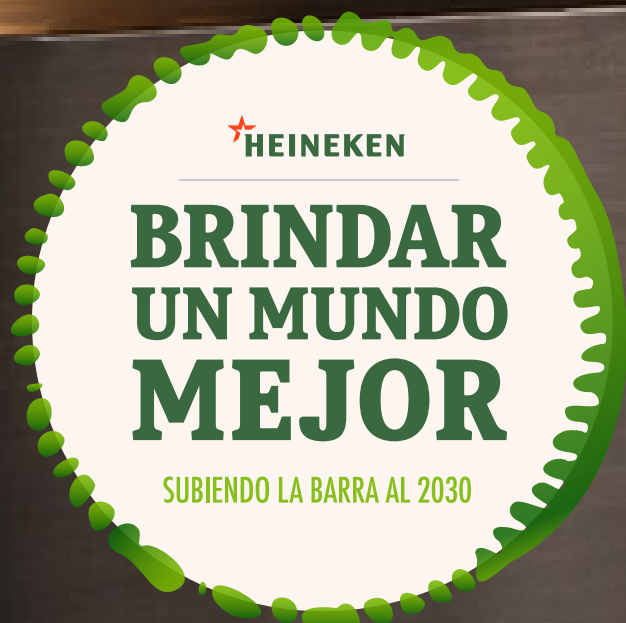




Del  
**Impacto**  
al Legado





## Carta del CEO

# Del impacto al legado

### 135 años: un legado para el futuro

En HEINEKEN México estamos listos para crecer. Y crecer, hoy, implica mucho más que expandir capacidad: implica evolucionar nuestro negocio para mantenernos relevantes en un entorno donde la eficiencia, la resiliencia y la sustentabilidad son condiciones para competir.

En 2025 conmemoramos los 135 años de HEINEKEN México, un legado por reconocer y honrar, así como un futuro por construir. Este informe refleja el paso de iniciativas puntuales a sistemas que permanecen; la transición del legado al impacto.

Alineados a nuestra estrategia de negocio EverGreen 2030 y de sustentabilidad Brindar un Mundo Mejor, avanzamos con una agenda que medimos no solo por resultados, sino por la capacidad de sostenerlos en el tiempo.

### Lo que define este año

En el frente ambiental, nuestra cervecería Meoqui en Chihuahua se mantuvo como la planta más eficiente en consumo específico de agua del sistema HEINEKEN Global, y extendimos sus prácticas a las cervecerías que operan en zonas de estrés hídrico.

Avanzamos en la reducción de emisiones de Alcances 1 y 2 bajo metas alineadas a Science Based Targets, y consolidamos la circularidad desde nuestros empaques.

En lo social, nos acercamos a nuestra ambición de representación femenina en liderazgo para 2030 y reforzamos el vínculo con las comunidades a través de iniciativas que impulsan la cohesión social.

En Consumo Inteligente, brindamos portafolio sin alcohol con Heineken® 0.0 y Tecate® 0.0, sostenemos una política de etiquetado transparente, y a través de la Caravana de Consumo Inteligente llegamos a miles de personas con formación orientada a la moderación y a la venta responsable.

### Lo que estamos construyendo

Lo que más me entusiasma es la cadena de valor detrás de los resultados: operaciones eficientes desde la elaboración de nuestros productos hasta su distribución, combinando tradición cervecera con innovación constante, destacando el enfoque en la sustentabilidad, el uso responsable de recursos y cercanía con el consumidor final, demostrando un impacto positivo con resultados medibles.

Este enfoque fortalece la resiliencia del negocio en el largo plazo. Reconocemos los desafíos del entorno, particularmente en agua y en las expectativas sociales y regulatorias, y los asumimos con foco, disciplina y colaboración.

Este informe es una visión honesta de dónde estamos y qué capacidades construimos hacia el futuro. Gracias por acompañarnos. El legado se construye todos los días.

*Oriol Bonaclocha*

Director General, HEINEKEN México

# Legado: un motor de transformación

Con 135 años de historia en el país, nuestro legado se ha consolidado como un motor de transformación que integra tradición y vanguardia en cada rincón de México, traducándose en acciones tangibles que garantizan un crecimiento compartido, asegurando que cada paso de nuestra operación fortalezca el entorno y genere un impacto duradero en la sociedad mexicana.

En este informe, no sólo compartimos nuestras acciones, sino cómo generan valor sostenido que queda instalado para brindar un mundo mejor.

01

De los impactos aislados a las capacidades instaladas.

