



BRINDAR  
UN MUNDO  
MEJOR



# Nuestra

## ESTRATEGIA

HEINEKEN es una cervecera apasionada por sus clientes y por lograr un impacto positivo en su entorno. Crecemos cuando nuestras comunidades crecen y prosperamos cuando el planeta, nuestro hogar, prospera. Hacer esto realidad es el propósito de nuestra estrategia de sustentabilidad **Brindar Un Mundo Mejor**, la cual está presente en todo lo que hacemos y es lo que nos ha permitido alcanzar nuestras metas y ver grandes logros.

Hoy, enfrentamos más retos que nunca, tanto en materia ambiental como social y económica. Ante esto, estamos conscientes de que es necesaria una transformación de la industria mediante acciones colectivas y decisiones prontas y asertivas.



**En HEINEKEN México estamos determinados a ser parte de este cambio y a contribuir a la superación de los retos existentes y venideros.**

Por esto, durante 2021 implementamos un nuevo plan de acción y estrategia de seguimiento. **Brindar Un Mundo Mejor** sigue siendo la base de nuestro acercamiento a la sustentabilidad y **Subiendo la Barra — una Década de Acción —**, el nuevo plan a nivel global para acelerar la consecución de nuestras metas de sustentabilidad y contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible para 2030 de la Organización de las Naciones Unidas.





## Camino al cero impacto

CERO EMISIONES DE CARBONO  
CIRCULARIDAD  
PROTECCIÓN DEL AGUA

Desde nuestros inicios, hemos sido una compañía profundamente comprometida con el entorno que la rodea; décadas de acción a favor del medio ambiente y grandes logros lo demuestran. Diariamente trabajamos para contribuir a la transformación de la industria cervecera.



## Camino a un mundo inclusivo, justo y equitativo

INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD  
EQUIDAD Y SEGURIDAD  
COMUNIDAD

Estamos convencidos de que la diversidad de perspectivas, la inclusión, la equidad, la seguridad y la solidaridad son el camino hacia el verdadero impacto social. Desde hace más de 130 años, la responsabilidad con la gente y las comunidades forma parte del ADN de HEINEKEN México.



## Camino a la moderación y al consumo no dañino

CONSUMO SIN ALCOHOL  
EVITAR EL CONSUMO NOCIVO  
CONSUMO MODERADO

En HEINEKEN México estamos conscientes de la importancia de una concientización clara y honesta sobre los riesgos del consumo de alcohol. Buscamos acompañar y cuidar a nuestros consumidores, así como contribuir a la formación de una sociedad sana y responsable. Tenemos como objetivos promover la moderación, la búsqueda de alternativas y evitar el abuso en el consumo de bebidas alcohólicas, pues queremos que todos disfruten más y mejor.



# Metas HEINEKEN 2030

## Ambiental

### Cero emisiones de carbono

**CERO** emisiones en alcance 1 y 2 para 2030

**CERO** emisiones en toda la cadena de valor para 2040.

**21%** menos emisiones en el alcance 3 para 2030.

**100%** cebada adquirida de fuentes sustentables para 2030.

### Circularidad

**REVALORIZAR** los residuos y trabajar en la sustentabilidad de la cadena de valor.

**CERO** residuos enviados a vertedero en todos nuestros sitios de producción.

### Protección del agua

**SER COMPLETAMENTE NEUTRALES** en el uso de agua en zonas de estrés hídrico.

**MAXIMIZAR** el uso y reuso del agua residual.

**2.6 LITROS** de agua consumida por litro de cerveza producida en áreas de estrés hídrico y 2.9 litros a nivel global.

**TRATAR TODA** el agua residual de nuestras cervecerías.

## Social

### Inclusión y diversidad

**30%** de los puestos directivos ocupados por mujeres.

**100%** de los líderes capacitados en liderazgo incluyente.

### Equidad y seguridad

**ASEGURAR** un trabajo seguro para todos los promotores de marcas y terceros.

Capacitar a nuestro equipo operativo y ventas para reducir a **CERO** los incidentes de alto riesgo.

