



## Por un México sin violencia contra la mujer: Tecate®

- Tecate deja claro su compromiso de usar su influencia entre los hombres para que eviten actitudes que atentan contra la integridad física y emocional de la mujer.
- La marca de CM/HEINEKEN México se suma a esfuerzos del gobierno federal y de organizaciones de la sociedad civil para contribuir a poner fin a la violencia de género.
- Tecate® financiará un centro de empoderamiento para mujeres en situación de violencia de género, extendiendo su cobertura a sus hijos e hijas en condición de vulnerabilidad, operado por la Red Nacional de Refugios.

**Ciudad de México a 14 de junio de 2016.-** Para combatir y erradicar la violencia de género en el país, Tecate® dio a conocer “Por un México sin violencia contra la mujer”: un proyecto integral que incluye alianzas con el Gobierno Federal y con la Red Nacional de Refugios, el financiamiento de un centro de empoderamiento y una campaña publicitaria que llama a los hombres a no violentar a las mujeres, promoviendo la igualdad de género.

Al informar lo anterior, Leandro Berrone, vicepresidente de Mercadotecnia de CM/HEINEKEN México, informó que este proyecto constituye un parteaguas en la historia publicitaria de la marca, que busca hacer uso de su posicionamiento e influencia entre el público masculino para llamarlos a dejar de lado aquellas actitudes que atentan contra la integridad física y emocional de las mujeres.

“Con este proyecto, Tecate® hace historia y se convierte en la primera marca en decirle a los hombres: si no sabes tratar a una mujer, no te mereces una Tecate®”, afirmó Berrone, quien destacó la importancia del mensaje, si se considera que los varones han sido sus principales consumidores.

Para difundir “Por un México sin violencia contra la mujer”, Tecate®, la marca líder de CM/HEINEKEN México, ofreció una conferencia de prensa en la que, además de Leandro Berrone, participaron Marco Antonio Mascarúa Galindo, vicepresidente de Asuntos Corporativos de CM/HEINEKEN México; Alejandra Negrete, titular de la Comisión para Prevenir y Erradicar la Violencia contra la Mujer, de la Secretaría de Gobernación; Wendy Figueroa, presidenta de la Red Nacional de Refugios y la escritora mexicana Guadalupe Loeza.

En su oportunidad, Mascarúa Galindo detalló que esta iniciativa busca sumarse a esfuerzos realizados en los diversos niveles de gobierno: local, estatal y federal. Al respecto, agradeció a la Secretaría de Gobernación la oportunidad de utilizar el **01800háblalo**, que es el número del *call center* que la dependencia administra para atender esta problemática.

Informó que también financiarán un centro de empoderamiento para atender a 2 mil personas. “Un problema que enfrentan las mujeres víctimas de la violencia es la dependencia respecto a su agresor, y en el centro de empoderamiento se les brindará orientación psicológica, jurídica y social, además de acciones de autogestión económica y capacitación laboral que les ayude a conseguir su independencia. De forma simultánea, sus hijas e hijos podrán tomar clases como computación y artes para promover su desarrollo”.

En ese sentido, Leandro Berrone destacó: “Queremos convertir a Tecate en una marca icónica, con una razón de ser; para ello es necesario aportar a causas sociales. No hay una marca que se pueda considerar grande o relevante en la historia que no tenga una razón de ser socialmente hablando”.



Alejandra Negrete destacó la importancia de que una marca como Tecate® alce la voz para poner fin a la violencia contra las mujeres. “Respaldamos los esfuerzos de CM/HEINEKEN México, porque sin duda contribuyen con nuestro objetivo de proporcionar a las mujeres una vida libre de violencia”.

Explicó que el número 01800hábblalo forma parte de la Alerta de Violencia de Género contra las Mujeres (AVGM) que es un mecanismo que incluye una serie de acciones gubernamentales de emergencia para enfrentar y erradicar la violencia feminicida. Su objetivo, destacó, consiste en garantizar la seguridad de mujeres y niñas, el cese de la violencia en su contra y/o la eliminación de las desigualdades producidas por una legislación o política pública que agravia sus derechos humanos.