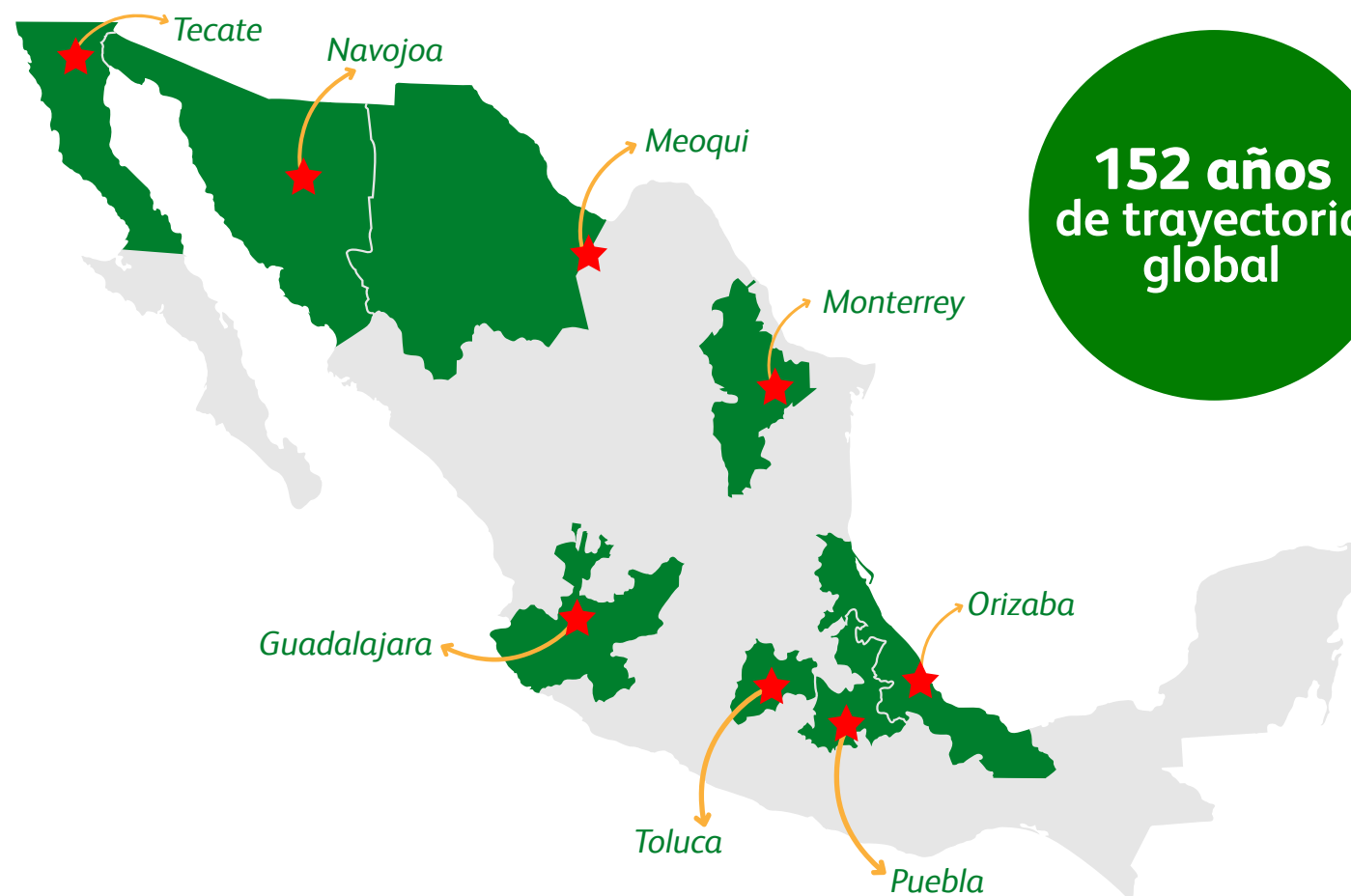
02

De las acciones puntuales a los sistemas permanentes.

03

De los resultados anuales al legado empresarial.

Esta solidez se respalda en una infraestructura y en el talento de más de 17,000 colaboradores que dan vida a nuestra visión, convirtiendo cada meta de sustentabilidad en una realidad operativa que impulsa el progreso de México.



## Cadena de valor: "Del Campo al Bar"

Nuestra cadena de valor, denominada "Del Campo al Bar", integra cada etapa de nuestra operación, desde el abastecimiento de materias primas y la transformación en nuestras cervecerías, hasta la logística de distribución y disponibilidad en los puntos de venta, bajo un enfoque de eficiencia, el respeto por el entorno y la más alta calidad.

## ¿Cómo nace la cerveza?



- Se seleccionan los ingredientes
- La cebada se convierte en malta
- La malta se muele y se cocina
- La levadura transforma los azúcares en alcohol
- La cerveza madura y se ajusta su sabor
- Se revisa la calidad del producto
- La cerveza se envasa y distribuye
- Se aprovechan los subproductos del proceso

## Nuestra brújula

Como parte de la estrategia de negocio EverGreen 2030, se integra la sustentabilidad como parte de una transformación clave del crecimiento a largo plazo. Lejos de ser un esfuerzo aislado, esta agenda orienta la toma de decisiones y refuerza nuestras prioridades, impulsando el desempeño operativo y la evolución del negocio. Con la mirada puesta en 2030, avanzamos bajo una hoja de ruta clara definida en la estrategia de sustentabilidad Brindar un Mundo Mejor, centrada en tres pilares: el cuidado ambiental, el desarrollo social y la promoción del consumo inteligente.



“El verdadero liderazgo empresarial no se mide únicamente por los resultados de hoy, sino por lo que deja instalado para que el impacto perdure”.

# Materialidad y diálogo con grupos de interés

## ¿Cómo dialogamos con quienes nos rodean?

Para fortalecer la confianza y alinear nuestras acciones con las necesidades del entorno, mantenemos una escucha activa con nuestros grupos de interés, identificados estratégicamente por su vínculo con el negocio y nuestros temas materiales.

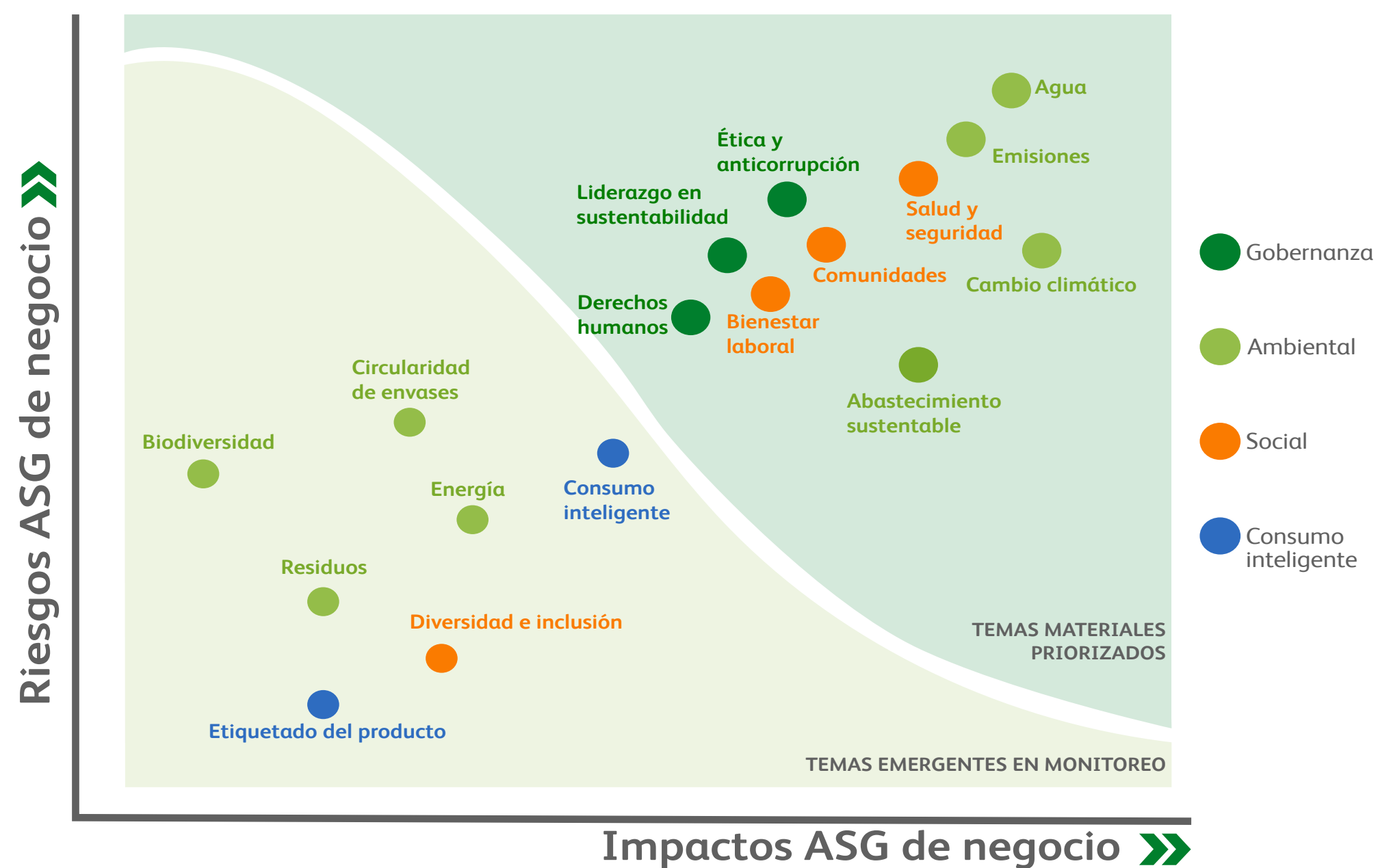
Este diálogo continuo involucra a:



Utilizamos canales efectivos como 800-CERVEZA, Speak Up!, juntas con asociaciones y nuestras plataformas digitales. Cada conversación es fundamental, pues nos permite avanzar hacia objetivos comunes y asegurar que nuestras prioridades reflejen un impacto positivo en el contexto actual.