**EVALUACIÓN** de salarios y acciones para garantizar la compensación justa y equitativa.

### Comunidad

**100%** de los mercados con presencia HEINEKEN, realizan iniciativas de **IMPACTO SOCIAL**.

## Consumo Inteligente

### **0%** Consumo sin alcohol

**UNA** opción sin alcohol para dos marcas estratégicas para 2023.

### **18+** Evitar el consumo nocivo

**NO** venta de alcohol a menores.

**SENSIBILIZAR** sobre el consumo nocivo de alcohol:

- Evitando venta a menores de edad
- Campañas para evitar alcohol volante

### Consumo moderado

**10%** del presupuesto de medios de marca Heineken® destinado a campañas de consumo inteligente.



# Consumo sin alcohol y consumo moderado

Queremos ver comunidades felices e impulsar la sana convivencia, por lo que estrechamos lazos con la gente que nos rodea para crear conciencia acerca del consumo responsable de bebidas alcohólicas y para dar a conocer nuestras opciones sin alcohol.

## Metas 2030



**UNA** opción sin alcohol para dos marcas estratégicas para 2023.

**100%** de cumplimiento en el etiquetado.

Queremos fomentar la sana convivencia y el consumo inteligente.

## Logros 2022



### Heineken® 0.0

primera opción no alcohólica de nuestro portafolio.