Anunció que la CONAVIM y CM/HEINEKEN México iniciaron los trabajos para firmar un convenio de colaboración, cuyas acciones se enfocarán a concientizar sobre la importancia del tema dentro y fuera de la empresa, y a generar alternativas de capacitación para que las víctimas de la violencia encuentren oportunidades una vez que concluyen su rehabilitación.

Con la representación de la Red Nacional de Refugios, Wendy Figueroa presentó un panorama de la violencia que enfrentan las mujeres y aseguró que, de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, 35 por ciento de la violencia contra la mujer es ejercida por su pareja.

De ahí la importancia de apoyar el proyecto de Tecate, pues “Por un México sin violencia contra las mujeres” rompe paradigmas y abre la oportunidad de incidir en espacios que hasta hoy día no habían tenido una transformación, reconociendo a Tecate por esta iniciativa que permitirá a la Red ayudar a más mujeres que hoy viven en condiciones de desigualdad. “Estamos conscientes de que la violencia contra las mujeres es un problema muy complejo que requiere atención desde diversos espacios, siendo necesario articular acciones a nivel gubernamental, empresarial, académico y sociedad civil”, destacó.

Dijo que gracias a la marca podrán contar con un centro de empoderamiento, que se suma a los 45 refugios que operan a nivel nacional que atienden a mujeres víctimas de violencia, brindándoles seguridad, protección y atención especializada para ellas y sus hijos e hijas que viven en situación de riesgo por violencia familiar y de género.

El proyecto de Tecate® también cuenta con el apoyo de la escritora y periodista Guadalupe Loaeza, quien consideró que los esfuerzos que se realicen para erradicar la violencia de género en México siempre contarán con su respaldo. No podemos omitir, dijo, que se trata de un asunto que ha cobrado gran relevancia en los últimos meses gracias a las denuncias y movimientos de ciudadanos y ciudadanas que buscamos erradicar esta lamentable situación en nuestro país.

No obstante, lamentó que los esfuerzos no se vean reflejados en las estadísticas que revelan con preocupación la situación actual y, para ejemplificar, citó datos del Instituto Nacional de las Mujeres que muestran que dos de cada tres mujeres han vivido algún tipo de violencia, mientras que 67 por ciento de la población percibe como algo normal la violencia contra las mujeres.

El INEGI, en tanto, revela que 60 por ciento de las mujeres en México han padecido algún tipo de violencia y que 58 de cada 100 mujeres han tenido secuelas derivadas de algún acto de violencia emocional.

#### **Sobre CM/HEINEKEN México**

Cuauhtémoc Moctezuma, fundada en 1890, es la cervecería más innovadora de México. Cuenta con 6 plantas productoras de cerveza y una maltera. A partir de mayo de 2010, Cuauhtémoc Moctezuma se integra a HEINEKEN, el grupo cervecero más grande de Europa, el tercero más grande del mundo en términos de volumen y el de mayor presencia internacional. Heineken cuenta con un portafolio de más de 250 marcas en el mundo, incluyendo Heineken®, la marca Premium de cerveza más valiosa del mundo. Las marcas que actualmente integran su portafolio son: Tecate®, Tecate Light®, Sol®,



INDIO®, Dos Equis®, Heineken®, Bohemia®, Superior®, Kloster®, Coors Light®, Strongbow®, Amstel Light®, Noche Buena®, Carta Blanca® y Affligem®. Para más información visite [www.cuamoc.com](http://www.cuamoc.com)

**Contacto para medios**

Eluyde Paulín  
Jefa de Medios  
CM/HEINEKEN México  
[eluyde.paulin@cuamoc.com](mailto:eluyde.paulin@cuamoc.com)