivalente al agua que se va como parte de sus productos. Además, por segundo año consecutivo, la cervecería de Meoqui, Chihuahua, se posicionó como la número uno en eficiencia hídrica dentro de HEINEKEN a nivel global, con un consumo de 1.7 litros de agua por cada litro de cerveza producido. A nivel nacional, el promedio en las siete cervecerías de HEINEKEN México fue de 2.3 litros por litro de cerveza, muy por debajo del promedio global de la industria.



Todas estas acciones se encuentran alineadas al Acuerdo de París y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. En este marco, la compañía ha trazado una hoja de ruta clara para la reducción de emisiones de CO₂, acompañada de una política de energía eléctrica renovable que establece lineamientos para su obtención, identifica oportunidades y guía el avance responsable en el uso de fuentes renovables de energía.

Entre otras acciones relevantes en materia ambiental, HEINEKEN México implementó iniciativas de alto impacto durante 2024:

- **Avances en empaques sustentables:** el 98% de los empaques ya son reciclables y el 90% de los anillos plásticos en las latas están fabricados con plástico reciclado posconsumo (PCR). Además, las etiquetas de las marcas Indio y Tecate se elaboran con papel TOTALMENTE reciclado, certificado por el Forest Stewardship Council (FSC).
- **Agricultura sustentable y origen local:** el 70% de la cebada utilizada fue de origen mexicano y el 64% provino de fuentes sustentables, con la meta de alcanzar el 100% para 2030. Como parte de esta estrategia, 90 productores fueron certificados por la FSA-SAI, incluyendo 38 nuevas certificaciones y



tres recertificaciones. Asimismo, se inició un proyecto de restauración de suelos en la cuenca del Río Conchos, en Meoqui, Chihuahua

- **Energía y emisiones:** se logró una reducción del 33% en emisiones de CO₂ (alcance 1 y 2) respecto a 2022. La energía eléctrica empleada para los procesos de producción es renovable en su totalidad, y el 82% de la energía usada por el área de logística también provino de fuentes renovables.
- **Economía circular:** el 96% de los residuos provenientes de refrigeradores fueron reciclados, reutilizados y/o remanufacturados, evitando que los residuos lleguen a los depósitos de relleno sanitario, por otro lado, se incorporó material reciclado en el 23% de las botellas de vidrio y en el 46% de las latas y tapas utilizadas. Además, en 2024 HEINEKEN México participó por primera vez en el programa “Reciclamanía Evolucionada”, sumándose a un esfuerzo conjunto con otros socios comerciales, como Walmart de México y Centroamérica, para fortalecer la economía circular en el país.

En el ámbito social, HEINEKEN México impulsa tres iniciativas clave: Diversidad, Equidad e Inclusión; Lugar de Trabajo Justo y Seguro; e Impacto Positivo en las Comunidades. Durante 2024, se lograron avances importantes en equidad de género, alcanzando que el 30% de los puestos de liderazgo estén ocupados por mujeres. En materia de diversidad, se llevó a cabo por primera vez el Censo de Diversidad 2024, un ejercicio interno en el que participaron cerca de 2,500 colaboradores, con el objetivo de conocer y valorar la composición de su fuerza laboral.

A través de herramientas de diagnóstico, programas de desarrollo y espacios de diálogo, la compañía continúa promoviendo el bienestar colectivo y construyendo entornos de trabajo seguros, diversos e inclusivos.

Finalmente, con el objetivo de fortalecer su vínculo con las comunidades donde opera, HEINEKEN México invirtió 35 millones de pesos en 2024 en iniciativas sociales alineadas principalmente a tres ejes: la alegría de estar juntos, el acceso a oportunidades de empleo brindando becas profesionales y el acceso al agua.

Entre las acciones más destacadas se encuentra el programa “Comunidades de Agua”, enfocado en mitigar los efectos de la escasez hídrica en diversas regiones del país. Gracias a este esfuerzo, se logró:

- La instalación de 10 captadores de agua con capacidad de 10,000 litros en comunidades de Querétaro, Michoacán, Estado de México y Jalisco.
- La entrega de 1,195,700 litros de agua mediante pipas para comunidades del Valle de Toluca.
- La distribución de más de 180,000 latas de agua potable en más de cuatro regiones del país.

Además, la compañía continúa implementando programas como Un Nuevo Bosque para Brindar un Mundo Mejor, Becas HEINEKEN México, Comunidades de Agua y el HEINEKEN Green Challenge, todos diseñados para buscar generar un impacto social y ambiental positivo en las comunidades mexicanas.

En HEINEKEN México, el **propósito de Brindar Momentos de Alegría para Inspirar un Mundo Mejor** se refleja: cuidando el planeta, creando marcas legendarias, brindando por la seguridad de su gente y fortaleciendo el vínculo con las comunidades donde opera.

Consulta el Informe de Sustentabilidad 2024

[HEINEKEN México - Sustentabilidad](#)



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

E-

[mail:melisasamanta.aguilarnandez@heineken.com](mailto:melisasamanta.aguilarnandez@heineken.com)

Daniela Andrade

Asociado SERNA PR

Celular: (55) 2314 9501

E-mail: daniela.andrade@sernapr.com