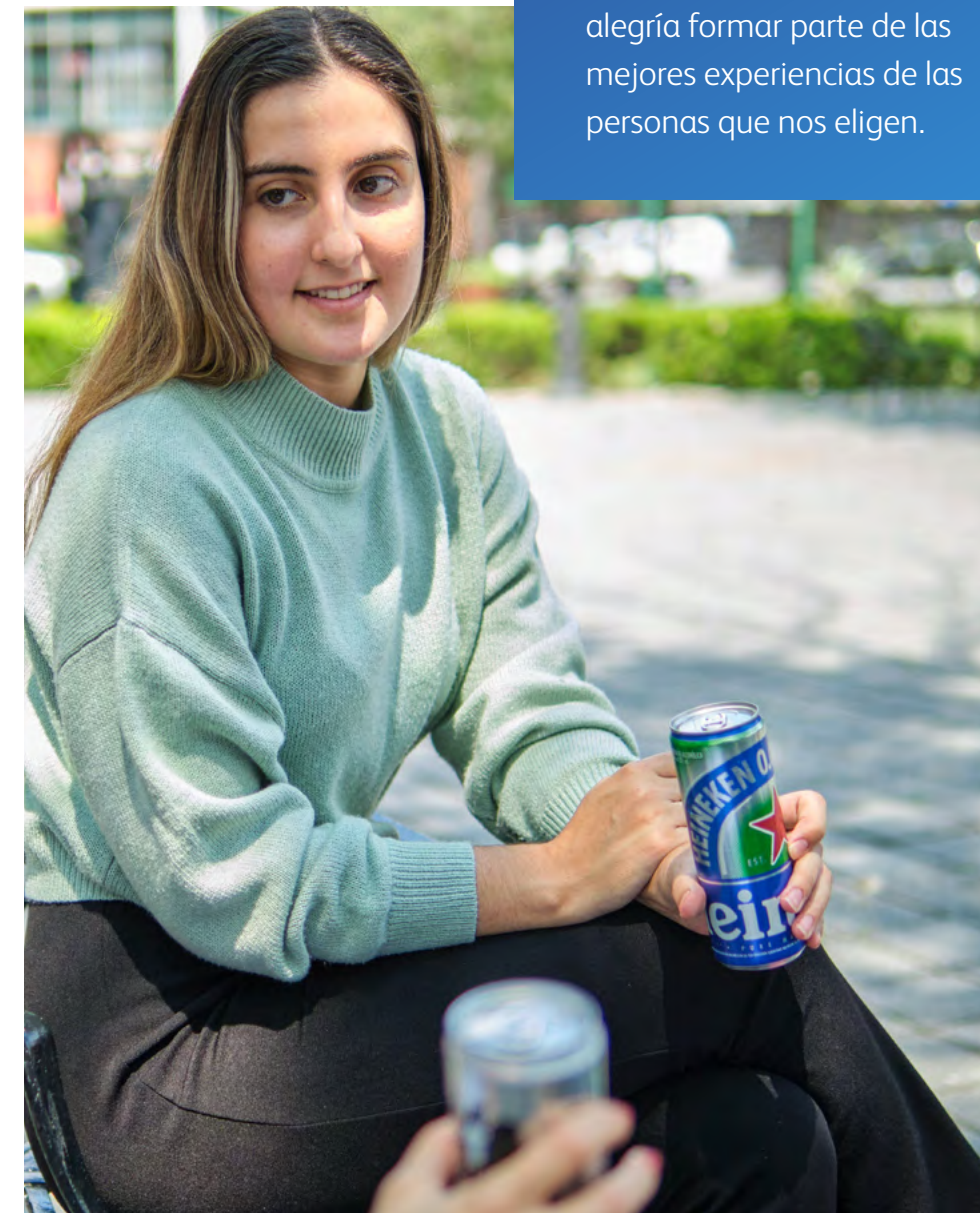
### INFORMAMOS

de forma clara y transparente sobre el consumo sin alcohol y las ventajas que conlleva.



## Consumidores

Cada día, millones de personas escogen alguna de las más de 300 marcas de HEINEKEN. En México, tenemos 21 marcas únicas que los consumidores deciden disfrutar. Para nosotros es un orgullo y alegría formar parte de las mejores experiencias de las personas que nos eligen.



# Evitar el consumo nocivo

Para fomentar el consumo inteligente, en HEINEKEN México seguimos **tres líneas de acción alineadas a las tres problemáticas principales que señala la Organización Mundial de la Salud en México**: alcohol al volante, consumo de menores y consumo excesivo. Buscamos generar consciencia en los comerciantes e implementar acciones que protejan a los niños y adolescentes del país.



Durante 2022 continuamos muy enfocados en la **prevención del consumo de alcohol de menores de edad**, por lo que realizamos campañas de comunicación para comerciantes SIX enfocadas en recordarles que soliciten identificación oficial al escanear productos alcohólicos. Además, continuaremos implementando la estrategia Mystery Shopper, que debido a la pandemia fue suspendido y en 2023 se llevará a cabo en 1,750 tiendas SIX.

**Mystery Shopper** es un estudio en el cual personal altamente capacitado intenta realizar la compra de alcohol sin identificación en las tiendas seleccionadas para evaluar el nivel de cumplimiento. HEINEKEN México también mantiene comunicación con sus comerciantes a través de redes sociales, en las cuales hacemos una labor constante de concientización.

## Cuidamos a la comunidad asegurando una venta responsable.



**TECATE**  
POR UN MÉXICO MEJOR  
SIN CONSUMO DE ALCOHOL  
EN MENORES DE 18 AÑOS



En 2022, **la iniciativa Tecate 18+ trabajó en tres ejes**: involucramiento de empleados, involucramiento de consumidores/ clientes y amplificación. El primero se abordó a través de capacitación obligatoria y campañas de comunicación interna; el segundo, a través de firmas en iniciativas digitales y cursos gratuitos en línea; el tercero, mediante conferencias de prensa, en medios de comunicación impresos, anuncios en radio, podcasts, contenido en tiempo real en temporadas de alto consumo de alcohol, involucramiento digital de líderes de opinión y visibilidad en playeras de equipos de fútbol profesional y vasos de festivales de música.

Al ser una de las marcas de cerveza más grandes de la República Mexicana, creemos que **es nuestra responsabilidad utilizar nuestro potencial de impacto para hacer un cambio** y, a través de nuestras campañas de concientización sobre el consumo de alcohol, visibilizar estas problemáticas y ser parte de su solución. Tenemos como objetivo, no solo transmitir un mensaje que logre crear consciencia en los mexicanos, sino también uno que resuene en ellos y logre motivarlos a involucrarse en la solución de este problema.

**Concientizamos para disfrutar más y mejor.**





## Metas 2030



**100%**

de nuestros comerciantes SIX pide ID antes de vender alcohol.

**MAYOR** concientización sobre el consumo nocivo de alcohol.

**10%**

del presupuesto de marca Heineken® para medios destinado a campañas de consumo responsable.



## CAMPAÑA

de comunicación para comerciantes SIX.

## REACTIVACIÓN

de Mystery Shopper para 2023.

## LANZAMIENTO

de la iniciativa Tecate 18+ para prevenir el consumo dañino de alcohol, impactando a más de 60 millones de personas.

**75%**

de nuestros comerciantes SIX pide ID antes de vender alcohol.

Logros 2022



**TECATE 18+**

¡México cree en ti! Súmate a la solución por un México sin consumo de alcohol en menores de edad.

