



Las marcas mexicanas hacen historia en Cannes Lions 2026

- Las campañas de Tecate: *Welcome Back, Paisano* y *The Fandom Comeback* (El regreso de la afición con Tecate Titanium), junto con *Sueño Mexicano*, de Cerveza Indio, fueron reconocidas en el festival de creatividad más importante del mundo y consolidan el liderazgo creativo de la compañía.

Ciudad de México, 10 de julio de 2026 – Las historias nacidas en México encontraron eco en Cannes Lions. Este año, campañas mexicanas demostraron que la creatividad con raíces culturales puede competir en el escenario más exigente de la industria y convertir a empresas como HEINEKEN México en uno de los protagonistas de la edición 2026 del festival.

Entre los reconocimientos más destacados sobresalen los obtenidos por Tecate, con las campañas *Welcome Back, Paisano* y *The Fandom Comeback* (El regreso de la afición con Tecate Titanium), así como por Cerveza Indio, con *Sueño Mexicano*. Tres campañas que, desde enfoques distintos, convergen en una misma convicción: las historias más poderosas son aquellas que reflejan la realidad de las personas y se integran de manera auténtica a las conversaciones que ya forman parte de la cultura.

Welcome Back, Paisano, de Tecate, fue una de las campañas mexicanas más premiadas de Cannes Lions 2026 al recibir un León de Oro en *Brand Experience & Activation*; dos Leones de Plata en las categorías *PR* y *Glass: The Lion for Change*; y un León de Bronce en *Brand Experience & Activation*. La campaña transformó la realidad de la deportación de miles de mexicanos en una plataforma de impacto tangible, al facilitar la reintegración laboral de personas migrantes que regresan al país.

Por su parte, *Sueño Mexicano* de Cerveza Indio recibió un León de Bronce en la categoría *Film*. La campaña propuso una reflexión sobre la manera en que ha evolucionado el concepto de éxito para las nuevas generaciones, cuestionando la idea de que las oportunidades únicamente se encuentran fuera del país y reivindicando el talento, la ambición y las posibilidades que existen para construir un proyecto de vida desde México.

Mientras que *The Fandom Comeback* (El regreso de la afición con Tecate Titanium), obtuvo un León de Bronce en la categoría *Social & Creator*. La campaña transformó años de interacción con la



comunidad digital de la marca en una estrategia creativa que reconectó a los aficionados con su pasión, demostrando el poder de construir conversaciones auténticas y convertirlas en ideas con relevancia cultural e impacto internacional.

"En un entorno donde las personas esperan que las marcas sean relevantes, la creatividad ya no consiste únicamente en comunicar bien, sino en encontrar ideas que reflejen el contexto cultural y generen un impacto real. En HEINEKEN México buscamos construir campañas que formen parte de esas conversaciones y que, al mismo tiempo, contribuyan de manera tangible a los objetivos de negocio de nuestras marcas, fortaleciendo su crecimiento y conexión con las personas. Sin duda, los reconocimientos en Cannes Lions son el resultado de esa visión", comentó Marta García, Vicepresidenta de Marketing de HEINEKEN México.

Los resultados obtenidos en Cannes Lions 2026 reflejan la evolución creativa de las marcas del portafolio de HEINEKEN México y su capacidad para convertir historias profundamente mexicanas en ideas con impacto global. Este desempeño contribuyó al reconocimiento para The HEINEKEN Company como ***Creative Brand of the Year***, una de las máximas distinciones que otorga Cannes Lions.

Estos logros reafirman el compromiso de HEINEKEN México por impulsar una creatividad que no solo destaca por su calidad, sino por su capacidad de generar valor tanto para el negocio como para la sociedad. A través de ideas que nacen de la autenticidad y el entendimiento profundo de la cultura, la compañía continúa consolidándose como un referente en la industria, demostrando que cuando la creatividad se vincula estratégicamente con los objetivos de negocio, trasciende fronteras y deja una huella significativa tanto en México como en el mundo.

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

Francisco Huerta
HEINEKEN México
francisco.huertamirez@heineken.com

Karen Sandoval
Relaciones Públicas
Serna PR
karen.sandoval@sernagr.com