

**REPORTE DE
IMPACTO ASG**
OPERACIÓN DE DIVISIÓN
CERVEZA FY'23



Constellation
Brands



Contenido

1. Mensaje de bienvenida	3	6. Compromiso con la ética e integridad	43
2. Acerca de Constellation Brands	5	6.1 Compromiso ético	44
2.1 Información general	6	6.2 Políticas anticorrupción	45
2.2 Cifras relevantes en México	7	6.3 Mecanismos de denuncia	46
2.3 Historia de la empresa	8	6.4 Competencia leal	47
2.4 Filosofía y Modelo de negocios	9	7. Oferta y generación de valor	49
2.5 Valores	10	7.1 Calidad CB	50
2.6 Estructura organizacional	10	7.2 Gestión de riesgo	51
2.7 Certificaciones, distintivos y reconocimientos	12	7.3 Proveedores y cadena de valor	52
3. Gestión ASG	13	7.4 Innovación de negocio	54
3.1 Comité y Gestión ASG	14	7.5 Comunicación Responsable	56
3.2 Diálogo con grupos de interés	16	8. Compromiso con los colaboradores	57
3.3 Análisis de materialidad ASG	16	8.1 Plantilla laboral	58
4. Compromiso con el medio ambiente	19	8.2 Diversidad e inclusión	60
4.1 Cultura ambiental	20	8.3 Capacitación y desarrollo de personal	62
4.2 Agua	22	8.4 Salud y seguridad en el trabajo	67
4.3 Biodiversidad	25	8.5 Compensación laboral y prestaciones	71
4.4 Energía	25	8.6 Equilibrio y bienestar laboral	72
4.5 Emisiones	28	8.7 Relaciones laborales	75
4.6 Materiales	30	9. Acerca de este informe	77
4.7 Gestión de residuos	31	9.1 Compromiso con los ODS	78
5. Compromiso social	33	9.2 Carta de verificación independiente	81
5.1 Relación con la comunidad	34	9.3 Índice de contenidos GRI	83
5.2 Programas sociales	35	9.4 Índice de contenidos SASB	90
5.3 Afiliaciones y asociaciones	42		

1 Mensaje de bienvenida

[2-14](#)

Apreciable lector:

Tras una década de presencia en México, es un gusto para mí poder dar a conocer los resultados de nuestra operación sostenible correspondiente al año fiscal 2023.

En este reporte informamos a detalle la gestión ambiental, social y de gobernanza de nuestras cervecerías y operaciones gerenciales en el país, dejando patentes nuestros retos, logros, propósito y aspiraciones.

En México, al tener una posición geográfica estratégica, insumos de gran calidad y personal altamente comprometido y calificado, hemos empeñado nuestro mayor esfuerzo en ser una empresa sumamente productiva y sostenible. Las más de 4,300 personas que trabajamos en la división cerveza de Constellation Brands México (CB), hacemos de nuestra labor cotidiana una experiencia gratificante pues conocemos el valor que genera la compañía en nuestras familias, las comunidades en las que operamos y el medio ambiente.

Somos una organización siempre atenta a los impactos que generamos y por ello establecemos criterios de medición apropiados para gestionar los temas relevantes para nuestra empresa y grupos de interés. En materia económica somos un gran promotor de empleo y derrama económica para nuestra cadena de valor, entendiendo a ésta desde las comunidades donde elaboramos nuestras cervezas, hasta los proveedores de empaque, envasado, transporte, logística y servicios adicionales, que hacen posible que nuestros productos abastezcan oportunamente el mercado de Norte América.

Asimismo, nuestro compromiso ambiental nos ha llevado a determinar como un tema crítico, el uso responsable del agua, así como la sostenible gestión de residuos y emisiones de gases de efecto invernadero. Tan solo en materia hídrica, desde el 2013 hemos invertido cerca de 15 millones de dólares a través de proyectos de operación eficiente dentro y fuera de la compañía, mecanismos de captación, cuidado y recarga de mantos freáticos, reutilización y aprovechamiento de este vital líquido.

Adicionalmente, a través de nuestros programas de vinculación comunitaria y sus tres pilares del Valor de Educar, el Valor de Cuidar y el Valor de Ayudar, invertimos cerca de 65 millones de pesos desde el 2019, beneficiando directamente a más de 536,000 personas en este año fiscal. Esto aunado al enorme compromiso de nuestro voluntariado corporativo que, en el ejercicio reportado, acumuló 1,515 horas de trabajo voluntario por parte de nuestro personal a favor de estas causas.



Mensaje de bienvenida

Con este informe pretendemos transparentar nuestra gestión de una forma equilibrada basándonos en tres criterios fundamentales, Ambiental, Social y de Gobierno Corporativo, con el ánimo de brindar datos valiosos para nuestros diversos grupos de interés. Este documento se elaboró observando diversos estándares de reporte y rendición de cuentas tales como la guía del Global Reporting Initiative (GRI), los indicadores del Sustainability Accounting Standards Board (SASB) y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas.

Espero que su lectura y consulta se convierta en un referente de conocimiento e inquietudes por conocernos más, somos una empresa comprometida con la transparencia y mucho apreciaremos su opinión en la última página.

Cordialmente,

Nina Mayagoitia
Vice Presidente, Comunicación y Responsabilidad Social
Constellation Brands México





Constellation Brands

2 ACERCA DE CONSTELLATION BRANDS

El valor de hacer

2.1 Información general

2-1 d., 2-2.

Constellation Brands es una organización internacional, líder en producción y comercialización de cerveza, vinos y licores desde 1945, con operaciones en: Estados Unidos, México, Nueva Zelanda, Italia y Canadá. A nivel global, se reportaron 10,700 colaboradores durante el año fiscal 2023, de los cuales, el 54%¹ pertenecen a las operaciones de México.

Desde el año 2013, la División Cerveza de Constellation Brands en México, entidad de la cual se realizará el presente informe, produce un portafolio de cervezas de alta calidad, para su exportación en el mercado de Estados Unidos. Tiene más de 4,300 colaboradores distribuidos en: sus oficinas ubicadas en la Ciudad de México y 2 cervecerías en Nava, Coahuila y Ciudad Obregón, Sonora. Próximamente inaugurará una cervecería en Veracruz.

1. Nava, Coahuila
 2. Ciudad Obregón, Sonora
 3. Veracruz
 4. Ciudad de México

Las marcas de cerveza que produce son:

- Corona Extra
- Corona Light
- Corona PREMIER
- Corona PREMIER THE EXCEPTIONAL LIGHT BEER
- Corona Familiar
- Corona HARD SELTZER
- Corona REFRESCA HARD TROPICAL PUNCH
- Modelo Especial
- Modelo Negra
- Modelo CHELADA
- Victoria
- PACIFICO CLARA

¹ Dato extraído de Constellation Brands, Inc. FY 2023 Annual Report.

2.2 Cifras relevantes en México

- Genera más de **4,300 empleos** directos y más de **70 mil** indirectos e inducidos.
- Tiene más de **14.4 millones** de dólares invertidos en sistemas de ahorro y sistemas de eficiencia hídrica desde el año 2013.
- Ha otorgado más de **5,850 becas** a estudiantes de educación media superior y superior con el programa **“El Valor de Educar”** desde el año 2020.
- Benefició a más de **536,000 personas** con sus programas sociales durante el año fiscal 2023.
- Ha invertido alrededor de **\$65 millones** de pesos en infraestructura y proyectos educativos desde el año 2019.

CERVECERÍA DE NAVA

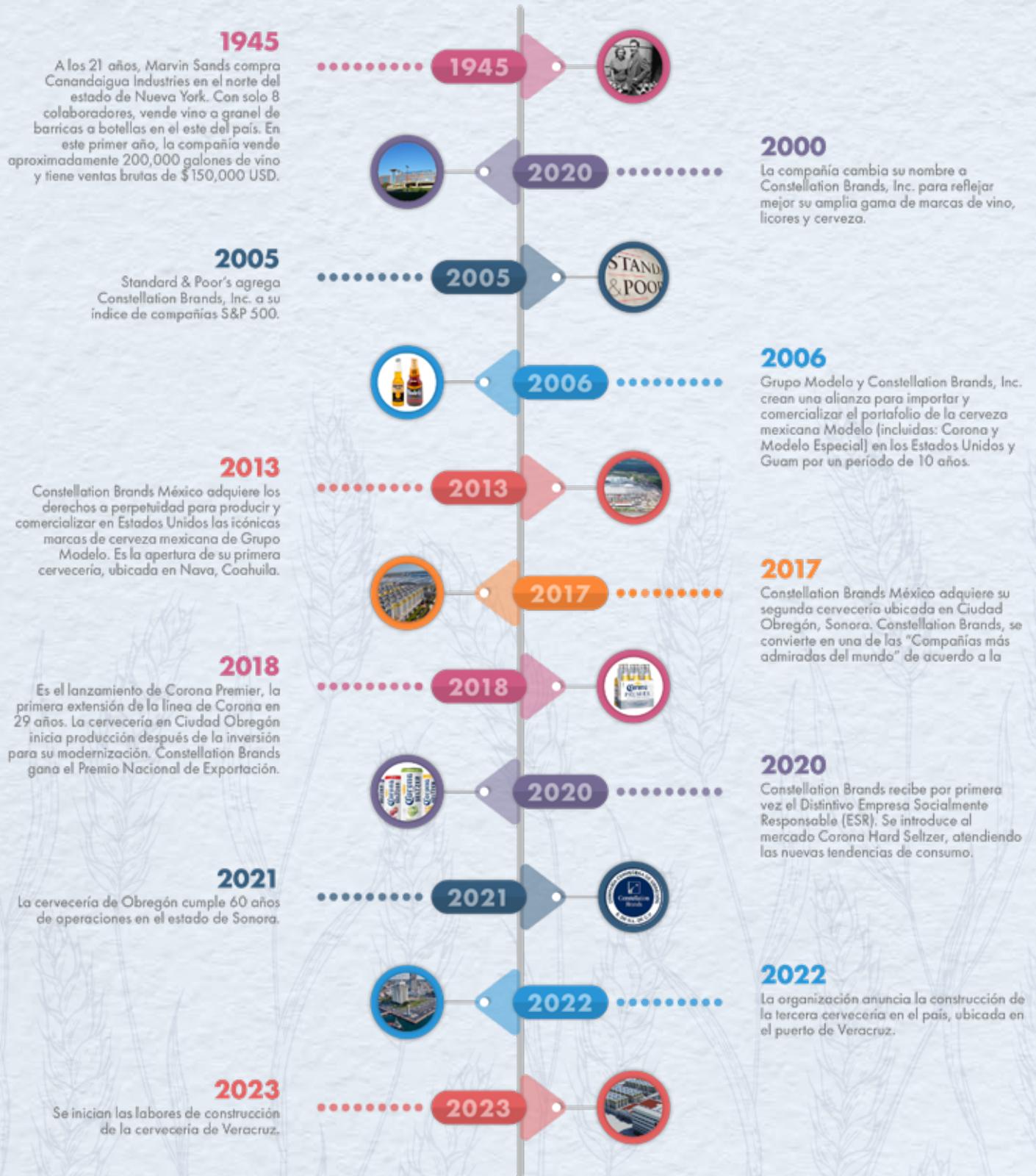
- Redujo **579,773 toneladas** de residuos no reciclables desde el 2018.
- Tiene una tasa de reciclaje del **99.62%**.

