



## El antojo se vive en tiempo real en el Tecate Pa'l Norte

- Sol Mezclas lleva al festival una experiencia diseñada para satisfacer el antojo al momento, con personalización, movilidad y formatos Ready to Drink.
- En festivales, las bebidas se posicionan como la principal categoría de consumo, impulsadas por decisiones espontáneas y el contexto.



**Monterrey, Nuevo León, a 6 de abril de 2026** – En un entorno donde la música, el calor y la energía del momento se combinan, el antojo deja de ser una idea y se convierte en una decisión inmediata. Bajo esta premisa, Sol Mezclas llega a Tecate Pa'l Norte con una activación diseñada para resolver ese impulso en tiempo real, acercando a los asistentes una experiencia divertida, flexible y completamente personalizable.

Como parte central de su presencia, la marca presenta un espacio inmersivo dedicado al universo de Sol Mezclas Clamato, donde el antojo se convierte en experiencia. La marca complementa esta experiencia con dos formatos: el stand principal, como punto de encuentro dentro del festival, y un carrito móvil tipo “serve sencillito” que recorre Parque Fundidora, permitiendo acceder a bebidas listas de forma rápida y sin complicaciones, sin importar en qué momento surja el antojo.

Dentro del stand principal los asistentes pueden personalizar su bebida a partir de su antojo, eligiendo entre dos tipos de chamoy, escarchados como Miguelito, Tajín, sales de colores o Dragonzitos, además de una mezcla de salsas negras con limón. Esta dinámica convierte el consumo en un momento creativo, alineado con una generación que busca experiencias más auténticas, inmediatas y compartibles.

Entre los principales atractivos destacan también tres vasos coleccionables edición especial que cambian de color con la temperatura, disponibles en combo con bebida incluida, así como la opción de vaso de bateo, ampliando las alternativas para disfrutar la experiencia.

Este enfoque responde a una tendencia clara en eventos masivos: el consumo está cada vez más impulsado por el contexto y la emoción del momento. De acuerdo con el Informe de Cultura Financiera en Estudiantes del Tecnológico de Monterrey 2024, el 83.8% de los asistentes destina su gasto a bebidas dentro de estos eventos, posicionándolas como la principal categoría de consumo. A su vez, datos del Módulo sobre Eventos Culturales Seleccionados (MODECULT) 2025 del INEGI señalan que más del 64% de la población ha participado en algún festival durante el último año, consolidando estos espacios como puntos clave para la experiencia y el consumo espontáneo.

“El crecimiento de las cervezas preparadas confirma que la activación del consumo ocurre en momentos específicos, donde el antojo se convierte en un detonador clave de decisión. Entender esta dinámica permite interpretar cómo se configuran los hábitos actuales, especialmente entre generaciones más jóvenes, para quienes el contexto y la emoción pesan más que la planeación”, señaló Diana Lozada, Directora de Marketing de Marcas Regionales y Beyond Beer de HEINEKEN México.

Con esta activación, Sol Mezclas se posiciona como una marca que entiende el ritmo de las nuevas generaciones, integrándose de forma natural a la experiencia del festival y facilitando que cada antojo se resuelva al instante, sin fricción y con un toque personal.

\*\*\*



## **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.

### **Contacto de prensa**

Melisa Aguilar

Líder de Medios y Relaciones Públicas

HEINEKEN México

[melisasamanta.aguilahernandez@heineken.com](mailto:melisasamanta.aguilahernandez@heineken.com)

Karen Sandoval

Relaciones Públicas

Serna PR

[karen.sandoval@sernagrp.com](mailto:karen.sandoval@sernagrp.com)