

De compartir edificio a compartir la Champions: Heineken une a vecinos con NeighBars

- *Tres experiencias en edificios de la Ciudad de México reunieron a vecinos para compartir la UEFA Champions League, música y Heineken 0.0.*

Vivían en el mismo edificio y coincidían en elevadores, pasillos o áreas comunes, pero algunos apenas se reconocían. A través de NeighBars, Heineken convirtió esos espacios cotidianos en puntos de encuentro para que los vecinos compartieran la UEFA Champions League y descubrieran una afición en común, incluso cuando apoyaban a equipos contrarios.

La iniciativa partió de una idea concreta: el fútbol puede facilitar la conversación entre personas que viven bajo el mismo techo, pero que pocas veces tienen una razón para interactuar. Para llevarla a la práctica, residentes de la Ciudad de México registraron sus edificios en My Heineken y propusieron sus áreas comunes como sedes de experiencias alrededor del torneo.

El reto cobra relevancia en una ciudad donde la cercanía física no siempre se traduce en relaciones entre vecinos. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Seguridad Pública Urbana del INEGI, entre las personas adultas que tuvieron algún conflicto o enfrentamiento durante el segundo trimestre de 2026, 72% señaló a vecinos como una de las partes involucradas.

Frente a este contexto, NeighBars utilizó una pasión compartida como punto de partida para la socialización. Los inmuebles seleccionados recibieron pantallas para seguir los encuentros, ambientación inspirada en el estadio, música a cargo de un DJ y Heineken 0.0 como alternativa sin alcohol. Cada experiencia reunió aproximadamente a entre 20 y 30 vecinos.

En lugar de trasladar a los participantes a un recinto ajeno, la iniciativa transformó temporalmente los espacios que habitualmente utilizaban para transitar o coincidir brevemente. Las áreas comunes adquirieron una función distinta: reunir a quienes compartían edificio alrededor de las jugadas, reacciones y conversaciones que genera un partido.

La interacción se desarrolló de manera gradual. Conforme avanzaron los encuentros, los comentarios frente a la pantalla y la música ayudaron a generar conversación. Incluso la rivalidad entre quienes apoyaban a equipos

distintos se convirtió en una oportunidad para intercambiar puntos de vista y participar juntos en la experiencia.





Lo ocurrido mostró un resultado concreto: cuando existe un interés compartido y un entorno que facilita la interacción, resulta más sencillo iniciar una conversación con quienes se tienen cerca. NeighBars llevó así la relación de Heineken con la UEFA Champions League más allá de la transmisión de los partidos, utilizando el fútbol para crear ocasiones de socialización en la vida cotidiana.

Con esta iniciativa, Heineken convirtió áreas comunes de edificios residenciales en puntos de encuentro donde vecinos que apenas se conocían pudieron compartir la emoción del torneo. Una experiencia que mostró cómo el fútbol puede abrir conversaciones entre personas que viven pared con pared.

Para más información, se puede visitar: Heineken 0.0

***

Sobre HEINEKEN México

Empresa socialmente responsable con más de 136 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. 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 17 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.aguilarhernandez@heineken.com

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