CERVECERÍA DE OBREGÓN

- Desde FY'22 ha iniciado una **transición energética** mediante el uso de gas natural para sus operaciones.
- Redujo la tasa de intensidad de consumo total de agua en un **8.8%** del año fiscal 2017 al año fiscal 2023.
- Tiene una tasa de reciclaje del **99.11%**.

* M: Millones.

2.3 Historia de la organización



2.4 Filosofía y Modelo de negocios

2-23.

Constellation Brands (CB) es una organización cuya grandeza proviene de las personas que la conforman. Se distingue por su dedicación, trabajo en equipo y alianza con grupos locales. Su objetivo es ofrecer más y mejores productos a sus clientes. Tiene una misión de crecimiento sostenible, para colaborar con la comunidad y el planeta, con el objetivo de impactar positivamente en los lugares donde se desarrolla.

Su visión a futuro se enfoca en ofrecer sistemáticamente un buen rendimiento total para los accionistas en la industria a largo plazo y crecer de la mano con sus colaboradores, clientes y otros grupos de interés. La compañía se apega al seguimiento de la estrategia STZ 2030 con una hoja de ruta a 10 años, en la cual se marcan los objetivos corporativos e incluyen los objetivos vinculados a criterios ASG (ambientales, sociales y de gobernanza).

Como marca, Constellation Brands se identifica como audaz, valiente y comprometida con la humanidad. Y se construye a través de sus pilares clave:

- Construir marcas sólidas que la gente ame con rutas competitivas en el mercado.
- Crear una cultura que esté obsesionada con el consumidor y que aproveche capacidades de innovación sólidas para mantenerse a la vanguardia de las tendencias del consumidor.
- Cumplir con iniciativas alineadas a los criterios ASG de impacto que no sólo sean buenas para el negocio, sino que también sean buenas para el mundo.

CB se esfuerza por alcanzar el éxito, asegurándose de que la toma de decisiones sea impulsada por el consumidor para fortalecer todos los aspectos de su negocio. Y a la vez, construir una riqueza de talento diverso, con el mejor desarrollo de capacidades y habilidades. Para ello, ha logrado invertir en sistemas de datos, arquitectura e infraestructura y ser ejemplo de una gestión intencional y proactiva.



Para cumplir con sus objetivos, Constellation Brands se enfoca en crear marcas de calidad y actúa con integridad en todos los lugares en donde opera, además de apegarse a las leyes y ordenamientos locales, se mantiene fiel a los valores que ha cultivado desde sus inicios.

2.5 Valores

[2-23.](#)

Constellation Brands es una organización comprometida con un sentido de ética y responsabilidad que permea en todas sus acciones a través de la práctica de los valores que proporcionan el fundamento para su desarrollo como guía para la toma de decisiones:

- **Integridad.** Se trata de alcanzar las metas haciendo siempre lo correcto, con apego a los más altos estándares morales y éticos.
- **Colaboradores.** Es crear una cultura de inclusión y diversidad de pensamiento, para que todas las personas que forman parte de la organización tengan la libertad de ejercer su autenticidad. Mediante la escucha activa de todas las voces se fortalece el trabajo en equipo y el desarrollo hacia un mejor futuro.
- **Calidad.** La promesa de buscar hacer siempre lo mejor y de la mejor manera posible, en todos los procesos.
- **Clientes.** La atención y disposición ante las necesidades de los clientes para saber lo que quieren en todo momento.
- **Emprendimiento.** Actuar como líder de una industria, con un enfoque atrevido y a la vez calculado, para lograr sus objetivos y continuar creciendo.

2.6 Estructura organizacional

[2-9, 2-10, 2-11, 202-2.](#)

Constellation Brands aplica todas las guías de referencia sobre gobierno corporativo con base en los preceptos del código dispuesto por United States Securities and Exchange Commission. Las pautas están disponibles en línea en <https://www.sec.gov/>. Al cierre del año 2022, el consejo de administración de Constellation Brands a nivel global, contó con 13 miembros, de los cuales el 31% fueron mujeres; dos de ellos se retiraron al final del año sin reelección para el año 2023.

El Consejo de Administración presta la debida atención a su composición y la de sus 3 Comités: Auditoría, Gobernanza y Responsabilidad Social Empresarial, y Recursos Humanos. Ha adoptado el Código de Ética para Directores Ejecutivos y Ejecutivos Financieros Superiores, que es un código de ética que se aplica a sus directores ejecutivos y funcionarios financieros.

El Código de Ética del Director Ejecutivo y del Ejecutivo Financiero Superior se encuentra en su sitio web, en la página de relaciones con inversionistas en <https://ir.cbrands.com>



Consejo directivo en México para Operaciones División Cerveza



Abdon Hernández

Vice Presidente, Consejero General Adjunto. Oficial de Desarrollo México.



Pete Moore

Vice Presidente, Seguridad.



Fernando Aguirre

Vice Presidente, Investigación y Desarrollo.



Misael Matus

Director Senior, Chief of Staff.



Nina Mayagoitia

Vice Presidente, Comunicación y Responsabilidad Social.



Carlos Parodi

Vice Presidente Senior, Operaciones de Cervecería.



Patricio Barbará

Vice Presidente Senior, Ingeniería y Gestión de proyectos.



Miguel Á. Sánchez

Vice Presidente, Recursos Humanos.



Fernando Gutiérrez

Vice Presidente, Finanzas.



Bernardo Martínez

Vice Presidente, Asuntos Corporativos.

2.7 Certificaciones, distintivos y reconocimientos

2-27.

Nombre	Descripción	Vigencia	
	<p>Premio ELIS (Empresas Líderes en Innovación Sustentable)</p>	<p>Premio otorgado por la institución bancaria HSBC a empresas que tienen prácticas innovadoras en los ámbitos ASG.</p>	<p>Finalista en la postulación.</p>
	<p>Industria Limpia</p>	<p>Otorgado por la PROFEPA, reconoce la mejora en el desempeño ambiental bajo la Legislación Mexicana, así como el cumplimiento de los controles operativos de actividades y el compromiso ambiental de todo el personal con el cuidado del medio ambiente.</p>	<p>2021 - 2024</p>
	<p>Distintivo Organización Responsablemente Saludable</p>	<p>Distintivo otorgado por el <i>Workplace Wellness Council</i> México que acredita el compromiso de la organización por promover la salud y ser generadora de entornos y ambientes laborales saludables.</p>	<p>2021-2022 y en proceso de obtenerlo para el cierre del 2023.</p>
	<p>Empresas Excepcionales</p>	<p>Es otorgado por el consejo de comunicación empresarial, busca reconocer las prácticas sobresalientes de dimensión social para difundir y aprender de sus historias de éxito.</p>	<p>2022</p>
	<p>Food Safety System Certification 22000, FSSC 22000</p>	<p>Su objetivo es avalar la reputación de las marcas y proteger a los consumidores, al garantizar que los productos son seguros para su consumo.</p>	<p>2022 - 2024</p>
	<p>Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR)</p>	<p>Obtenido por 3 años consecutivos, reconoce el compromiso de la organización con la gestión ética, el cuidado de la calidad de vida de sus colaboradores, la vinculación con la comunidad y el cuidado del medioambiente.</p>	<p>Marzo 2022 - febrero 2023</p>
	<p>OEA / C-TPAT</p>	<p>C-TPAT (<i>Customs Trade Partnership Against Terrorism</i>) OEA (Operador Económico Autorizado rubro importador / exportador) Certificación antiterrorista cuyo objetivo es fortalecer la seguridad de importadores, transportistas, agentes de aduanas, almacenes de depósito y productores para evitar que la carga sea contaminada con sustancias o artículos ilegales tales como armas, drogas o explosivos.</p>	<p>2020 - 2022</p>
	<p>Mejores Lugares para Trabajar LGBTQ+</p>	<p>Constellation Brands es nombrada entre más de 200 empresas como uno de los Mejores Lugares para Trabajar LGBTQ+ en México por la <i>Human Rights Campaign</i>.</p>	<p>2022</p>



Constellation Brands

3 GESTIÓN ASG



*El valor de generar
impactos positivos*

3.1 Comité y Gestión ASG

[2-12](#), [2-13](#), [2-22](#), [2-24](#), [2-25](#), [3-1](#).

La división cervecera de Constellation Brands en México, es una organización enfocada en producir las mejores cervezas del mundo en tierras mexicanas, orgullosa del arduo trabajo que realizan día a día sus colaboradores y comprometida con ellos y con su entorno pues, su intención es impactar positivamente en todas las comunidades con las que se relaciona.

Su estrategia con visión ASG le permite satisfacer las expectativas de todos sus grupos de interés, reflejar los valores de la organización y abordar de manera más directa las necesidades sociales que son importantes para las comunidades, consumidores y colaboradores.

La operación de la División de Cerveza en México se fundamenta en un marco estratégico de cuatro dimensiones, con el propósito de tener congruencia entre el ser y hacer en el día a día de la compañía, y así poder posicionar a la organización con un referente en la industria, y con ello poder pertenecer a las empresas que destacan por sus mejores prácticas:

1. Ser un defensor del desarrollo profesional y la promoción de las mujeres.
2. Servir de catalizador para el desarrollo económico y la prosperidad de comunidades vulnerables.
3. Fomentar la cultura del consumo responsable dentro de la industria.
4. Servir de modelo para el cuidado y uso responsable del agua, al tiempo que se sigue avanzando en los esfuerzos de sostenibilidad en torno a emisiones, energía y gestión de residuos.

Para la gestión y mejora continua en la operación de la División de Cerveza, se estableció un Comité ASG, el cual sesiona de manera mensual y en el que participan los principales líderes de la división, tanto de las áreas de soporte como operativas, bajo el mando del Presidente de Constellation Brands México, y que a su vez es coordinado por las áreas de: Iniciativas Estratégicas y Proyectos, Manufactura, Responsabilidad Social y Sostenibilidad.



Constellation Brands México, es una organización enfocada en producir las mejores cervezas del mundo en tierras mexicanas, orgullosa del arduo trabajo que realizan día a día sus colaboradores.

3.2 Diálogo con grupos de interés

2-29.

Constellation Brands entiende las necesidades y preocupaciones de sus grupos de interés, por ello, mantiene un diálogo constante con cada uno de ellos. La organización tiene el propósito de fortalecer su Estrategia de Sostenibilidad y mantenerla vigente, de manera que aporte valor al entorno en el que se desarrolla y hace negocios.

Grupo de interés	Mecanismo de diálogo	Frecuencia
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta de Clima Laboral • Consultas, encuentros y juntas de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Periódico • Permanente
Organizaciones sindicales	<ul style="list-style-type: none"> • Negociaciones contractuales y/o salariales • Consultas, encuentros y juntas de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Anual • Permanente
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Consultas, encuentros y juntas de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Permanente
Comunidades / Localidades	<ul style="list-style-type: none"> • Consultas, encuentros y juntas de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Permanente
Organizaciones de la Sociedad Civil	<ul style="list-style-type: none"> • Consultas, encuentros y juntas de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Permanente
Sector	<ul style="list-style-type: none"> • Consultas, encuentros y juntas de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Permanente
Entidades regulatorias	<ul style="list-style-type: none"> • Consultas, encuentros y juntas de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Permanente



3.3 Análisis de materialidad ASG

2-16, 3-1, 3-2.

Como parte del compromiso de Constellation Brands con el entorno, en el año 2022, se realizó un análisis de materialidad para identificar temas de impacto ASG relevantes para trabajar hacia un desarrollo sostenible. La identificación de estos temas materiales es clave para su toma de decisiones, dirigiendo su estrategia de Responsabilidad Social y Sostenibilidad hacia objetivos que se alineen con su visión, misión y valores, honrando con acciones lo establecido documentalmente.