### Matriz de doble materialidad HEINEKEN 2024



Riesgos ASG de negocio >>>

Impactos ASG de negocio >>>

Nuestro último estudio de materialidad, realizado en 2024, combina dos miradas: el impacto del negocio sobre el entorno y los grupos de interés, y el impacto del entorno sobre la viabilidad del negocio. Se construyó a partir del marco global Brindar un Mundo Mejor 2030, del análisis sectorial de la industria cervecera y del diálogo con grupos de interés internos y externos, con la finalidad de integrar perspectivas clave y las mejores prácticas para un impacto positivo.

La matriz de materialidad define diez temas prioritarios y siete emergentes fundamentales para el negocio. Estos ejes se articulan a través de los pilares Ambiental, Social y Consumo Inteligente, respaldados por una capa transversal de Gobernanza que guía nuestro actuar.



# Brindar más con menos

# Brindar más con menos

A través de Brindar un Mundo Mejor, reafirmamos nuestra responsabilidad con la preservación del entorno natural mediante metas ambiciosas diseñadas para mitigar el cambio climático y proteger los recursos esenciales. Nuestro pilar ambiental se centra en:

## Cero emisiones

### Metas al 2030

### Avances 2025 (vs 2022)

**CERO emisiones** de Alcance 1 y 2 al 2030

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

**Reducir 30%** emisiones de Alcance 3 FLAG para el 2030 (Forest, Land and Agriculture)

**Reducir 25%** en emisiones non-FLAG para 2030

**Disminución del 30%** emisiones de Alcance 1 y 2

**Disminución del 28%** de emisiones en la cadena de valor

**Reducción del 11%** en emisiones de Alcance 3 FLAG

**Reducción del 31%** en emisiones non-FLAG



## Circularidad

### Metas al 2030

### Avances 2025

**43%** de el volumen vendido en formato reutilizable para 2030

**50%** de contenido reciclado en botellas y latas para 2030

**99%** de los envases reciclables por diseño para 2030

**41%** del volumen vendido en formato reutilizable

**17%** Botellas de vidrio: de contenido reciclado

**44%** Latas y tapas de aluminio: de contenido reciclado

**98%** de nuestros envases son reciclables por diseño



## Protección del agua

### Metas al 2030

### Avances 2025

**Balancear completamente** el agua utilizada en nuestros productos en áreas con estrés hídrico para 2030

**Reducir el uso promedio de agua** a 2.6 hl/hl en áreas de estrés hídrico y 2.9 hl/hl en el mundo para 2030

**Ingredientes** de origen sustentable: lúpulo y cebada para 2030

**86%** de progreso en el balance global; representando 4,258,108 m<sup>3</sup> de agua reabastecida

**2.23 hl/hl** Consumo promedio en zonas de estrés hídrico

**2.26 hl/hl** Consumo promedio de todas las cervecerías

**78%** de cebada procedente de origen sustentable



Mediante innovación y una visión regenerativa, integramos procesos de alta eficiencia que lideran en reducción de emisiones de carbono, circularidad y seguridad hídrica. Este historial de acciones tangibles no solo reduce nuestra huella ecológica, sino que genera un conocimiento especializado que fortalece a nuestra cadena de valor, asegurando que la excelencia ambiental preserve el entorno para las futuras generaciones.

Hemos consolidado un legado de vanguardia, transformando la gestión de recursos en una capacidad operativa estratégica.



# Acciones que trascienden: Cero Emisiones

Del campo al bar, sin dejar huella

Todos los días reducimos nuestra huella de carbono en nuestra cadena de valor a través de:



## Agricultura

- **Agricultura de conservación:** prácticas sustentables en el Bajío para proteger la salud del suelo.
- **Capacitación técnica:** agrónomos entrenados en agricultura regenerativa.
- **Monitoreo digital:** herramientas en tiempo real para optimizar fertilización, humedad y sanidad de cultivos.
- **Cebada de ciclo corto:** variedad introducida en el Bajío que aumenta 5% el rendimiento y reduce 20% el consumo de agua.



## Procesamiento de materia prima

- **Eficiencia energética:** optimización del consumo de gas natural en calderas y ajuste de curvas de calentamiento.
- **Eficacia en malteo:** monitoreo y control de humedad.



## Producción

- **Eficiencia térmica:** enfoque en optimización de pasteurizadores y calderas para reducir consumos térmicos.
- **Energía renovable:** uso de electricidad renovable a través de energía eólica, hidroeléctrica y adquisición de IRECs.
- **Aprovechamiento de biogás:** recuperación y uso de biogás de nuestras Plantas Tratadoras de Aguas Residuales (PTAR).



## Logística

- **Electrificación:** de flota de reparto y montacargas.
- **Energía renovable:** uso de energía renovable mediante PPAs y adquisición de I-RECs.
- **Logística inteligente:** rutas de reparto versátiles, transporte de mercancías sincronizado, e incremento en la utilización de modalidad ferrocarril e intermodal.



## Empaques

- **Latas más ligeras:** rediseñamos el peso de nuestras latas (-6% en tres formatos).
- **Empaque circular:** utilizamos anillos plásticos elaborados con material reciclado postconsumo (PCR).



## Refrigeración

- **Gestión de refrigeración:** análisis de nuestra huella para optimizar la eficiencia en puntos de venta.
- **Economía circular (EOS):** retiramos 15,849 equipos obsoletos, aprovechando el 95% de sus componentes, evitando 1,450 t. de residuos.
- **Desarrollo de proveedores:** nuestros socios estratégicos, IMBERA y CRIOTEC, fueron reconocidos por EcoVadis con medallas de oro y plata, respectivamente.
- **Innovación energética:** desarrollo de tecnología más eficiente para maximizar el ahorro de consumo de energía.

Disminución del **28%**  
de emisiones en la cadena de valor

Disminución del **30%**  
emisiones de Alcance 1 y 2  
*(producción y logística)*

Reducción del **11%**  
en emisiones de Alcance 3 FLAG

Reducción del **31%**  
en emisiones non-FLAG

Nuestra huella de carbono 2025 se distribuye de la siguiente forma:

Enfocamos nuestros esfuerzos en descarbonizar toda la cadena "Del Campo al Bar", desde la agricultura hasta la refrigeración en el punto de venta. Nuestra hoja de ruta es clara: en alineación al Science Based Targets, para 2030, alcanzaremos **cero emisiones netas** en los Alcances 1 y 2, además de reducir un **30%** las emisiones FLAG y un **25%** las no-FLAG en el Alcance 3. Nuestra meta final: **cero emisiones** en la cadena de valor para 2040.



**18.90%**  
Agricultura



**4.74%**  
Procesamiento de materias primas



**7.45%**  
Producción



**41.56%**  
Empaque



**21.84%**  
Logística



**5.51%**  
Refrigeración

Emisiones de alcance 1: 150,735 TCO<sub>2</sub>e  
Emisiones de alcance 2: 8,342 TCO<sub>2</sub>e  
Emisiones de alcance 3: 1,323,255 TCO<sub>2</sub>e  
Total de emisiones: 1,482,332 TCO<sub>2</sub>e

# Circularidad: el ciclo más eficiente es el que no termina

Un envase que regresa extiende su vida útil. Menos residuos, más eficiencia en cada uso.

