

Heineken reporta que sus ventas de cerveza sin alcohol son del 39%

Por el Staff de El Inversionista

La cervecera en México, tiene como estrategia construir una cultura de moderación y alternativa sin alcohol, que en parte inició hace 25 años cuando fueron pioneros con la iniciativa del conductor designado

La marca de cerveza Heineken ha avanzado en la venta de su versión sin alcohol en el mercado mexicano al representar en el 2024 el 39% de las ventas totales, de una participación que tenía de 34% en el 2023.

De acuerdo con Elena Huante, gerente de Relaciones Institucionales Región Centro de Heineken México, al cierre del 2024 el 39% de las ventas totales de esa marca correspondió a Heineken 0.0, que lanzaron en el 2019, cuando en el 2023 esa participación fue de 34%.

Mientras que la marca Tecate 0.0 también ha avanzado, aunque si bien no especificó el porcentaje de las ventas que representa, refirió que tiene presencia en más de mil 100 puntos de venta.

Durante su participación en la presentación del Informe de Sustentabilidad 2024 de Heineken México, Huante refirió que ese portafolio de productos forma parte de la estrategia de construir una cultura de moderación y alternativa sin alcohol, que en parte inició hace 25 años cuando fueron pioneros con la iniciativa del conductor designado.

Al respecto, Claudia de la Vega, vicepresidenta de Asuntos Corporativos de Heineken México, dijo que esa expansión en el mercado viene de atender los cambios en el consumo.

“Vivimos en un entorno con muchos cambios y muchos cambios en las preferencias de los consumidores, pero también en un entorno en donde nos exige ser responsables en varios aspectos para nosotros ofrecer alternativas que no contengan alcohol, es simplemente atender estas necesidades”.

Ambas directivas coincidieron en que



parte de los resultados se deben a la campaña donde recurrieron al piloto de F1, Sergio Pérez en México, mientras que en Países Bajos, a Max Verstappen. “Para Heineken global los mercados que tiene alrededor del mundo tienen esta consigna de tener al menos una de sus marcas libre de alcohol. Nosotros (en México) tenemos dos, Heineken 0.0 que es nuestra marca insignia, pero por el éxito de nuestra marca Tecate, decidimos también incursionar con Tecate 0.0”, describió de la Vega. Parte de los resultados de su Informe de Sustentabilidad 2024, mostraron que Meoqui sigue siendo la planta Heineken en el mundo, que menos litros de agua consume por cada litro de cerveza producida, con 1.71 litros, mientras que la media nacional es de 2.31 litros.

También revelaron que la planta

de Tecate en Baja California se convirtió en la primera de Heineken en América en lograr el 100 por ciento de balanceo. “En nuestra planta cervecera Tecate, es el primer proyecto de balanceo en la Cuenca del Río Colorado logrando llegar al 100% y somos el primer mercado a nivel América de Heineken Company que cumple con un proyecto de balanceo a su 100 por ciento, reabasteciendo el agua que se va contenida en nuestros productos», dijo Inti Pérez, directora de Sustentabilidad de la empresa.

Además, describieron los avances en reducción de emisiones de CO2 al medio ambiente en logística y producción, y sobre el avance en envases reciclables, así como menor consumo de energía eléctrica, entre otras acciones laborales y a las comunidades.