El estudio de materialidad fue elaborado por el proveedor Ilunka - Estrategia Sustentable, en respuesta a la necesidad de Constellation Brands de acercarse a los intereses y las expectativas de los diferentes grupos de interés, como base para la estrategia de negocio de la organización, desde una perspectiva sostenible, y que fomente el diálogo, permita la medición y potencie la mejora continua.

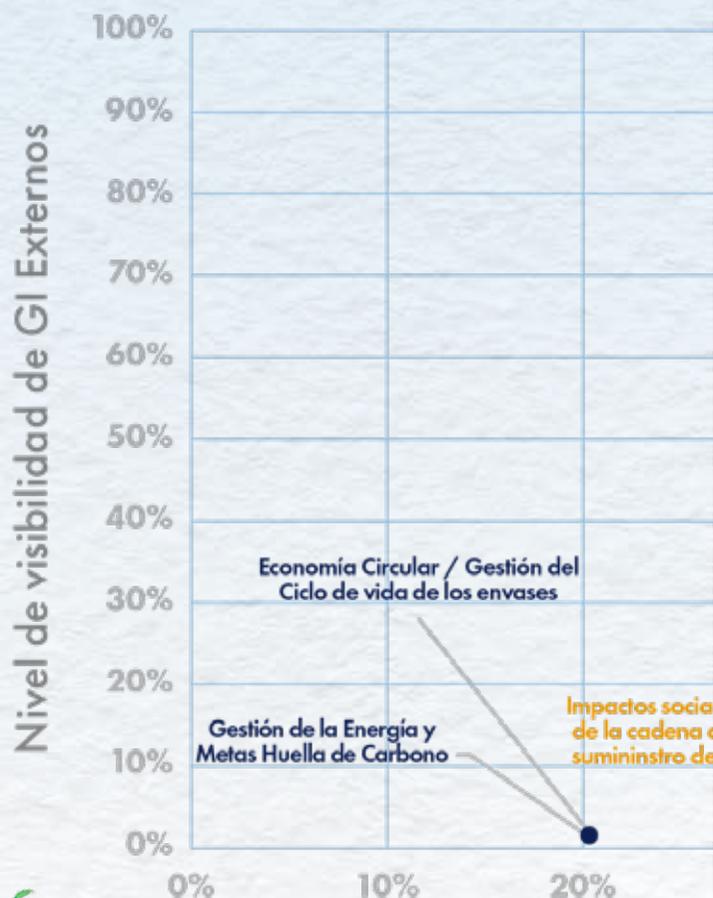
En este sentido, la identificación de los asuntos relevantes de Constellation Brands tiene como objetivo último, el establecer la base para el diseño de una estrategia de sostenibilidad que se adapte al modelo de negocio de CB y que responda a los intereses y expectativas de los grupos de interés.

El estudio inicia con una investigación sistemática de mejores prácticas en sostenibilidad y responsabilidad social, conocida comúnmente como *Benchmarking*, en el cual se analizan las acciones de cinco empresas competencia de Constellation Brands, así como herramientas para el análisis de materialidad, enfocado al sector de alimentos y bebidas y de cerveza y bebidas alcohólicas en general.

La metodología utilizada está basada en: investigación de *benchmarking*, diálogo con grupos de interés, detección de riesgos e identificación de asuntos relevantes. El enfoque del proceso de dicha metodología consiste en la priorización de identificación de riesgos como preámbulo para encontrar oportunidades en los procesos, hacerlos más eficientes y generar impactos positivos que formen parte de la construcción de una estrategia de sostenibilidad.

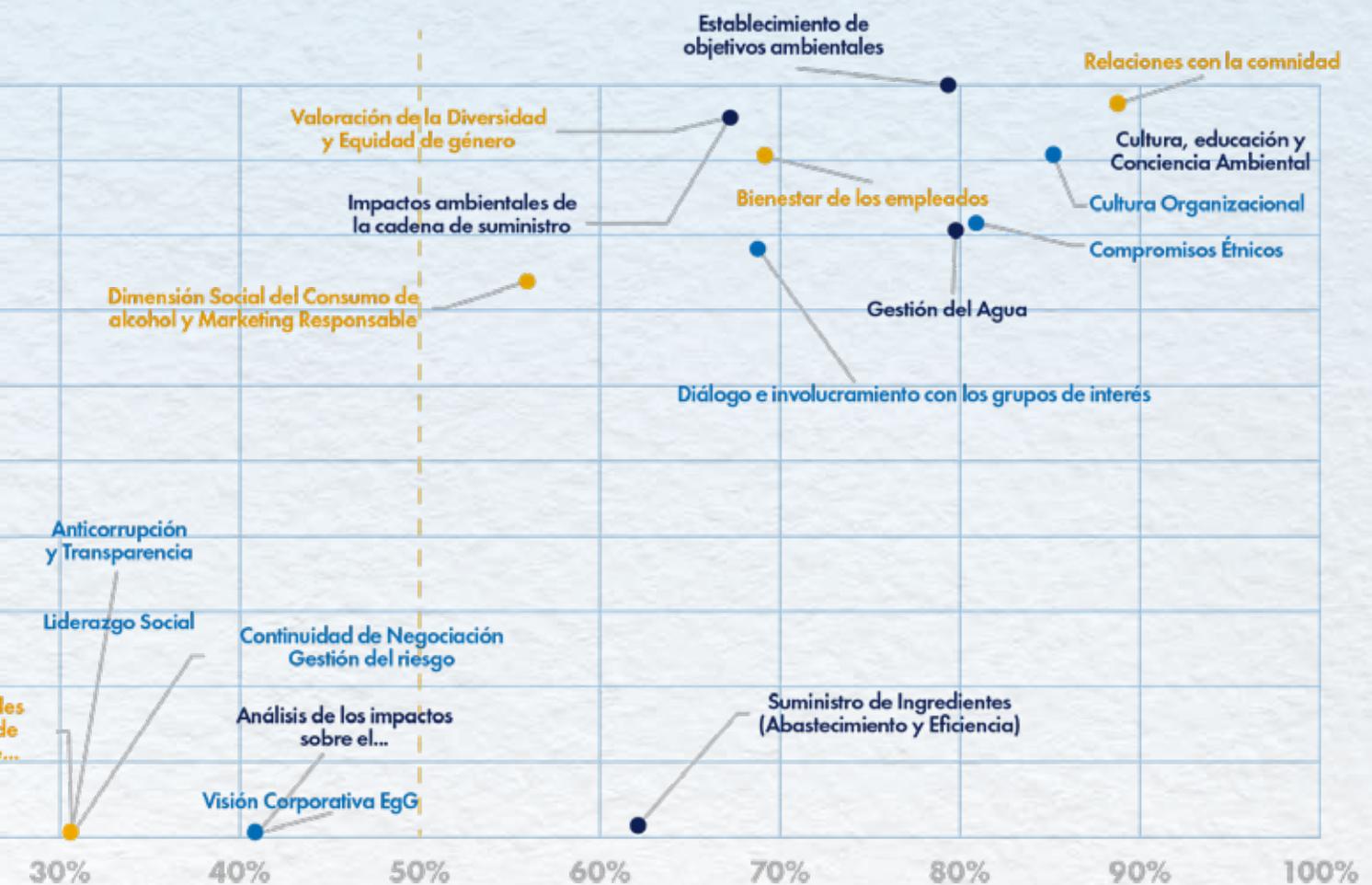
Estas fases se cumplieron a través de dos niveles de análisis, en el primero, con un enfoque principal en México en el que el análisis se realiza según el contexto regional y operacional, así como el entendimiento de la relación entre Constellation Brands y sus grupos de interés en términos ambientales, sociales y de gobierno corporativo. El segundo nivel de análisis se dio integrando los hallazgos binacionales del negocio al estar correlacionados con los procesos de logística,

Matriz de materialidad



transporte y distribución en Estados Unidos. Con ello se identifica el impacto para los grupos de interés en los asuntos relevantes identificados, y que marcan al modelo de negocio binacional de Constellation Brands.

Los temas materiales que se identificaron para Constellation Brands, división cerveza en México, se colocaron en una matriz de materialidad que permite conocer el impacto que tiene cada uno de acuerdo con sus grupos de interés.



Nivel de visibilidad de GI Internos





Constellation Brands

4 COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

El valor del desarrollo sostenible

4.1 Cultura ambiental

3-3.

Constellation Brands reconoce el valor de hacer, crear y colaborar a través de los talentos de cada una de las personas que conforman los equipos de trabajo y cuando se trata del compromiso que tiene la organización con el cuidado del medio ambiente, la cultura laboral de colaboración funciona como catalizador para todas las acciones en favor del medio ambiente.

Por ejemplo, durante el año 2021 se llevó a cabo la reforestación en Nava con la colaboración de 225 voluntarios para darle mantenimiento a los parques o áreas verdes cercanas a las instalaciones.

En el caso de la Cervecería en Obregón, en abril del año 2022 se realizó la actividad de restauración del parque de la colonia Las Villas, sección Las Espigas, con la participación de unos 70 voluntarios, entre colaboradores CB y el grupo ecológico del Cecytc campo 60, las actividades consistieron en limpieza, retiro de escombros, deshierbe, acondicionamiento de terrazas de árboles y plantas presentes, así como pintura a contenedores de residuos.

Durante el año 2022, la organización creó equipos llamados **"Green teams"** que iniciaron con 11 grupos, en los cuales se llevaron a cabo diferentes iniciativas que van desde la operación y producción de cerveza, hasta actividades que generan consciencia, diversión y participación en medidas para el cuidado del planeta.

En la primera ola de los **"Green teams"** participaron 89 colaboradores miembros, los cuales promueven actividades para el uso eficiente y sustentable de recursos como el agua y la energía, además de la reducción de residuos y emisiones. La finalidad es asumir la corresponsabilidad para cuidar del medio ambiente en el entorno más próximo, para contribuir a crear impactos que hagan la diferencia en el día a día de las operaciones, las personas, la comunidad y el planeta.

A inicios de 2023, los equipos presentaron su proyecto a los 4 tiburones en el evento llamado **"Green Tank"**, utilizando una dinámica similar al programa de televisión **"Shark Tank"**. La presentación incluyó información de progreso y siguientes pasos, a los cuales 5 tiburones (ejecutivos de la

En 2022 se crearon 11 equipos llamados **"Green teams"** para realizar diferentes iniciativas que van desde la operación y producción de cerveza, hasta actividades que generan consciencia, diversión y participación en medidas para el cuidado del planeta.



operación) aportaron retroalimentación y seleccionaron las 3 mejores propuestas. Aunque únicamente hubo 3 ganadores, todos los equipos recibieron apoyo y guía para continuar su desarrollo hasta su implementación.

Como parte de la cultura ambiental que se promueve en CB en la Cervecería de Nava, desde el pasado mes de febrero de 2022, se inició la producción de composta a base de lodos de la planta de tratamiento de aguas

residuales (biosólidos, lodos finos), restos de poda de áreas verdes y restos orgánicos como resultado de la preparación de alimentos en el comedor general. Al momento se tienen aproximadamente 12,000 toneladas de composta terminada, misma que se ha almacenado y ha sido utilizada en áreas verdes, vivero y huerto para la producción de alimentos, los cuales han sido donados al comedor general. Se aspira a tener la certificación "Zero Waste" para la cervecería en los próximos años.