Maximizamos la circularidad de nuestros empaques mediante procesos circulares con los que logramos reducir el uso de materia prima virgen, impulsando tres ejes hacia el 2030: el uso de formatos reutilizables en el 43% de nuestro volumen, el incremento al 50% de contenido reciclado en botellas y latas y la innovación para garantizar que el 99% de nuestros envases sean reciclables por diseño.

En 2025 transformamos nuestro portafolio al integrar:



Con la estrategia de suministro global que prioriza insumos de baja huella ambiental, promovemos que cada componente de nuestro empaque garantice la preservación de recursos y el máximo aprovechamiento de materiales desde su origen.

Para la producción de nuestros empaques, seleccionamos materiales que integran la sustentabilidad desde el primer contacto con nuestros productos:



**Peso total de materiales usados: 415,779 ton**

# Protección del agua

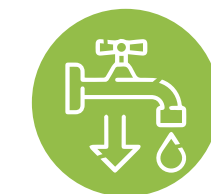
Donde el agua es crítica, cada decisión cuenta.

## El uso eficiente del agua guía cómo operamos, cada día.

El agua es la principal materia prima de la cerveza y un recurso vital para las comunidades donde operamos. Cinco de nuestras siete cervecerías operan en zonas de estrés hídrico. Eso convierte la gestión del agua en eje de resiliencia del negocio. La articulamos en tres principios: reducir lo que consumimos en nuestros procesos, reusar para mantener el ciclo y reabastecer a las cuencas lo que tomamos.

Metas globales 2030

Avances 2025



### REDUCIR

la cantidad que consumimos

Consumo de agua por hectolitro de cerveza producida



2.9 hl/hl  
consumo promedio todas las cervecerías

2.6 hl/hl  
en zonas de estrés hídrico

2.26 hl/hl  
consumo promedio de todas las cervecerías

2.23 hl/hl  
en zona de estrés hídrico

1.68 hl/hl

cervecería Meoqui (Chihuahua) se mantiene como la planta más eficiente del sistema HEINEKEN Global

✓ Ambos resultados se ubican por debajo de las metas globales

### ¿Cómo se logró?

Optimización de procesos

Mejores prácticas

Soluciones innovadoras



### REUSAR

para maximizar su utilización

- Tratamos el total de las aguas residuales generadas en nuestras plantas de producción, conforme a la normatividad aplicable.
- Integramos infraestructura que permite recuperar y reutilizar agua en servicios auxiliares como limpieza y sistemas de enfriamiento.
- En apoyo al municipio de Tecate, donamos agua tratada de calidad para el riego de áreas verdes.



### REBASTECER

cuencas donde operamos

Alcanzar el balance hídrico significa reabastecer lo equivalente a cada litro de agua contenida en nuestras cervezas, a las cuencas situadas en zonas de estrés hídrico y donde operamos. Por medio de la implementación de iniciativas de restauración ecológica y soluciones basadas en la naturaleza, hemos logrado, al cierre del 2025, alcanzar un 86% de avance frente a este objetivo.

## REBASTECIMIENTO DE CUENCAS

Meta vigente estimada con base al volumen total real producido al cierre 2025. La meta se actualizará durante 2026 como parte del estándar de revisión con periodo de cada 3 años.

Cuenca Colorado (Tecate, B.C.)

META 2030  
778,404 m<sup>3</sup>

Aliado



Avance 2025

106%



Enfoque

Acciones para asegurar el flujo de agua en las zonas más afectadas

Cuenca Río de San Juan (Monterrey, NL.)

META 2030  
1,830,589 m<sup>3</sup>

Aliado



Avance 2025

107%



Enfoque

Actividades de reforestación y conservación de suelos

Cuenca Lerma-Chapala (Toluca, Edo.Méx. y Guadalajara, Jal.)

META 2030  
1,611,051 m<sup>3</sup>

Aliado



Avance 2025

87%



Enfoque

Prácticas de agricultura de conservación o de agua en el campo

Cuenca Río de Conchos (Meoqui, Chih.)

META 2030  
738,996 m<sup>3</sup>

Aliado



Avance 2025

9%



Enfoque

Acciones de restauración de tierras degradadas

Total de todas las cuencas

META 2030 4,959,040 m<sup>3</sup> | Avance 2025

86%

TRABAJAMOS **MANO A MANO** con autoridades, comunidades y aliados para que las cuencas que nos abastecen, mantengan su disponibilidad y buen funcionamiento para el bienestar compartido de todos los que dependemos de ellas.

# El campo: la primera línea del legado

La cerveza no empieza en la fábrica, empieza en el campo.

La sustentabilidad de HEINEKEN México comienza en el campo con la cebada, nuestra materia prima principal. A través de nuestro programa de **agricultura sustentable**, colaboramos con productores para adoptar prácticas que eleven la productividad, reduzcan la huella ambiental y fortalezcan los medios de vida de las comunidades agrícolas en las diversas regiones del país donde operamos.

**En 2025, consolidamos nuestro enfoque de abastecimiento sustentable a través de dos hitos estratégicos:**



**Fortalecimiento de capacidades:** impulsamos el desarrollo de cerca de 100 productores certificados bajo el estándar FSA-SAI (Farm Sustainability Assessment), quienes elevaron su desempeño en criterios ambientales, sociales y de gobernanza.



**Cero deforestación:** bajo los lineamientos de la Accountability Framework initiative (AFi) y mediante el monitoreo satelital de 20,000 hectáreas georreferenciadas por PROFOREST, nuestra cadena de suministro de cebada nacional fue evaluada como libre de deforestación para 2025.

En colaboración con el CIMMYT, impulsamos la agricultura de conservación mediante labranza mínima, manejo de residuos y rotación de cultivos. Estas prácticas optimizan el uso del agua y restauran la salud del suelo, fortaleciendo la resiliencia de nuestras regiones productoras en el Bajío.

Del total de cebada nacional e importada adquirida, cerca del **78% proviene de productores certificados por FSA-SAI**, reflejando nuestra ambición con la agricultura sustentable. Este esfuerzo se extiende a otros **ingredientes esenciales de importación**, para la producción de cerveza, logrando certificaciones bajo el mismo estándar en el **91% del maíz y el 77% del lúpulo**.



María Esther Rojo  
Coordinadora de cebada nacional, zona Bajío



# No hay legado sin personas



# No hay legado sin personas

Nuestra ambición social comienza con nuestra gente. **Impulsamos el desarrollo de nuestros colaboradores** y fortalecemos el tejido social mediante la **educación y el emprendimiento**. Generamos **oportunidades reales que transforman vidas**.

Nuestro crecimiento como negocio cobra sentido con el legado que construimos en las personas y las capacidades que transferimos: **empoderamos a nuestra cadena de valor y formamos a los líderes del mañana**.


Así aseguramos que las **comunidades prosperen por cuenta propia**. Transformamos nuestra inversión social en un motor de autonomía y resiliencia que perdura mucho más allá de nuestra presencia física.




