



EDC México integra sostenibilidad, bienestar e inclusión en la experiencia del festival

Ciudad de México, 19 de febrero de 2026. - OCESA y HEINEKEN México reafirman su responsabilidad con la sustentabilidad en el Electric Daisy Carnival (EDC) México, demostrando que las experiencias que ofrecen a los consumidores también pueden ser un espacio de conciencia ambiental, de cuidado colectivo y de impacto social positivo.

Para HEINEKEN México, esta participación se enmarca en su estrategia *Brindar un Mundo Mejor*, integrada por los pilares ambiental, social y de consumo inteligente, que a través de su concepto de “Experiencia Sustentable”, integra a marcas, festivales, promotores y agencias bajo un mismo propósito: diseñar e implementar eventos que reduzcan su impacto ambiental y generen un legado positivo para las personas y las comunidades.

A través de pilares como cero emisiones de carbono, circularidad, protección del agua, inclusión, diversidad y consumo inteligente, HEINEKEN México busca que cada experiencia con el público, a través de sus marcas y socios comerciales, refleje su visión de *Brindar un Mundo Mejor*. Esta ruta de acción contribuye a que los eventos de HEINEKEN México se planifiquen con enfoque sostenible, fomentando prácticas responsables y promoviendo momentos de disfrute que cuiden del planeta.

En esta edición, EDC México implementa una estrategia transversal que integra gestión responsable de residuos, uso eficiente de recursos, bienestar emocional y espacios seguros e inclusivos.



Para el eje ambiental, el festival opera un modelo integral de manejo de residuos y economía circular, que contempla reducción de plásticos de un solo uso, lineamientos para materiales compostables certificados, reutilización de escenografía y correcta separación para reciclaje y tratamiento. Estas acciones se complementan con Hagamos Composta, iniciativa que transforma residuos orgánicos en composta, evitando su disposición en rellenos sanitarios y reduciendo emisiones de gases de efecto invernadero.

En materia hídrica, EDC implementa sanitarios eficientes, uso de agua tratada para servicios no destinados al consumo humano y elimina elementos decorativos de alto consumo. Además, el agua se abastece mediante pipas para no afectar el suministro local, bajo esquemas de control y auditoría ambiental.

El festival también impulsa energía y movilidad sostenible, mediante el programa Ticket2Ride para reducir transporte individual y sistemas de optimización en generadores que disminuyen el consumo de diésel y la huella de carbono del evento.

La estrategia prioriza el bienestar e inclusión con iniciativas como los Puntos Violeta, espacios especializados para prevenir y atender violencia de género; plataformas y zonas preferentes para personas con discapacidad; baños inclusivos; puntos de hidratación y áreas con sombra. Asimismo, integra OASIS by Mindsurf, espacio atendido por psicólogos que brinda contención sensorial y primeros auxilios emocionales.

Estas acciones forman parte de la estrategia de sostenibilidad de OCESA, que integra criterios ambientales, sociales y de gobernanza en el diseño y operación de sus eventos, con medición de impactos, colaboración especializada y mejora continua, alineada a una visión de largo plazo y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En este contexto, dentro de las principales iniciativas de HEINEKEN México destacan la transición hacia cero emisiones mediante estrategias de descarbonización y eficiencia energética; la maximización de la circularidad, con su modelo de negocio de botellas retornables, así como con la integración de contenido reciclado post consumo en sus envases, además de impulsar el reúso de materiales en eventos y operaciones para avanzar hacia experiencias cero residuos; la protección del agua, con proyectos de balance hídrico y uso responsable en toda la cadena; así como la promoción de entornos seguros, inclusivos y diversos en eventos y comunidades.

A esto se suma el impulso a un consumo inteligente, con acciones para prevenir la venta de alcohol a menores, fomentar la moderación y ampliar alternativas de cervezas 0.0. Con estas líneas de acción, HEINEKEN México fortalece su liderazgo en la industria al integrar prácticas responsables en cada experiencia y operación, las cuales las personas pueden conocer a través de su stand de “Experiencia Sustentable” dentro del festival.

Dicho stand consiste en una estructura modular de madera reutilizable, reduciendo residuos y emisiones en montaje y transporte; el 70% de su energía proviene de paneles solares, y reutiliza telas y materiales de festivales anteriores intervenidos por artistas de la FARO Oriente, convirtiendo residuos en arte comunitario.

El espacio ejemplifica la economía circular al transformar corcholatas rechazadas en producción en pines, así como el uso de telas recicladas en bucket hats; también promueve el consumo inteligente mediante la experiencia con lentes “Fatal Vision”, mensajes de moderación y puntos de hidratación; y



refuerza el pilar social con dinámicas digitales sobre inclusión, la figura de “Aliados de la diversidad” y espacios de expresión y cuidado como la aplicación de protector solar.

“Para HEINEKEN México, la sustentabilidad también debe vivirse en los espacios donde las personas se reúnen y celebran. Nuestra “Experiencia Sustentable” en festivales integra prácticas responsables que minimizan el impacto ambiental, fomentan el consumo inteligente y promueven la inclusión, demostrando que el entretenimiento puede ser parte activa de un cambio positivo”, señaló Inti Pérez, Directora de Sustentabilidad de HEINEKEN México.

“Sabemos que la transición hacia un entretenimiento más sostenible es una ruta continua. Nuestro compromiso es seguir innovando en producción responsable, gestión de residuos y materiales circulares, asegurando acciones que tengan un amplio impacto social e incluyendo a todas las personas en cada uno de nuestros eventos”, mencionó por su parte Armando Calvillo, Director de Marketing Festivales de OCESA y miembro de su comité de sostenibilidad.

Como aliado estratégico del festival, HEINEKEN México refuerza así una visión compartida con OCESA: que las grandes experiencias en vivo pueden evolucionar hacia modelos cada vez más responsables con el entorno y las comunidades donde se desarrollan.

Reconocida a nivel mundial como Green Guardian

Debido a las distintas iniciativas de sostenibilidad que impulsa en todos sus eventos, OCESA ha sido reconocida como un Green Guardian de la industria del entretenimiento en vivo por la revista especializada IQ Magazine. Esta distinción coloca a la empresa junto a referentes como Coldplay y PixMob, reafirmando su posición como pionera en Latinoamérica en la transformación hacia un futuro más verde y consciente.

Sobre OCESA

OCESA es la empresa de entretenimiento en vivo líder en México y forma parte de Live Nation Entertainment, el promotor de espectáculos más grande del mundo. Con más de tres décadas de experiencia, OCESA impulsa el desarrollo cultural y económico de la región a través de la producción de conciertos, festivales y experiencias que inspiran a millones de personas cada año.

Más información: www.ocesa.com.mx

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 cervecería con más tradición en el país y parte del grupo cervecerío 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 cervecería brinda acceso al agua a diferentes comunidades del país con diferentes acciones. La cervecería mexicana cuenta con 7 cervecerías y una



malteria 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

Arturo Aguilar

Líder de Comunicación Externa - LLYC

HEINEKEN México

Celular: (55) 34 88 52

Celular: (52) 55 3943 9555

63

melisasamanta.aguilarhernandez@heineken

E-mail:

en.com

arturo.aguilar@llyc.glo

bal