 **ZERO**
waste

98.81%



98.97%



99.20%



99.41%



99.44%



99.51%





4.2 Agua

[2-27](#), [303-1](#), [303-2](#), [303-3](#), [303-4](#), [303-5](#).

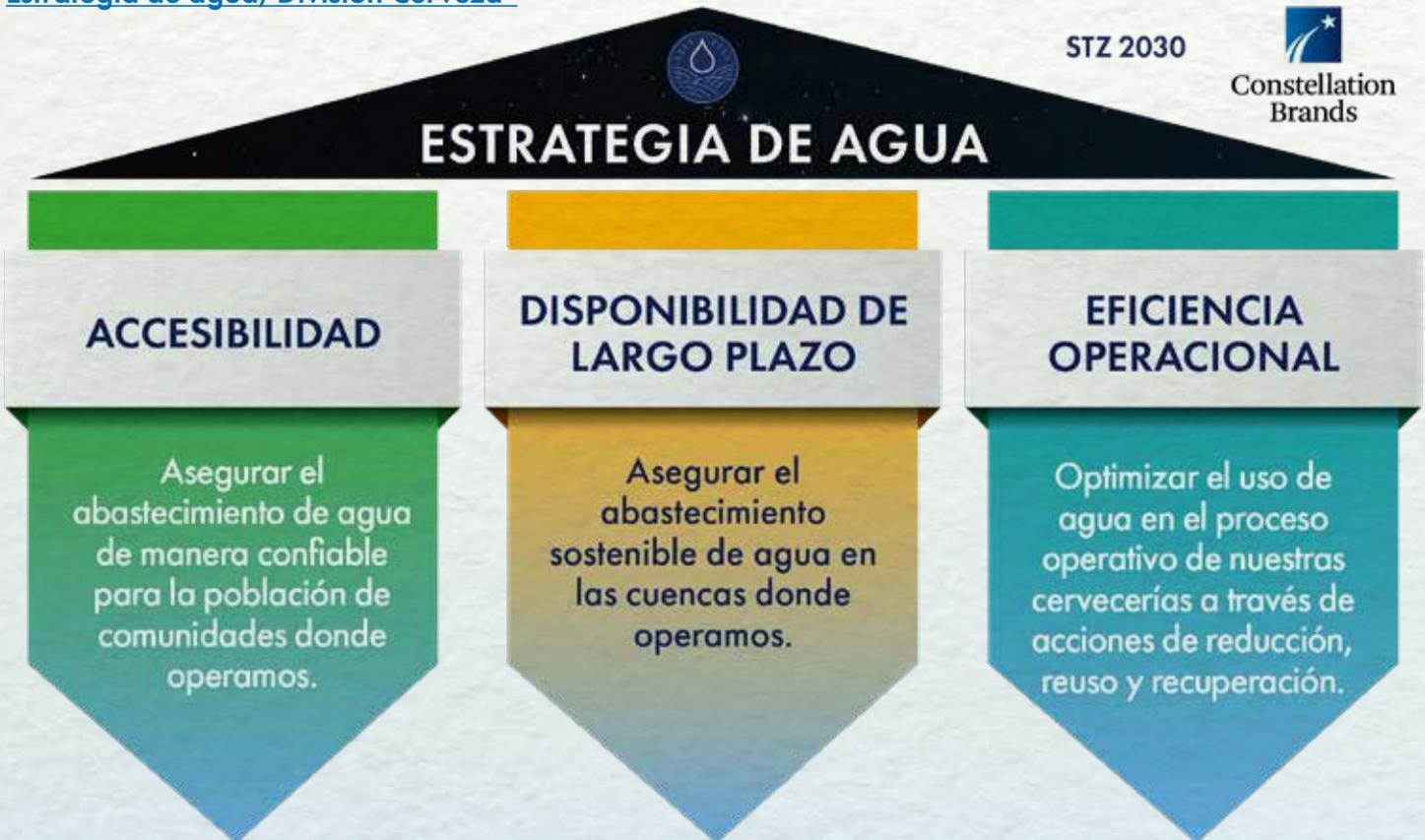
Constellation Brands es una organización que se interesa por impactar positivamente en las comunidades donde vive y opera. El agua es un recurso de vital importancia, por ello, CB tiene una estrategia hídrica enfocada en 3 pilares: mejorar la calidad de su operación, aumentar la accesibilidad a este recurso para los habitantes de las localidades en donde están sus cervecerías, y garantizar que sus procesos contemplen estrategias de desarrollo sostenible a largo plazo.

Hace menos de dos años, se llevó a cabo un análisis de vulnerabilidad hídrica del acuífero y análisis de estrategia de inversión social en agua tanto para Obregón como para Nava. De esta manera, la organización tiene conocimiento de los impactos futuros sobre la calidad y la disponibilidad del agua y está actualmente tomando medidas para reducirlos, entre ellas: medidas internas como reciclaje y reutilización del agua, rediseño de

procesos y desarrollo de proyectos en las cuencas donde opera para incrementar la oferta o disminuir la demanda de agua. Para la estrategia de agua de Constellation Brands se tuvieron en cuenta estos factores, así como las metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible relacionadas con el agua.

La compañía se encuentra en el proceso de fortalecer su estrategia corporativa de agua, considerando la estructura, aprendizajes y logros de la estrategia implementada en la División Cerveza. Para ello, sus equipos están trabajando en un concepto alineado, el cuál se pondrá a consideración de organizaciones externas expertas en agua, para contar con su apoyo mediante un asesoramiento especializado en torno a su funcionalidad direccional, objetivos y acciones acordes a la industria, y la situación particular en las comunidades donde opera.

Estrategia de agua, División Cerveza



Programas

Accesibilidad

Tiene el propósito de contribuir a mantener el abastecimiento confiable mediante adecuada distribución y accesibilidad del agua para las comunidades en donde se localiza y opera la compañía. Se han realizado algunos proyectos que han impactado de manera positiva la accesibilidad de este recurso natural en las comunidades más cercanas a las cervecerías. Como en todos sus pilares, se enfoca en continuar identificando necesidades en las que puedan ayudar a garantizar el acceso al recurso.

ACCESO URBANO EN LA CABECERA MUNICIPAL DE ZARAGOZA, COAHUILA

Se llevó a cabo este programa para eliminar fugas e instalar infraestructura para incrementar el acceso de agua en la población. A través de dos iniciativas:

1. **Rehabilitación** de la red de distribución y conexión a tomas domiciliarias (e instalación de medidores). Inversión: \$100 millones MXN (50% CB).
2. **Conexión** a la red de agua de 2 pozos nuevos para incrementar oferta de agua. Inversión: \$10 millones MXN (50% CB).

ACCESO RURAL EN LA COMUNIDAD DE EL REMOLINO, COAHUILA

Se desarrolló infraestructura de abastecimiento para la comunidad de El Remolino. Mediante la rehabilitación de la estructura para mejora de extracción de agua de pozos y su conexión a la red de distribución del municipio de Zaragoza. Se realizó una inversión de \$2.8 millones MXN (100% CB) y se beneficiaron 50 habitantes del ejido.



MEJORAMIENTO DE POZOS COMUNITARIOS, VERACRUZ

La compañía está trabajando en las comunidades de Santa Fe y Vargas (cercanas al sitio de la nueva cervecería en Veracruz) a través de obras de mantenimiento y mejoramiento de pozos de agua (bombas y líneas de conducción). Así como el fortalecimiento de su autogestión por medio de comités locales para administrar y mantener las obras a través de una gobernanza comunitaria. Estos proyectos finalizarán en septiembre de 2023 y se estima un resultado de 5,000 habitantes beneficiados en ambas comunidades..

Disponibilidad de largo plazo

Consiste en aportar a la conservación sostenible de las fuentes de agua de sus localidades. Esto se logra a través de explorar y ejecutar iniciativas que mejoren la seguridad hídrica local a través de la reducción en el consumo de agua o el incremento en la disponibilidad en las cuencas donde opera Constellation Brands en México.

FÁBRICA DE AGUA EN SERRANÍA DEL BURRO

- Se pusieron en operación 2 viveros comunitarios empleando habitantes locales que han generado 210,154 plantas para reforestación.
- Se realizaron obras de suelo en 34 hectáreas y reforestación en 25 hectáreas para promover la infiltración al acuífero.
- El plan es finalizar en 2025 con 600 hectáreas de obras de suelo y reforestación planeadas.
- Se ha trabajado en colaboración con aliados de diversos sectores en Coahuila y Nuevo León, así como con instituciones Federales.
- Mediante la inversión de CB para el proyecto, se han apalancado recursos de Fondos Concurrentes de CONAFOR para la conservación de 3,000 hectáreas, adyacente a la Serranía, en el municipio de Múzquiz.

SEGURIDAD HÍDRICA DEL RÍO YAQUI

La agricultura es el mayor usuario de agua a nivel mundial y en la cuenca del Río Yaqui y Mátape no es la excepción, por lo que es donde existen las mayores oportunidades de generar eficiencias para rescatar altos volúmenes de agua, apoyando a disminuir su demanda, además de incrementar la seguridad de producción de los cultivos existentes que la requieren.

Estas mejoras, que contribuyeron significativamente a alcanzar el objetivo inicial de restauración de la extracción de agua, han aumentado la eficiencia del sistema de riego del 88% al 92%, reduciendo la cantidad de agua perdida. Además, se modernizaron 11 pozos de bombeo, lo que contribuyó a reducir la demanda de agua y aumentar la producción de cultivos.

CB contribuirá a rescatar parte de este volumen a través de la construcción en 2023 de 5 cárcamos de rebombeo para el reúso del agua de la red de drenaje del Distrito de Riego del Río Yaqui. La organización continúa trabajando de manera colectiva y con alianzas estratégicas para contribuir de manera relevante a la seguridad hídrica del Río Yaqui.

Eficiencia operacional

Consiste en ser un pilar dentro del proceso de mejora continua, que se gesta en todas las áreas operacionales, principalmente en temas como el uso de agua. Los colaboradores de las cervecerías, especialmente en las áreas de producción y tratamiento de agua, están conscientes de la importancia del uso adecuado de este importante recurso en cada una de las etapas del proceso. Es a través de este proceso de mejora continua que se generan las eficiencias operacionales y las mejores prácticas para mantener altos estándares dentro de la industria.

Datos históricos del porcentaje uso de agua

Como se puede apreciar en la siguiente tabla, en la cervecería de Obregón el porcentaje de agua para proceso disminuyó en 5 puntos y el agua reutilizada se incrementó en un 3%. Por su parte, en Nava, el porcentaje de agua reutilizada se incrementó en dos puntos porcentuales del FY22 al FY23. En CB la búsqueda por ser agua positivos es una tarea cotidiana que gota a gota se está dando.

Cervecería Obregón

	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20
Agua para proceso (m ³) y otros usos	62.71%	67.04%	65.58%	62%
Agua reutilizada (m ³)	9.02%	6.38%	12.39%	16.62%
Agua para riego (m ³)	0.69%	0	0	0
Agua para descarga (m ³)	27.55%	26.56%	22.02%	20.92%

* Los años fiscales 2020 al 2022 no se utilizó agua para riego.