“ **¡Generar un impacto positivo y celebrar el éxito compartido!** ”

## Diversidad, equidad e inclusión

### Metas al 2030


Balance de género en la alta dirección.  
 **30%** mujeres en 2025    **40%** mujeres en 2030

 Evaluación continua y acciones para lograr la **igualdad de remuneración** en los puestos

### Avances 2025


**20%** de los **puestos directivos**, son ocupados por **mujeres**<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Número de mujeres en el Comité Ejecutivo y Alta Dirección sobre el total de sus integrantes


 Se realizaron evaluaciones de **igualdad salarial** y planes de acción establecidos

## Lugar de trabajo justo y seguro

### Metas al 2030

 Asegurar que el total de nuestros colaboradores gane **un salario justo**

 Crear **estándares de vida y de trabajo justos** para colaboradores, terceros y promotores de marca

 Cultura de seguridad líder, para lograr **cero accidentes fatales** y continuar reduciendo la tasa de lesiones

### Avances 2025


 Se realizaron evaluaciones de **salarios justos**

 Programa **Smart Outsourcing** avanzando, con consultora externa

 **0 accidentes fatales**

## Impacto positivo a comunidades

### Metas al 2030

 Una iniciativa de impacto social en cada uno de los mercados donde operamos

### Avances 2025

**7 iniciativas de impacto social** activas en 2025

# Diversidad, equidad e inclusión: no es destino, es motor

Para nosotros, diversidad, equidad e inclusión son el motor que impulsa nuestra evolución. Por eso, cultivamos un entorno donde el talento germina en igualdad de oportunidades y la pluralidad de perspectivas fortalece nuestras capacidades.

## 2025 Nuestra gente en cifras



### Distribución de colaboradores HEINEKEN México

Por sexo y categoría	Mujeres			Total	Hombres			Total	Total 2025		
	< 30	30-50	> 50		< 30	30-50	> 50		Total	%	
Directivos	0	8	2	10	0	22	19	41	51	20%	
Ejecutivos	0	65	4	69	0	123	31	154	223	31%	
Empleados	933	2,101	104	3,138	4,086	8,957	953	13,996	17,134	18%	
<b>TOTAL</b>	<b>933</b>	<b>2,174</b>	<b>110</b>	<b>3,217</b>	<b>4,086</b>	<b>9,102</b>	<b>1,003</b>	<b>14,191</b>	<b>17,408</b>	<b>19%</b>	
PORCENTAJE CATEGORÍA Y SEXO	29%	68%	3%		29%	64%	7%				
<b>17,408 TOTAL PLANTILLA</b>				<b>81% HOMBRES</b>				<b>19% MUJERES</b>			

Datos de Recursos Humanos

### Desarrollo de talento, diversidad e inclusión

Habilitamos un entorno inclusivo que fomenta la autenticidad y el sentido de pertenencia, impulsando un liderazgo con la capacidad de mantener una organización de alto rendimiento a través de:

#### 1 Entorno laboral inclusivo:

**20%** de participación femenina en la toma de decisiones.  
*\* ejecutivas y alta dirección*

**35%** de mujeres en posiciones de liderazgo  
*\* jefaturas, gerencias, niveles ejecutivos y alta dirección*

#### 2 Atracción:

- Destacamos en los rankings Merco, HRC y mantenemos la certificación Top Employer por tercer año consecutivo.
- Colaboramos activamente con TENT, ACNUR, Movimiento Congruencia y ComproDiverso.

#### 3 Retención:

- Operamos bajo nuestra Política de No Discriminación e Igualdad Laboral.
- Evolucionamos los beneficios hacia esquemas equitativos para cuidadores primarios y secundarios.
- Potenciamos nuestra red interna Women@HEINEKEN por medio de apoyo mutuo, mentoría y sensibilización.

#### 4 Desarrollo:

- Migramos hacia la retroalimentación continua con seguridad psicológica.
- Impulsamos el autoaprendizaje con nuestros programas Women to Grow, Boost y LEAD.

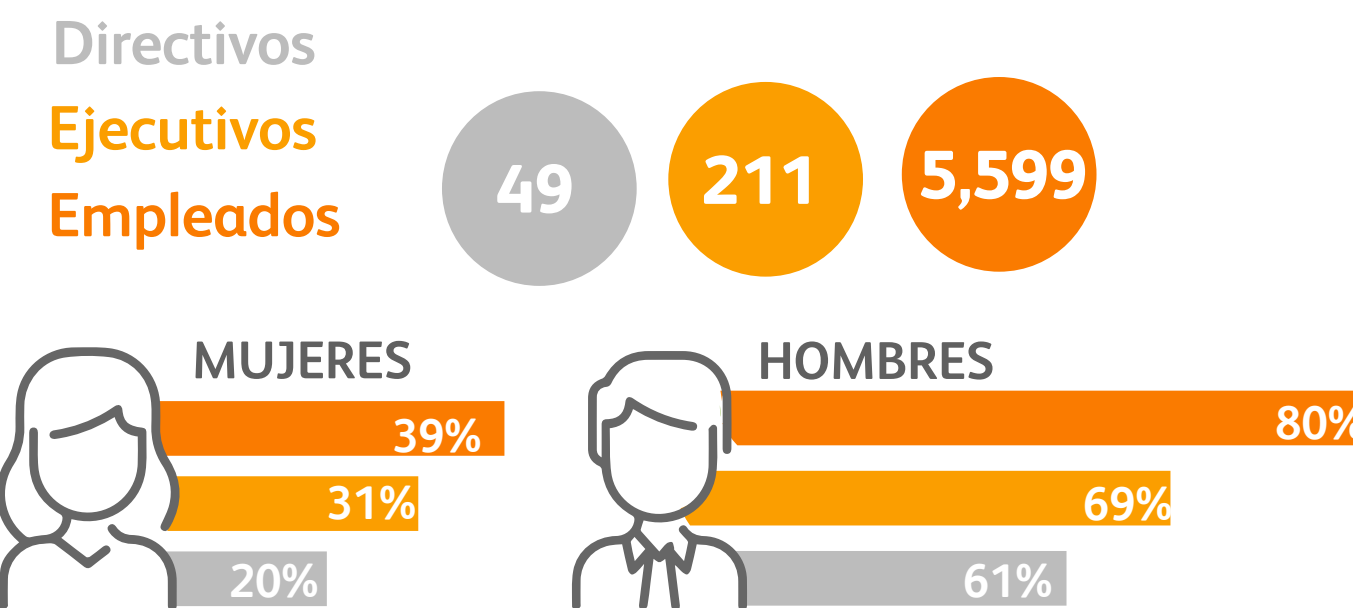


### Igualdad de remuneración por el mismo trabajo

Apostamos por un modelo de desempeño basado en el mérito y la retroalimentación continua. Nuestra Política de Administración Salarial utiliza incentivos para eliminar brechas y garantiza compensaciones competitivas, justas y transparentes.

### Total de hombres y mujeres evaluados

*Incluye colaboradores staff directos de HMEC.*



# Lugar de trabajo justo y seguro:

protegemos el talento que nos impulsa

Para proteger el talento de los que construyen nuestro legado, garantizamos condiciones laborales dignas a nuestro equipo y el crecimiento compartido a nuestros colaboradores y terceros.