Cervecería Nava

	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20
Agua para proceso (m ³) y otros usos	51.23%	50.84%	51.28%	51.63%
Agua reutilizada (m ³)	26.58%	24.54%	26.68%	26.06%
Agua para riego (m ³)	0.70%	0.67%	0.78%	0.79%
Agua para descarga (m ³)	21.47%	23.92%	21.24%	21.50%

- Desde 2013 han invertido alrededor de 14.4 millones de dólares en tecnologías que ayuden a hacer más eficiente el uso y reúso del agua, así como el tratamiento de las aguas residuales.
- El 100% del agua residual generada en la producción de cerveza, es tratada en las Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales con sistemas biológicos aeróbicos y anaeróbicos de alta tecnología en ambas cervecerías.
- El 34.5% del agua consumida es tratada y reutilizada en algunos de los procesos dentro de sus instalaciones.
- El 28% del consumo total del agua en las plantas productivas es reusada en los servicios de enfriamiento y riego de áreas verdes, esto es logrado gracias a procesos terciarios de tratamiento.

4.3 Biodiversidad

[2-27](#), [304-1](#), [304-2](#), [304-3](#), [304-4](#).

Para Constellation Brands es sumamente importante cumplir con todas las leyes y regulaciones nacionales e internacionales para la protección del medio ambiente y la biodiversidad.

Todas sus cervecerías en México cuentan con la Manifestación de Impacto Ambiental (MIA), la cual contiene permisos basados en estudios técnicos que se analizan y describen las condiciones ambientales previas a la realización de los proyectos, de acuerdo a las regulaciones mexicanas.

La MIA tiene la finalidad de evaluar los impactos potenciales que la construcción y operación de dichas obras, o la realización de las actividades que pudieran repercutir en el ambiente (flora y fauna endémica), y los cuales definen y proponen las medidas necesarias para prevenir, mitigar y/o compensar los impactos ambientales generados por el proyecto.

Constellation Brands siempre ha cumplido con las regulaciones para llevar a cabo las instrucciones de las autoridades en materia de impacto ambiental relativas a las operaciones de sus cervecerías.

Las operaciones de Constellation Brands no se encuentran en áreas naturales protegidas. Sin embargo, como parte de los estándares de sus operaciones está el proteger y reubicar cualquier especie sin importar que esté o no en peligro de extinción (no se ha tenido que llevar a cabo esta acción hasta la fecha en los lugares donde opera).

4.4 Energía

[2-27](#), [3-3](#), [302-1](#), [302-2](#), [302-3](#), [302-4](#), [302-5](#).

La organización reconoce la necesidad de mejorar sistemáticamente su gestión de la energía a través de mejores prácticas e identificación de oportunidades de mejora. En el FY'24 se publicará una política de gestión de energía que permitirá mejorar el desempeño energético y perfil de emisiones de gases de efecto invernadero.

El plan es que en el FY'25 finalicen la estructuración de su estrategia de gestión energética que incluirá programas de mejores prácticas e identificación de líneas de inversión para reducir consumos energéticos y emisiones de GEI. En la construcción de la estrategia participan las áreas de Operaciones, principalmente servicios de manufactura y servicios auxiliares corporativo y de las 2 cervecerías, también está involucrado el equipo de sustentabilidad perteneciente a EHS (*Environmental, Health and Safety*).



Datos históricos de energía eléctrica

Cervecería Obregón

Tipo de energía	FY'22	FY'21	FY'20
Energía comprada (CFE) (KWH)	70,453,083	20,035,755	20,804,297
Energía comprada renovable (KWH)	7,687,386	11,575,352	10,971,330
Energía generada (KWH)	–	–	–

Cervecería Nava

Tipo de energía	FY'22	FY'21	FY'20
Energía comprada (CFE) (KWH)	33,872,264	22,625,634	16,752,924
Energía comprada renovable (KWH)	_*	_*	_*
Energía generada (KWH)	186,063,940	195,994,750	184,255,530

* Nota: En el 2017 CBI adquirió la cervecería de Obregón, en ese momento, ya contaba con el contrato del sistema de generación de energía eólica. Por razones operativas y de expansión, el contrato de energías renovables fue cancelado por lo que se está trabajando en conjunto con las autoridades en materia energética en México para explorar la existencia de opciones de energía renovable para las cervecerías.



Datos históricos de consumo de otros combustibles

Cervecería Obregón

Tipo de combustible	FY'22	FY'21	FY'20
Gas natural (MJ)	–	–	–
Gas LP móvil (Lt)	539,010	429,205	435,399
Gas LP servicios (lt)	14,583		
Gasolina (Lt)	8,991	5,029	8,795
Diesel estacionario (Lt)	8,413,384		
Diesel HD (Lt)	5,714	43,724	40,753
Diesel tráfico (Lt)	56,167		
Combustóleo (m³)	7,484	6,432	6,903
Biogas generado	2,547,350	1,277,776.42	1,223,461
Biogas consumido	1,927,815	1,151,591	1,251,170

* Una iniciativa para reducir las emisiones en el año fiscal 2023 fue migrar hacia un combustible más limpio y se inició el uso de gas natural.

Cervecería Nava

Tipo de combustible	FY'22	FY'21	FY'20
Gas natural (MJ)	4,373,391,263	4,552,261,898	4,306,235,314
Gas LP móvil (Lt)	671	70,358	27,554
Gas LP servicios (lt)	53,433		
Gasolina (Lt)	89,466	79,503	85,429
Diesel estacionario (Lt)	3,304		
Diesel HD (Lt)	95,971	708,972	657,620
Diesel tráfico (Lt)	610,255		
Combustóleo (m³)	655	432	78
Biogas generado	7,667,784	9,498,241	7,661,778
Biogas consumido	7,593,366	9,332,176	7,135,808

* Desde el año fiscal 2023 se dejó de utilizar combustóleo.



4.5 Emisiones

[2-27](#), [305-1](#), [305-2](#), [305-3](#), [305-4](#), [305-5](#), [305-6](#), [305-7](#).

Constellation Brands está trabajando como equipo interdisciplinario, conformado de diversas áreas operativas para diseñar la estrategia de energía y reducción de emisiones que consta de una serie de mejores prácticas, así como otras inversiones que permitirán disminuir el consumo energético y las emisiones GEI. El plan es que la estrategia esté finalizada en el FY'25.

Actualmente, las operaciones dan cumplimiento con lo requerido en la Ley General de Cambio Climático y su Reglamento. La organización ajusta sus estrategias según las recomendaciones derivadas de la Verificación del Reporte de Emisiones de Compuestos y Gases de Efecto Invernadero, por el organismo de certificación Asociación Nacional de la Industria Química, A.C.



CB trabaja como equipo interdisciplinario con diversas áreas operativas para diseñar estrategias de energía y reducción de emisiones.

También, tienen un programa de Verificación del Reporte de Emisiones de Compuestos y Gases de Efecto Invernadero con el objetivo de Dictaminar las estimaciones de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero que fueron presentadas en la Cédula de Operación Anual, de acuerdo con el Dictamen de Verificación Positivo.

Cervecería Obregón

El total de emisiones directas (Alcance 1) de GEI es de 56,865.08 ton CO₂e en el año calendario 2022. Los gases que se incluyen en el cálculo son: CO₂, CH₄, N₂O, HFCs, SF₆ (dióxido de carbono, metano, dióxidos de nitrógeno, hidrofluorocarbonos, hexafluoruro de azufre).

Las principales fuentes de emisiones directas son: Generación de energía térmica, consumo de combustibles, emisiones fugitivas en sistemas de refrigeración/aire acondicionado/supresores de incendio, trabajos de corte y soldadura, producción y captura de CO₂ del proceso, uso de extintores de CO₂, consumo de grasas y aceites lubricantes, emisiones fugitivas en equipo eléctrico aislado-SF₆ y generación de biogás en planta de tratamiento de aguas residuales.

De igual manera, Constellation Brands supervisa la cantidad total de emisiones indirectas de GEI (Alcance 2) de gases de efecto invernadero procedentes de la adquisición de energía y el total generado es de 38,318.842 ton CO₂e en el año calendario¹ 2022. El cálculo incluye los gases: CO₂, como CO₂ equivalente, CH₄ y HFCs. Las principales fuentes de emisiones indirectas de GEI (Alcance 2) son: generación de energía comprada o adquirida en forma de electricidad.

La organización también mide y controla las emisiones de NO_x (Óxido de Nitrógeno), SO_x (Óxido de Azufre) y otras emisiones atmosféricas significativas cuya cantidad se enlista a continuación:

- NO_x: 158.23 ton en el año calendario 2022.
- SO_x: 10.49 ton en el año calendario 2022.
- Materia particulada (PM): 4.0831ton en el año calendario 2022.

¹ Los reportes a las autoridades ambientales en México se realizan por año calendario, por ello, en donde se aclara "año calendario", los datos se refieren del 01 de enero al 31 de diciembre de 2022.

Datos históricos de emisiones dentro de la organización

Cervecería Obregón

Tipo de emisión	FY'22	FY'21	FY'20
Emisiones de CO2 totales (ton)	35,669.77	88,407.32	89,780.34
Emisiones de CO2 alcance 1 (directas) (ton)	24,325.42	55,205.21	50,836.87
Emisiones de CO2 alcance 1 (directas fuentes fijas) (ton)	23,576.95	54,080.51	49,632.66
Emisiones de CO2 alcance 1 (directas fuente móvil) (ton)	748.48	1,124.70	1,204.21
Emisiones de CO2 alcance 2 (indirectas) (ton)	11,344.32	33,202.11	38,943.47

*Nota: se utilizan los factores de emisión 2022 para el cálculo de emisiones de enero y febrero 2023, ya que estos aún no son emitidos por las autoridades ambientales mexicanas.



Cervecería Nava

El total de emisiones directas (Alcance 1) de GEI es de 308,297.51 ton CO2e en el año calendario 2022. Los gases que se incluyen en el cálculo son: CO2, CH4, N2O, HFCs.

Las principales fuentes de emisiones directas son: Generación de energía térmica, consumo de combustibles, emisiones fugitivas en sistemas de refrigeración/aire acondicionado, trabajos de corte y soldadura, producción y captura de CO2 del proceso de fermentación, uso de extintores de CO2, consumo de grasas y aceites lubricantes.

De igual manera, Constellation Brands supervisa la cantidad total de emisiones indirectas de GEI (Alcance 2) de gases de efecto invernadero procedentes de la adquisición de energía y el total generado es de 11,579.22 Ton CO2e en el año calendario 2022. El cálculo incluye KWs anuales multiplicado por el factor eléctrico de emisión, considerando únicamente CO2e. Las principales fuentes de emisiones indirectas de GEI (Alcance 2) son: generación de energía comprada o adquirida en forma de electricidad.

La organización también mide y controla las emisiones de NOx, SOx y otras emisiones atmosféricas significativas cuya cantidad se enlista a continuación:

- NOx: 197.05087 ton en el año calendario 2022.
- SOx: 0 Ton en el año calendario 2022.
- Materia particulada (PM): 10.85869 ton en el año calendario 2022.



Datos históricos de emisiones dentro de la organización

Cervecería Nava

Tipo de emisión	FY'22	FY'21	FY'20
Emisiones de CO2 totales (ton)	318,630.50	323,438.83	305,506.29
Emisiones de CO2 alcance 1 (directas) (ton)	44,017.01	42,838.54	43,806.14
Emisiones de CO2 alcance 1 (directas fuentes fijas) (ton)	255,555.68	267,394.25	251,195.73
Emisiones de CO2 alcance 1 (directas fuente móvil) (ton)	2,408.94	2,452.26	2,212.66
Emisiones de CO2 alcance 2 (indirectas) (ton)	16,648.93	10,753.78	8,291.75



4.6 Materiales

[2-27,301-1](#), [301-2](#), [301-3](#).

En Constellation Brands se fomenta el compromiso corresponsable de los proveedores a través del SRM (Supplier Relationship Manager) en temas de cumplimiento legal, calidad y precio. En los temas ambientales, actualmente la organización se encuentra en un periodo de análisis para la reincorporación de factores ambientales de impacto que sea utilizado para la identificación de riesgos y la toma de decisiones en materia de compra-venta.

En su esfuerzo por hacer valer cada una de sus acciones, en los materiales de empaque, CB ha reemplazado los clásicos anillos de plástico por unos de cartón reciclable para todos los paquetes de 4 y 6 piezas en toda su cartera de cervezas. Además busca adquirir una buena parte sus materiales de fuentes recicladas, como por ejemplo del cartón de sus empaque donde han mantenido un porcentaje de material reciclado mayor al 97% desde el FY'20.

Tabla de uso de cartón como material

Material	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20
Reciclado	1,497,337	1,442,767	1,298,734	1,172,388
No reciclado	21,466	33,410	12,433	6,697
Total	–	1,476,177	1,311,167	1,179,085



4.7 Gestión de residuos

[2-27](#), [3-3](#), [306-1](#), [306-2](#), [306-3](#).

La organización tiene una estrategia o política para el tratamiento y la reducción de los residuos producidos cuyas iniciativas principales son:

- Reciclaje
- Reutilización de materiales
- Donación de material electrónico
- Campaña de sensibilización de los empleados
- Reducir/Optimizar el consumo

En el diseño y la estrategia se contó con la participación de personal del departamento de Medio Ambiente, Sistemas de Gestión y Sustentabilidad, desde hace más de 60 años. A lo largo del tiempo, se han mejorado y fortalecido.

En ambas cervecerías, cuentan con instructivos y procedimientos para el manejo de residuos no peligrosos y peligrosos, desde su generación hasta su disposición final. A nivel federal los documentos están fundamentados con base en la Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos y su reglamento. De igual manera se apegan a la regulación estatal.

Datos históricos sobre residuos generados, destinados a eliminación

Cervecería Obregón

Tipo de residuo	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20
Total residuos peligrosos (ton)	77,794.40	83,134.50	62,730.72	52,610
Total residuos no peligrosos/ manejo especial (ton)	136,005.33	110,170.17	55,363.27	56,942.87
Porcentaje de residuos reciclados	99.11%	99.82%	99.73%	99.66%



Cervecería Nava

Tipo de residuo	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20
Total residuos peligrosos (ton)	247.287	330.005	248.05339	201.7586
Total residuos no peligrosos/ manejo especial (ton)	441,573.32	390,583.34	366,539.73	342,262.41
Porcentaje de residuos reciclados	99.62%	99.44%	99.41%	99.20%

Además, como parte de la estrategia para utilizar materiales reciclados, se han desarrollado sinergias con proveedores y aliados de negocio buscando optimizar los procesos. Por ejemplo, todo el cartón corrugado utilizado en el embalaje es 100% reciclado, y el bagazo residual de la producción de cerveza, se utiliza como alimento para ganado en comunidades circundantes.

Con iniciativas como estas, se ha podido disminuir los residuos enviados a rellenos sanitarios. En este sentido, han logrado la reducción de 4,109.08 ton de residuos desde el 2018 al cierre del pasado FY'22.





Constellation Brands

5 COMPROMISO SOCIAL

Constellation Brands

El valor de otorgar oportunidades para que las personas tengan un mejor futuro

5.1 Relación con la comunidad

[3-3](#), [413-1](#), [413-2](#).

CB se ha dedicado a fortalecer su vínculo con las comunidades, a través de distintas iniciativas durante los últimos años, abordando temas que han sido punto focal en los diversos estudios de impacto comunitario en sus diferentes localidades. Entre ellos: la educación, salud, cuidado del medio ambiente, deporte, consumo responsable y apoyo en desastres naturales en las comunidades en las que la compañía opera y forma parte, atendiendo las necesidades de su gente y sus vecinos.

A partir de 2022 cuenta con un comité de RS (Responsabilidad Social) en cada localidad (Nava, Obregón y CDMX), quienes con su visión y sensibilidad hacia las necesidades locales, se encargan de revisar, evaluar y validar las propuestas de proyectos, y a su vez coordinar las iniciativas de vinculación comunitaria junto con los colaboradores de cada una de sus sedes.



Constellation Brands realiza aportaciones a asociaciones sociales, que representan intereses y causas sociales afines a los de la empresa, con el objetivo de contribuir con las comunidades aledañas en donde se llevan a cabo las labores de la compañía.

5.2 Programas sociales

[3-3](#), [413-1](#), [413-2](#).

Han pasado 10 años desde que Constellation Brands llegó a México. Desde entonces, se han esforzado por ser cerveceros líderes en la industria por su innovación, generando ideas audaces para dar forma a un futuro que vale la pena alcanzar. El éxito que han alcanzado es resultado de la cercanía, contacto y diálogo que tienen con todas las personas, grupos, organizaciones, comunidades y entorno con los que se relacionan todos los días.

La Operación de la División Cerveza de Constellation Brands cuenta con 3 programas sociales, los cuales han logrado impactar de manera positiva a 67 instituciones sociales y más de 536,000 personas en sus cuatro localidades. En conjunto con la participación de los colaboradores de la organización, quienes han profesado una cultura solidaria, alineados a los valores de CB y también como miembros de las comunidades en donde operan y viven, se han desarrollado con éxito y muy buenos resultados cada una de las siguientes iniciativas:



Es un programa de Constellation Brands mediante el cual se llevan a cabo acciones que contribuyen a mejorar las oportunidades educativas, alineadas al sistema nacional de educación, desde una perspectiva de inclusión y equidad con especial enfoque en grupos vulnerables para la construcción de comunidades con mejor calidad de vida y bienestar.

Desde 2019, CB ha invertido alrededor de \$64,794,000 de pesos en infraestructura y proyectos educativos para que niños, niñas y jóvenes de comunidades donde anteriormente era muy difícil acceder a educación, ahora puedan centrarse en concluir sus estudios, beneficiando a más de 13,400 personas de manera directa. A través de los siguientes componentes:

- **Becas Constellation Brands**, para personas que desean realizar o continuar sus estudios de nivel bachillerato o profesional y que estén atravesando por condiciones de especial dificultad para hacerlo. Su principal enfoque es impulsar asignaturas STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas, por sus siglas en inglés) afines y necesarias a las necesidades del sector y el mercado laboral presente y del futuro. La beca es anual y se entregan 1,500 becas en total por año: 500 en Sonora, 500 en Coahuila y 500 en Veracruz.
- **Constellation Brands Contigo** consiste en talleres para estudiantes de niveles media superior y superior, así como para tutores de familia, maestros y directivos de educación básica, busca brindarles mejores herramientas para cumplir sus responsabilidades en la escuela y en casa, a partir del autoconocimiento.
- **Semillero de Talento** Constellation Brands, inició durante 2022, con el objetivo de impulsar las posibilidades de empleo de los propios becarios Constellation Brands, en primera instancia, a partir del fortalecimiento de sus competencias socio emocionales, relacionales y técnicas.
 - **Cursos de formación** complementaria para la inserción en el mercado laboral.
 - **Proyectos de formación** práctica en equipos de proyectos de innovación de resolución de retos reales. En el ciclo del 2022 al 2023 se contó con la participación de 85 alumnos en este programa.
- **Mejoramientos escolares**, es una iniciativa dirigida a escuelas públicas, donde se llevan a cabo diferentes actividades que contribuyan a contar con espacios dignos, seguros y funcionales, además de proporcionar herramientas que ofrezcan mejores y mayores oportunidades educativas a sus estudiantes.
- **Vístete para Triunfar (Dress for Success)** nace de una alianza con una asociación civil, con el objetivo de favorecer el empoderamiento laboral de mujeres en situación vulnerable, ya sea a través de su inclusión laboral en las empresas o el autoempleo. Este año se logró impactar a 845 mujeres que fueron beneficiadas por los diferentes talleres y capacitaciones.

Número de beneficiarios directos por año

Programa	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20	Total acumulado
Becas	1,500	1,653	2,002	700	5,855
Constellation Brands Contigo	642	287	N/A	N/A	929
Semillero de Talento	71	14	N/A	N/A	85
Mejoramientos Escolares	1,679	2,274	N/A	1,020	4,973
Dress for Success	845	N/A	N/A	758	1,603
Total	4,737	4,228	2,002	2,478	13,445

Algunas de las instituciones aliadas a Constellation Brands para el programa de becas son:

COAHUILA:

- Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos y Educación Media Superior a Distancia del Estado de Coahuila (CECYTEC-EMSAD Coahuila)
- Instituto Tecnológico de Piedras Negras (ITPN)
- Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC)
- Universidad Laboral de México (UNILAM)
- Universidad Politécnica de Piedras Negras (UPPN)
- Universidad Tecnológica del Norte de Coahuila (UTNC)
- Universidad Tecnológica de la Región Carbonífera (UTRC)
- Universidad Tecnológica de Torreón (UTT).

SONORA:

- Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos y Educación Media Superior a Distancia del Estado de Sonora (CECYTEC-EMSAD Sonora)
- Instituto Tecnológico Superior de Cajeme (ITESCA)
- Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON)
- Instituto Tecnológico del Valle del Yaqui (ITVY)
- Universidad La Salle Noroeste, A.C. (ULSA)
- Universidad de Sonora (UNISON)
- Universidad Tecnológica del Sur de Sonora (UTS).

VERACRUZ:

- Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos del Estado de Veracruz (CECYTEV)
- Colegio de Educación Profesional Técnica del Estado de Veracruz (Conalep Ver)
- Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Veracruz (ITV)
- Universidad Tecnológica del Centro de Veracruz (UTCV)
- Universidad Tecnológica del Sureste de Veracruz (UTSV)
- Universidad Tecnológica de Gutiérrez Zamora
- Universidad Tecnológica de Gutiérrez Zamora (UTGZ)
- Universidad Veracruzana.





El Valor de Educar

Localidad	No. Instituciones	Beneficiarios directos	Beneficiarios indirectos (aprox.) *
Coahuila	12	1,671	6,684
CDMX	2	881	3,524
Sonora	13	1,282	5,128
Veracruz	9	903	3,612
Total	36	4,737	18,948

* Datos proporcionados por las propias Organizaciones sociales.



EL VALOR DE CUIDAR

Es un programa de Constellation Brands mediante el cual se llevan a cabo acciones que contribuyen a la salud en las personas, a través del deporte y actividades que prioricen el sano esparcimiento. Así como la nutrición con alimentos adecuados para la población, y la concientización para prevención del cáncer, desde una perspectiva de inclusión y equidad con especial enfoque en grupos vulnerables para la construcción de comunidades con mejor calidad de vida y bienestar.

- **Nutrición:** se realizaron donativos que beneficiaron a 4 organizaciones sociales, además de contar con una alianza con la Red de Bancos de Alimentos de México. Estas iniciativas lograron impactar positivamente a más de 8,400 beneficiarios.