El bienestar también se trabaja con metas claras, medición constante y sin conformarnos.



## Salario justo

Alineados con nuestra política de justicia salarial, establecimos el “Salario Mínimo HEINEKEN”, un referente superior al mínimo legal que protege el poder adquisitivo de nuestra gente.

Mediante ajustes estratégicos y un análisis de competitividad, corregimos brechas y garantizamos remuneraciones equitativas en todos los niveles. Gracias a este enfoque, la totalidad de nuestra plantilla percibe un ingreso digno, sin registrar ningún caso por debajo del estándar de salario justo.

## Estándares de vida y de trabajo justos para todos

A través de nuestra estrategia de gestión responsable de servicios externos Smart Outsourcing, aseguramos que socios comerciales y promotores operen bajo los mismos estándares de ética, seguridad y justicia salarial que nuestra plantilla directa. En 2025, realizamos autodiagnósticos en cuatro centros operativos (Guadalajara, Rangel Frías, Mérida y Vallejo), definiendo planes de acción para 2026 basados en tres ejes:

- **Espacios dignos:** optimización de instalaciones y condiciones operativas.
- **Integridad compensatoria:** garantía de pagos justos y cumplimiento legal.
- **Seguridad:** mitigación de riesgos para proteger la integridad física.



**CERO**  
fatalidades.

“Cuando cada persona  
regresa íntegra a casa,  
ganamos todos”.

## Cultura de seguridad líder

Consolidamos una cultura de seguridad líder bajo el principio de que cada persona debe regresar íntegra a casa. En 2025, logramos una reducción sostenida de accidentes por segundo año consecutivo y mantuvimos cero fatalidades en colaboradores internos, gracias a una gestión rigurosa que cubre a empleados, socios estratégicos y visitantes.

- Revisamos nuestra Safety Master Strategy mediante auditorías y procesos claros que protegen al colaborador.
- Impulsamos la **prevención** con tecnología (IA) y capacitación continua (Safety Leadership).
- Bienestar integral: **garantizamos un entorno saludable** mediante exámenes médicos periódicos, campañas de salud y una línea de apoyo emocional, cubriendo las dimensiones física, mental, profesional y social de nuestra gente.

# Comunidades: donde nuestro propósito cobra vida

Creemos con quienes nos sostienen.

Integramos el desarrollo social a nuestra presencia geográfica con la meta de asegurar al menos una iniciativa de impacto en cada mercado donde operamos. A través de siete programas estratégicos, durante 2025 enfocamos nuestros esfuerzos en consolidar metodologías perfeccionando la medición de indicadores cualitativos para validar la transformación real en las comunidades, cuyos resultados se verán consolidados a partir de 2026.

Nuestras iniciativas se guían por tres ejes fundamentales, renovados este año para maximizar nuestro impacto social y ambiental frente a los desafíos actuales.

**135 años** construyendo legado que perdura en el tiempo.

## Cohesión social



**Un Nuevo Bosque para Brindar un Mundo Mejor**  
Se han plantado **+16.7K árboles** en todo el país con más de 6,100 voluntarios (Desde 2023 con Fundación Azteca)



**Worlds Together 2025**  
Reconocimiento a **30 productores** y mesas de diálogo sobre prácticas agrícolas

## Oportunidades económicas



**Becas con Propósito HEINEKEN México:**  
**+440 becas** y 235 egresados. (TecMilenio)



**Becas Líderes del mañana HEINEKEN México**  
**29 becas** completas anuales y **17 egresados** en la red HEINEKEN (Tec de Monterrey)

## Resiliencia económica



**Comunidades de agua**  
**65 sistemas de captación de lluvia** instalados en centros de salud y comunitarios



**Comunidades de agua**  
**Entrega de pipas y latas de agua** potable en colaboración con autoridades locales



**E-learning de Economía Circular**  
**199 cursos** concluidos en 2025 (+35% vs 2024 Tec de Monterrey)



Destinamos **18.2 MDP** para fortalecer el entorno y la resiliencia de nuestras comunidades.





# Brindar con responsabilidad



# Brindar con responsabilidad

## Informar mejor e impulsar el consumo inteligente

Colocando el bienestar de la sociedad en el centro de nuestro propósito honramos nuestro legado de responsabilidad. Trabajamos en una transformación cultural, aportando más y mejor información para garantizar un impacto positivo de nuestras marcas ahora y en las generaciones futuras.

### Consumo sin alcohol

#### Metas al 2030



Una **opción sin alcohol** para una marca estratégica en la mayoría de nuestros mercados



**Información clara y transparente** sobre nuestros productos en el etiquetado

#### Avances 2025

**2**

marcas sin alcohol: **Heineken® 0.0** y **Tecate® 0.0**



Cumplimos con la transparencia integrando en el etiquetado de todas nuestras marcas, un código **QR con enlace al despliegue de ingredientes y moderationmatters.com**

### Consumo nocivo

#### Metas al 2030



Una **alianza** para abordar los daños relacionados con el alcohol en los mercados donde operamos



Colaboración con **FUNSALUD** (Fundación Mexicana para la Salud) aliado nacional experto en investigación en salud

#### Avances 2025

### Consumo moderado

#### Metas al 2030



El **10 %** del presupuesto para medios en campañas de consumo inteligente, **llegando a más de 1 millón de consumidores**

#### Avances 2025

**20%**

del **presupuesto de medios** se destinó a **campañas de consumo inteligente** con Heineken® 0.0. **Alcance: 83 millones de personas**



# Consumo sin alcohol

Todo el sabor, cero alcohol

## Alternativas sin alcohol



Al elevar las opciones sin alcohol a un nivel estratégico, promovemos el consumo inteligente y respondemos a las tendencias globales de bienestar, ofreciendo alternativas para quienes eligen no consumir alcohol en determinados momentos, permitiéndose disfrutar del sabor de su cerveza favorita, sin comprometer la experiencia ni el estilo de vida de los consumidores. Superamos nuestra meta al consolidar un portafolio que ofrece dos opciones sin alcohol para sus marcas estratégicas, permitiendo brindar la misma experiencia de calidad en cualquier ocasión y liderando una transformación cultural hacia la moderación y toma de decisiones más conscientes.



### Heineken® 0.0

Pioneros en la categoría sin alcohol y marca que lidera el portafolio. En 2025, reforzamos su posicionamiento con campañas de alto alcance que integran la moderación como parte de la elección del consumidor.



### Tecate® 0.0

Segunda marca del portafolio sin alcohol, con presencia en el mercado y un rol complementario dentro de la categoría.

## Información clara en cada etiqueta

Desde 2024, implementamos **códigos QR** en nuestras etiquetas para facilitar el acceso a información detallada sobre ingredientes y graduación alcohólica, permitiendo decisiones de consumo informadas en contextos de salud o embarazo.

Cerramos 2025 brindando información transparente en todos nuestros productos y con cero incidentes de incumplimiento y sanciones por mal etiquetado o incorrecto manejo de marketing, consolidando la confianza en la integridad de nuestras marcas y nuestra ética comercial.