- **Cáncer:** se llevaron a cabo donativos que beneficiaron a 7 instituciones que atienden a personas en la prevención y atención del cáncer de mama, cáncer infantil, cáncer de próstata, además del apoyo económico y emocional para sus familias. Con estas iniciativas se logró impactar positivamente a más de 2,000 beneficiados.
- **Otras iniciativas** vinculadas a la salud: a partir de algunas donaciones realizadas a 10 asociaciones civiles, se pudieron realizar algunos proyectos vinculados a proveer ayudas técnicas y dispositivos de movilidad para personas con discapacidad con el objetivo de favorecer su inclusión, vida independiente y calidad de vida digna. Además de algunas iniciativas medioambientales con el propósito de impactar a la calidad de vida de las personas a través del cuidado del medio ambiente, apoyo a Instituciones de personas con discapacidad y centros comunitarios. Con todas estas iniciativas se logró impactar de manera positiva a más de 459,511 personas.

Número de beneficiarios directos por año

Programa	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20
Cáncer	2,090	2,025	2,005	963
Nutrición	8,405	N/A	N/A	N/A
Otros	449,016	91,979	520,064	67,500
Total	459,511	94,004	522,069	68,463

El Valor de Cuidar

Localidad	No. Instituciones	Beneficiarios directos	Beneficiarios indirectos (aprox.) *
Coahuila	1	90	360
CDMX	5	17,655	34,620
Sonora	13	441,516	447,762
Veracruz	2	250	1,000
Total	21	459,511	483,742

* Datos proporcionados por las propias Organizaciones sociales.



EL VALOR DE AYUDAR

Es un programa de Constellation Brands mediante el cual se llevan a cabo acciones que contribuyen a mejorar las oportunidades de desarrollo a través del fomento de una cultura de ayuda, generosidad y solidaridad, desde una perspectiva de inclusión y equidad con especial enfoque en grupos vulnerables para la construcción de comunidades con mejor calidad de vida y bienestar a través de campañas y el programa de voluntariado.

Constellation Brands ha colaborado con las comunidades para tener un mejor presente y futuro en los lugares en donde laboran y habitan. Año con año han reforzado su compromiso con la comunidad y lo han a través de 5 iniciativas:

- **Vístete para triunfar (*Dress for Success*):** es una campaña anual que se realiza en alianza con la asociación civil Vístete para Triunfar, AC a favor del empoderamiento laboral para mujeres en situación vulnerable. Este año se logró recolectar más de 1,200 piezas de ropa a través de la ropa donada por los colaboradores y sus familias. Con esta iniciativa se logró beneficiar a más de 800 personas.



- **Match Day:** es una campaña anual en donde se recaudan fondos para una causa específica en cada una de sus localidades. La campaña consiste en donaciones, por cada peso donado por un colaborador, Constellation Brands dona un peso más. Este año se recaudaron más de \$525,000 pesos por parte de los colaboradores, pudiendo entregar más de \$1 millón de pesos que fueron destinados para apoyar a 3 diferentes Instituciones ubicadas en Coahuila, Sonora y CDMX.
- **Compartiendo con la comunidad (*Nourishing Neighbors*):** de manera anual, realizan esta campaña con la que se recaudan kilos de comida no perecedera para apoyar a organizaciones sin fines de lucro; por cada kilo donado por un colaborador, Constellation Brands dona el equivalente en efectivo. Este año se recaudaron 1,800kg en las 4 localidades a nivel nacional en alianza con la Red de Bancos de Alimentos de México.
- **Un día para Dar (*Giving Tuesday*):** este año, Constellation Brands se unió al movimiento global "Un día para Dar", en el que se impulsa el poder de la generosidad hacia los que más lo necesitan y así compartir los valores que profesa la compañía. Esta campaña se lleva a cabo en 75 países. En las fechas decembrinas, además de festejar se promovió entre los colaboradores sumarse a este movimiento donando un juguete para que niños y niñas en situación vulnerable pudieran recibir un regalo. Al final de la campaña se recaudaron más de 650 juguetes donados por los colaboradores y sus familias para regalar en diciembre a 8 asociaciones ubicadas en Obregón, Nava, Piedras Negras y Cd. de México.
- **Ayuda Humanitaria:** La organización ha sido partícipe en las actividades de asistencia inmediata ante las emergencias que ponen en riesgo a las comunidades en los estados en los que opera, principalmente causados por desastres naturales, como fue el caso de las inundaciones en Guaymas y Palme en Sonora. Para lo cual se enviaron más de 1,740 paquetes con 24 botellas de 355 ml cada una, equivalente a más de 14,850 litros de agua embotellada destinadas a apoyar a los damnificados de ambas comunidades.
- **Voluntarios CB:** Voluntarios CB es el vehículo para llevar a cabo, con la participación activa de los colaboradores, las iniciativas y actividades de voluntariado, cuya gestión e implementación está a cargo de los Comités de Responsabilidad Social.

Con el programa de voluntariado, la organización pone en marcha acciones enfocadas a seguir apoyando y atendiendo las causas y necesidades de las comunidades. Para alcanzar los objetivos establecidos para fortalecer el vínculo con la comunidad, atendiendo un elemento fundamental de la estrategia de Responsabilidad Social.

Los voluntariados considerarán las siguientes formas de colaboración:

1. **Dedicación de tiempo** y/o realización de actividades (tanto presenciales como a distancia).
2. **Donación/entrega** de recursos, productos o artículos.
3. **Campañas:** Colaboración a través de la recaudación de fondos, alimentos, juguetes, vestimentas, entre otros bienes materiales para apoyar a una OSC (Organización de la Sociedad Civil) o donarlo a quienes lo necesiten.
4. **Eventos:** Actividades grupales desarrolladas generalmente en un día en donde un grupo de voluntarios lleva a cabo acciones puntuales a favor de la comunidad, como restaurar una escuela o un hospital, limpiar espacios públicos, colaborar en la construcción de viviendas para personas en situación de vulnerabilidad social, entre otras.





Horas de voluntariado realizadas por los colaboradores

FY'23	1,515
FY'22	3,426
FY'21	No hubo voluntarios por pandemia de COVID-19
FY'20	1,280

Localidad	Voluntarios	Horas voluntariado
Coahuila	33	116
CDMX	107	787
Sonora	30	108
Veracruz	63	504
Total	233	1,515

El Valor de Ayudar

Localidad	No. Instituciones	Beneficiarios directos	Beneficiarios indirectos (aprox.) *
Coahuila	2	18,299	73,194
CDMX	2	17,800	71,198
Sonora	3	18,209	72,834
Veracruz	-	17,639	70,554
Total	7	71,946	287,780

* Datos proporcionados por las propias Organizaciones sociales.

5.4 Afiliaciones y asociaciones

2-28.

Constellation Brands fortalece su compromiso social apoyando y alineando sus causas sociales más significativas dentro de las comunidades en las que labora y participa de forma cercana y local. Para lo cual se requiere colaboración para crear acciones específicas a corto, mediano y largo plazo, por lo que formar alianzas con organizaciones e instituciones que acompañen esta labor es pieza clave hacia el desarrollo sostenible.

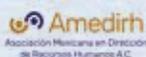
Por esta razón, se cuenta con alianzas y afiliaciones a distintas asociaciones, cámaras, consejos u organizaciones de la sociedad civil, tales como:



AMCHAM (American Chamber Of Commerce of Mexico) CCE (Consejo Coordinador Empresarial)



American Society



AMEDIRH (Asociación Mexicana en Dirección de Recursos Humanos, A.C.)



COMEXI (Consejo Mexicano de Asuntos Internacionales)



CANACINTRA (Cámara Nacional de la Industria de Transformación)



CCA (Consejo Consultivo del Agua)



FUM - Fondo Unido México I.A.P. - United Way



INNSOC - Innovación Social, A.C.



EXCELDUC - Excelencia Educativa, A.C.



FESAC - Fundación del Empresariado Sonorense, A.C.



CCE - Consejo Coordinador Empresarial



Dress For Success - Vestir para Triunfar, A.C.

6 COMPROMISO CON LA ÉTICA Y LA INTEGRIDAD

*El valor de actuar
con integridad*

6.1 Compromiso ético

2-23.



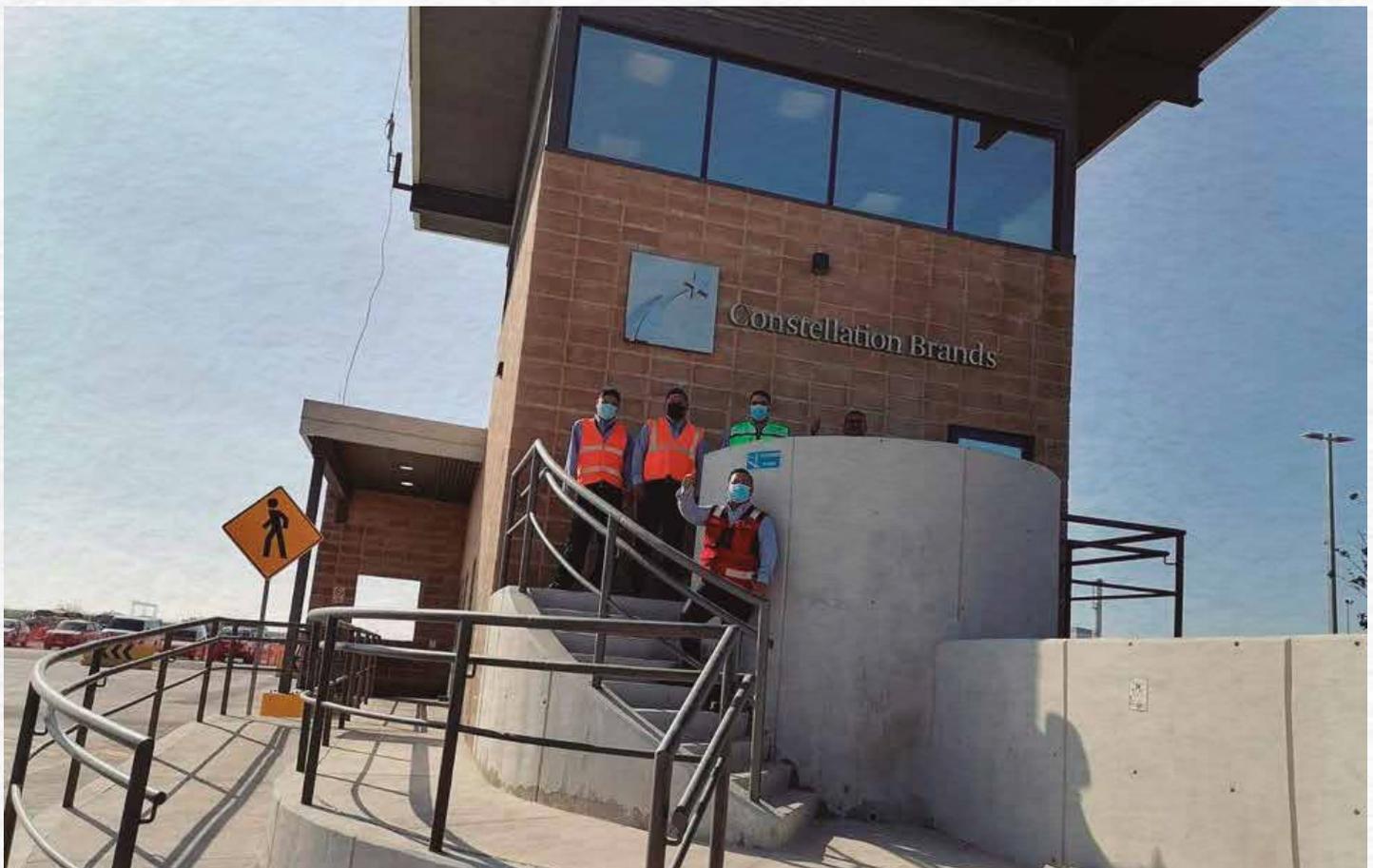
La organización tiene como brújula de sus valores un **Código de Ética de Negocio** que se encuentra a disposición de todos los empleados en su intranet en español. De igual manera, todos los departamentos de RH entregan una versión impresa a todo el personal recién contratado y les dan una inducción para transmitirles el Código, las Políticas y los valores de la organización. También se otorga a todo el personal un entrenamiento en línea del Código y el área de Cumplimiento Corporativo que se lleva a cabo durante tres sesiones anuales.