# Prevención del Consumo Nocivo

## Educar para brindar

Buscamos transformar la cultura de consumo en México mediante la educación, fortaleciendo la prevención de la venta a menores y la adopción de hábitos saludables en los consumidores.

### Sensibilización y cumplimiento estratégico

Queremos transformar la cultura de consumo en México con más **prevención en la venta a menores** y fomentando hábitos saludables.

- **Comunicación responsable:** modernizamos los mensajes para conectar con las nuevas generaciones bajo reglas estrictas: **toda publicidad se dirige a >18 años, con voceros que proyectan >25 años.**
- **Consumo 0 en horario laboral:** una regla interna que salva vidas.
- **FUNSALUD** aliado nacional experto en investigaciones en salud.
- **Sinergia industrial:** lideramos un plan sectorial para 2026 basado en la ENCODAT 2025, enfocado en **erradicar la venta a menores** y reducir el consumo excesivo.
- Trabajamos de la mano con Cerveceros de México para promover un consumo moderado.



### Prevención de venta a menores

- **Certificación SIX:** en 2025 **certificamos a 680 comerciantes** en venta responsable y cumplimiento legal.
- **Tecate 18+:** eliminamos el logo de los uniformes infantiles de todos los equipos que patrocinamos.
- **TecMilenio:** actualización pedagógica de nuestro **contenido educativo** sobre la importancia del **NO consumo y NO venta de alcohol a menores.**

# Consumo Moderado

## Decisiones inteligentes

**20%**  
del presupuesto  
de medios de la marca Heineken®  
se dedica exclusivamente a  
campañas de consumo inteligente



Impacto en  
**83 millones**  
de consumidores



## Campañas

“Cuando Manejes Nunca Tomes”:  
Con el piloto Sergio “Checo” Pérez



**Alcance del 82%**  
de nuestro público objetivo

Equivalente a  
**31 millones**  
de usuarios únicos

“No Reasons Needed”: en alianza con F1 The Movie.  
Impactamos a **65.4 millones de usuarios únicos**



## Caravana de consumo inteligente

Desde hace más de 10 años, este programa promueve la responsabilidad en el consumo de alcohol en mayores de edad y venta responsable. Durante 2025 se impartieron 105 entrenamientos de dos tipos: **consumo inteligente a población general mayores de edad** y **taller de mesero inteligente a vendedores de alcohol:**

**+9,600**  
personas  
en 18 estados

**+19,300 horas**  
de capacitación  
con validez ante la Secretaría  
del Trabajo y Previsión Social





# Un legado que trasciende

LA CERVECERÍA

135  
AÑOS



# Gobernanza para un legado que trasciende

Nuestra manera de operar: Integridad, gestión de riesgos y respeto por los derechos humanos

Nuestra gobernanza guía la toma de decisiones bajo principios de integridad, transparencia y responsabilidad. Con estructuras claras y supervisión constante, fortalecemos la confianza, cumplimos metas y creamos valor a largo plazo.

## Estructura de gobierno

Se fundamenta en tres órganos complementarios que aseguran la dirección estratégica y la gestión responsable.

- **El Consejo de Administración** es el máximo órgano de gobierno y fija el rumbo del negocio. Mantiene sesiones trimestrales para supervisar estrategia y riesgos. Sus miembros son elegidos por la Asamblea de Accionistas.
- **El Comité Ejecutivo** supervisa y toma decisiones clave sobre los objetivos financieros y operativos, así como la estrategia para alcanzarlos. Además, impulsa una cultura de creación de valor sustentable a largo plazo, gestiona riesgos, monitorea el desempeño general y atiende los temas de sustentabilidad que impactan a la empresa.
- **Comité Ejecutivo de Sustentabilidad** para la supervisión de los temas ambientales y sociales. Lo integran la Dirección General y las Vicepresidencias clave.

## Metodología: COSO ERM

De esta forma, **aseguramos una supervisión efectiva de impactos y riesgos, integrando factores operativos, financieros y ambientales.**

Los riesgos se monitorizan y reportan directamente al Comité de Auditoría y al Consejo de Administración.

La integración de nuestros órganos de gobierno equilibra la experiencia sectorial con las políticas globales de nominación, diversidad y desempeño de HEINEKEN.

## Cultura de integridad y anticorrupción

Nuestra gestión se rige por el Código de Conducta de Negocios, que define los valores y comportamientos para la toma de decisiones éticas, el cumplimiento legal y la transparencia en cada operación.

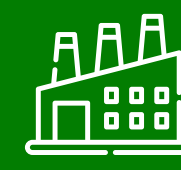
Se basa en 5 pilares:



Colaboración responsable



Cuidado de las personas y del planeta



Protección de nuestros activos



Conservación de la integridad del negocio

## Cultura Speak Up

Nuestra campaña **Corrupción 0.0** fortaleció nuestra cultura de integridad en toda nuestra plantilla. **A través de medios, sesiones presenciales y materiales,** afianzamos la política de cero tolerancia a la corrupción y soborno, promovimos el uso de canales de reporte. **Cerramos 2025 sin casos ni multas por corrupción.**



Comité Ejecutivo HEINEKEN México

Vicepresidenta de Recursos Humanos, salió de la compañía en febrero del 2026.

## Cumplimiento normativo, derechos humanos y debida diligencia 2025: balance exitoso

No registramos reclamaciones fundamentadas de privacidad del consumidor o filtración de datos.

En **materia ambiental**, contamos con tres procedimientos administrativos en análisis, **sin sanciones monetarias.**

**0 casos confirmados de trabajo forzoso, trabajo infantil u operaciones con riesgos para los derechos de los pueblos indígenas.**

## Debida diligencia en proveedores 2025

Colaboramos con 2,618 proveedores, de los cuales el 95.2% son nacionales. El cuarto trimestre, lanzamos nuestro Business Partner Policy (BPP), con criterios de diligencia ambiental, social y de gobernanza en 400 socios comerciales.

## Asociaciones sectoriales y diálogo institucional 2025: más diálogo y participación

Participamos activamente con colectivos vinculados con los temas del informe, como la **Cámara Nacional de la Industria Cervecera** para trabajar en el consumo inteligente y la prevención, así como en mesas multi-stakeholder con **instituciones de salud, academia y autoridades.**

Consulta [aquí](#) nuestras políticas

# Historias *del legado*

Lo que nos inspira día a día

## Acción por el agua

Nuestra labor por la seguridad hídrica trasciende nuestras plantas a través de soluciones colectivas y alianzas estratégicas. En 2025, co-lideramos el lanzamiento de la Red de Acción por el Agua en México por el Clima e impulsamos en el Pacto Mundial México el uso de Soluciones Basadas en la Naturaleza. Con este enfoque colaborativo, fortalecemos capacidades locales y restauramos ecosistemas críticos, alineando nuestras acciones con los ODS 6 y 17 para construir resiliencia climática a largo plazo.



## Piloto Bioram: innovación en el campo

Evolucionamos el HEINEKEN Green Challenge con nuestro primer piloto Venture Client junto a la startup mexicana Bioram, pasando del reconocimiento a su implementación en operación. El piloto se enfoca en transformar subproductos de la cervecería en bioestimulantes agrícolas para el cultivo de cebada, bajo un enfoque de economía circular. La solución busca mejorar la absorción de nutrientes en el campo y optimizar el uso de insumos agrícolas dentro de la cadena de valor. Esta implementación integra talento emprendedor mediante innovación abierta, en colaboración con aliados como incMTY, acercando el desarrollo tecnológico a su aplicación industrial.



## Experiencia sustentable: estrategia por HEINEKEN México

Nuestra estrategia guía cada evento bajo un enfoque integral que minimiza el impacto ambiental y genera un legado positivo. Articulamos a marcas, promotores y agencias para integrar criterios de sustentabilidad desde la planeación, optimizando recursos y colaborando con aliados clave. Así, transformamos nuestros momentos de alegría en experiencias responsables y alineadas con nuestro propósito de inspirar un mundo mejor.



## Becas HEINEKEN México: liderazgo con impacto

Impulsamos el acceso a la educación superior para jóvenes con alto potencial y compromiso social. A través de alianzas con el Tecnológico de Monterrey y TecMilenio, beneficiamos a más de 440 estudiantes, de los cuales el 79% representa la primera generación de su familia en cursar la universidad. Más que un apoyo económico, estas becas son una inversión en liderazgo para reducir brechas y generar un impacto positivo en el futuro de México.



## Caravana de Consumo Inteligente

Nuestra iniciativa itinerante de educación y sensibilización ha recorrido 18 estados, impartiendo más de 100 talleres enfocados en prevenir conductas de riesgo. A través de dinámicas vivenciales y simuladores, promovemos una cultura de responsabilidad y autocuidado, transformando el consumo inteligente en un hábito informado que trasciende generaciones y construye entornos más seguros.

## Venta Responsable en Tiendas SIX

Profesionalizamos nuestra red de Tiendas SIX como actores clave en la prevención del consumo de alcohol en menores. En 2025, capacitamos a 680 comerciantes de los 32 estados, brindándoles herramientas para erradicar malas prácticas en el punto de venta. Al fortalecer sus capacidades, fomentamos una cultura de corresponsabilidad que protege la salud pública y refuerza el tejido social en las comunidades donde operamos.



# Mapa de legado HEINEKEN México para Brindar un Mundo Mejor

## Lectura del mapa:

Cada pilar se lee en tres movimientos. El informe completo se ha construido sobre esta lógica, capítulo por capítulo.

**Impacto:** qué medimos hoy en cada pilar.

**Transformación:** qué estamos cambiando en la forma de operar.

**Legado:** qué queda establecido para el futuro y ya no se deshace.

## Ambiental

IMPACTO      TRANSFORMACIÓN      LEGADO

### Agua

Cada gota cuenta para el futuro

- Reducción
- Reúso
- Reabastecimiento



- Optimización de procesos
- Alianzas territoriales
- Gestión por cuencas

Resiliencia hídrica

### Cero emisiones

Del campo al bar sin dejar huella

- Reducción de emisiones alcances 1, 2 y 3



- Rediseño energético
- Eficiencia logística
- Impulso a proveeduría sustentable

Cadena de valor net-zero

### Circularidad

El ciclo más eficiente es el que no termina



- Formato reutilizable
- Contenido reciclado en botellas y latas
- Envases reciclables por diseño
- Innovación de materiales
- Desarrollo de proveedores

Sistema circular integrado en la cadena de valor

### Agricultura

El campo, primera línea de legado

- Cebada nacional con certificación FSA-SAI



- Apoyo técnico a agricultores
- Alianzas internacionales
- Agricultura de conservación

Cadena de cebada y lúpulo resiliente, certificada y trazable procesos regenerativos

## Social

IMPACTO      TRANSFORMACIÓN      LEGADO

### Personas

No hay legado sin personas, no hay futuro sin territorio

- Seguridad
- Bienestar
- Equidad,
- Formación



- Entorno laboral inclusivo
- Balance de género
- Políticas alineadas a los estándares de mercado
- Cultura de seguridad

Capacidad organizacional y de alto rendimiento

### Comunidades

Donde nuestro propósito cobra vida

Programas con impacto e inversión social



- Impacto social instalado
- Continuidad que favorece resiliencia y oportunidades económicas y la cohesión social

Valor compartido y desarrollo local sostenido

## Consumo Inteligente

IMPACTO      TRANSFORMACIÓN      LEGADO

### Consumo inteligente

Brindar con responsabilidad

- Portafolio 0.0
- Campañas y etiquetado
- Formación en el canal



- Normalización de la moderación
- Prevención del consumo nocivo
- Alianzas con especialistas de la salud

Cultura de un consumo con responsabilidad



En HEINEKEN México, el impacto es el punto de partida. El legado es la capacidad que permanece cuando el impacto se convierte en transformación.



# Cómo se construyó este informe

## Integridad y rigor en nuestra información

Con sede en Monterrey, presentamos nuestros resultados de sustentabilidad desempeñados del 1° de enero al 31 de diciembre de 2025, integrando las operaciones a lo largo de nuestra cadena de valor: agricultura, procesamiento de materia prima, producción (7 cerveceras y 1 fábrica de latas), logística, empaques, refrigeración en México. Este informe no incluye estados financieros consolidados, los cuales son reportados de manera global por HEINEKEN N.V.

En este informe detallamos los avances de nuestra estrategia **Brindar un Mundo Mejor**, el cual elaboramos de conformidad a los **Estándares GRI** y complementamos con indicadores financieros del sector bebidas alcohólicas de **SASB** (Sustainability Accounting Standards Board). Alineamos cada una de nuestras acciones con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** de las Naciones Unidas.

Para asegurar la máxima transparencia, nuestro equipo de Sustentabilidad y Responsabilidad recopiló la información, misma que fue validada por nuestro **Comité Ejecutivo** y sometida a una **verificación externa** independiente por parte de Growing Verifications. Bajo nuestra política global de **Green Claims**, aplicamos el proceso RACI-D, un modelo de trabajo que nos obliga a que cada mensaje ambiental sea revisado y validado por expertos de distintas áreas.



Equipo de Sustentabilidad y Responsabilidad Social Corporativa

Presentamos esta versión ejecutiva con nuestros hitos principales.

Para un análisis detallado de nuestra estrategia, ponemos a disposición:



[Sitio web](#)



[Índice de Contenidos GRI y SASB](#)



[Informe de verificación externa](#)

## Impacto que permanece. Legado que inspira.

Con foco, evidencia y visión de largo plazo. Así es nuestro sello.

## HEINEKEN México

### Informe de Sustentabilidad 2025

HEINEKEN México, S.A. de C.V.

[www.heinekenmexico.com](http://www.heinekenmexico.com)

Grupo Cuauhtémoc Moctezuma, S.A. de C.V. Av. Alfonso Reyes 2202  
Norte Colonia Bella Vista, C.P. 64442, Monterrey, Nuevo León.

Dirección de Responsabilidad Social Corporativa y Sustentabilidad  
Inti Pérez Casillas  
[inti.perezcasillas@heineken.com](mailto:inti.perezcasillas@heineken.com)

Dirección de Comunicación y Reputación Externa  
Luis Herreras García  
[luis.herrerias@heineken.com](mailto:luis.herrerias@heineken.com)