Programa de cumplimiento corporativo

Constellation Brands tiene un **Programa de Cumplimiento Corporativo** implementado desde la casa matriz en Rochester, NY.

El Programa de Cumplimiento está conformado por los siguientes elementos:

1. Código de Ética del Negocio
2. Políticas y procedimientos
3. Programa de Anticorrupción
4. Debida Diligencia de Proveedores
5. Programa de Protección de Datos
6. Programa de Antilavado - México
7. Controles y Tests
8. Línea de Denuncias - Investigaciones y sanciones
9. Reportes a la Gerencia Local y al Comité de Cumplimiento en NY.



6.2 Política Anticorrupción

[3-3, 205-1, 205-2.](#)

Constellation Brands cuenta con una **Política Anticorrupción** que ha sido publicada para todos los miembros de la organización a través de la intranet y también se les ha comunicado de manera directa en sesiones de entrenamiento.

La Administración de CB ha implementado y mejorado un programa de cumplimiento que abarca aspectos como el compromiso de la alta dirección, políticas y procedimientos específicos de cumplimiento anticorrupción, así como controles y medidas disciplinarias relacionados, diligencia debida a terceros basada en el riesgo, supervisión adecuada del cumplimiento anticorrupción y mejoras continuas en todas las áreas de evaluación del riesgo de cumplimiento.

El área de cumplimiento corporativo, realiza debida diligencia a todos los proveedores que interactúan con Gobierno a nombre de la empresa, así como de proveedores riesgosos. Se les solicita responder cuestionarios, donde se comprometen a cumplir con las políticas anticorrupción. Estos cuestionarios y la debida diligencia se realizan en una plataforma digital denominada SECURIMATE que es manejada por el área de cumplimiento corporativo.

Cumplimiento corporativo también revisa y aprueba donaciones, contribuciones y patrocinios en un formato especialmente creado para ello. Todos los contratos tienen una cláusula Anticorrupción y se hace firmar a todo proveedor una certificación de Anticorrupción y el **Código de Conducta para Proveedores**.

El área de Cumplimiento Corporativo también es notificada en los casos de visitas especiales de funcionarios públicos a las localidades de la organización. En caso de visitas se entrega al usuario un formato donde se especifica entre otras cosas quién es la autoridad que visita, la razón de negocio de la visita, con quién ingresará a la localidad, si CB dará algún tipo de comida al funcionario, etc. Esto de conformidad con la Política Anticorrupción.

La Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero ("FCPA", por sus siglas en inglés) es una ley federal estadounidense que prohíbe el soborno de funcionarios extranjeros en un esfuerzo por obtener o conservar negocios y también exige a las empresas mantener libros y registros contables, políticas y procedimientos, así como controles internos adecuados para prevenir y detectar transacciones ilegales. Las infracciones de la legislación anticorrupción pueden acarrear graves sanciones civiles y penales tanto para la empresa como para las personas implicadas.

Las evaluaciones anuales al programa de cumplimiento implementado por la Administración son realizadas por el área de Auditoría Interna. Se toman muestras selectivas a juicio del auditor para:

- Evaluar si las políticas y procedimientos correspondientes mantienen las normas éticas más estrictas y las mejores prácticas.
- Evaluar los procedimientos actuales de descubrimiento e investigación de posibles actos de corrupción.
- Evaluar el nivel de formación en materia de prácticas contra el soborno y la corrupción y el proceso de comunicación con los empleados del CB.
- Inspeccionar el proceso de aprobación de donaciones, permisos y licencias para identificar cualquier oportunidad con relación a las mejores prácticas.
- Evaluar el cumplimiento preventivo y de supervisión relacionados con los procedimientos de diligencia para la aceptación de nuevos proveedores.
- Realizar pruebas anticorrupción limitadas sobre los datos de pago y revisar ciertas transacciones de alto riesgo para identificar posibles violaciones a la política FCPA.

Al término de las revisiones anuales, realizadas por el equipo de Auditoría Interna, se generan los informes correspondientes con las áreas de oportunidad detectadas las cuales son discutidas con la Administración para establecer planes de acción y fechas de compromiso de solución. Los informes de Auditoría Interna son emitidos para propósitos internos y buscan mejorar los procesos relacionados.



6.3 Mecanismos de denuncia

2-16.

Constellation Brands cuenta con una línea de denuncias para que el personal pueda comunicar todo tipo de violaciones al Código de Ética, políticas, procedimientos y valores de la organización; vía llamada telefónica o mediante correo electrónico. Todas las denuncias o alegaciones se investigan sin excepción a través de distintas áreas del negocio: Cumplimiento Corporativo, Recursos Humanos, Auditoría Interna, Seguridad Corporativa, etc.

**LA ÉTICA ES UNA EXIGENCIA INTERNA QUE NOS GUÍA
PARA HACER LO QUE ES CORRECTO.**



EL CUMPLIMIENTO CONSISTE EN HACER LAS COSAS DE ACUERDO CON EL CÓDIGO DE ÉTICA Y POLÍTICAS QUE COMPARTIMOS EN CONSTELLATION BRANDS.

CUMPLIR CON LO QUE ESTABLECE NUESTRO CÓDIGO DE ÉTICA Y POLÍTICAS NOS PROTEGE COMO PERSONAS Y EMPRESA DE LOS RIESGOS Y POSIBLES CONFLICTOS.

Número de denuncias recibidas y tramitadas por año

FY'23:	57
FY'22:	35
FY'21:	24
FY'20:	17

Constellation Brands cuenta con una política de **Cero Tolerancia al acoso sexual y al **bullying**, así como una política de **No Respalias**.**

1. Teléfonos:
 International: +1-770-810-1147
 México: 800 288-2872 código: 855-402-5632

2. Website:
<https://secure.ethicspoint.com/domain/media/es/gui/71334/index.html>

6.4 Competencia leal

3-3, 206-1.



Constellation Brands división cerveza en México es una organización con un estándar muy alto en cuanto a competitividad, cumplimiento normativo, diversa e incluyente, socialmente responsable y sustentable. Es una organización comprometida con el medio ambiente y con sus colaboradores.

No ha tenido sanciones administrativas ni mucho menos una sentencia desfavorable que implique pagar daños o perjuicios o incluso descalificar el actuar de la empresa. Continuamente realiza estudios para identificar áreas de mejora en todos sus procedimientos y políticas de actuación.





En 2021 y 2022 se tuvo una disputa legal por la comercialización de Corona Hard Seltzer, entre Grupo Modelo y Constellation Brands. En marzo de 2023 la resolución fue a favor de Constellation Brands.





7

OFERTA Y GENERACIÓN DE VALOR

*El valor de la
tradición cervecera
de calidad*

7.1 Calidad CB

[2-5, 2-24, 2-27, 3-3, 416-1.](#)

Los procesos de producción de la división cerveza de Constellation Brands en México, cumplen con los más elevados estándares de calidad, y sus ingredientes, se apegan a las normas locales de los lugares en donde opera, así como a las normas de otras agencias regulatorias.

La organización trabaja cada día para cumplir su misión de crear marcas que la gente ame, siguiendo los más altos estándares, en continuidad con la certificación FSSC 22000.

Constellations Brands cree en el valor de hacer, se esfuerza por colaborar para generar bienestar en la comunidad, conservar el medio ambiente y crear nuevas oportunidades. Para asegurar que su manera de hacer las cosas es la mejor, se atiende a:

- Una política de **Calidad e Inocuidad** revisada anualmente, o bien cuando se detecte realizar alguna modificación. Esta es comunicada en ambas cervecerías.
- El establecimiento anual de objetivos de Calidad del cual se obtienen los determinados objetivos anuales de calidad e inocuidad.
- El cumplimiento de los requerimientos de la certificación FSSC 22000 (Inocuidad) en ambas cervecerías.

Certificación FSSC 22000 (Food Safety System Certification)

Se otorga a las organizaciones que dan cumplimiento a las normas de ISO 22000, ISO 22002-1 y a los requisitos adicionales de la propia FSSC. Cada uno de los requisitos de estas normas están enfocados a la elaboración de productos inocuos, esto quiere decir que al consumirse no le causen un daño al consumidor. El enfoque de estas normas es evitar malas prácticas en los procesos, haciendo énfasis en la limpieza y sanitización, higiene de áreas de trabajo y personal que opera en ellas.

La cervecería de Nava tiene 6 años con la certificación de FSSC 22000 y en Obregón se obtuvo la certificación en noviembre del año 2022. De igual manera, y como complemento, se llevan a cabo inspecciones por el AIB (*American Institute of Baking*) cuyo enfoque está en identificar las buenas prácticas de manufactura en las diferentes áreas de la empresa, específicamente en temas de limpieza, sanitización, higiene, etc., para la producción de productos inocuos y seguros para los consumidores.

Plan anual de calidad, KPI's de calidad.

En Constellation Brands, se designa un equipo multidisciplinario con miembros de las cervecerías y el corporativo, para definir y gestionar los KPI's de calidad, cada año, y se hace un seguimiento mensual para revisar los resultados.

Los KPI's con enfoque a cumplimiento de objetivos de Calidad e Inocuidad son:

- Factor de Calidad
- Índice de características microbiológicas
- Índice de características fisicoquímicas
- Adherencia al plan de embarque
- Quejas del consumidor.



7.2 Gestión de riesgos

[2-13](#), [2-23](#), [2-24](#), [2-25](#).

Constellation Brands tiene como parte de su estrategia, la identificación de posibles eventos que puedan poner en riesgo sus operaciones o cualquiera de sus grupos de interés.

La organización considera esencial para tener un desempeño sostenible, adquirir una perspectiva de prevención, dirigida al bienestar de las personas que forman los grupos de trabajo, los clientes, las comunidades y el medio ambiente.

Esta visión se respalda con una estructura de gobierno que tiene el objetivo de gestionar los riesgos empresariales ERM (*Enterprise Risk Management*), la cual es responsable de garantizar el desarrollo de procedimientos y la gestión continua del programa de iniciativas de riesgo tomando en consideración los procesos de negocio críticos en Constellation Brands.

Las estrategias y los planes desarrollados por este equipo se presentan continuamente al Comité ejecutivo de gestión de riesgos empresariales (ERMC) y sus patrocinadores, donde se revisan y aprueban. El objetivo del equipo de ERM es garantizar que la identificación y evaluación de riesgos dentro del control de Constellation Brands sea completa y precisa. Este objetivo se desarrollará en conjunto con las áreas clave del negocio, brindando información sobre la tolerancia, los límites y los objetivos de riesgo en todas las áreas críticas de la empresa.

La organización ha clasificado los riesgos potenciales en las siguientes categorías:

- Riesgos operativos
- Riesgos estratégicos
- Riesgos financieros
- Riesgos regulatorios
- Riesgos medioambientales
- Riesgos generales, como el daño a la reputación, guerras, etc.

Plan de Continuidad del Negocio de Constellation Brands

El plan de continuidad de Constellation Brands, se desarrolla para abordar los riesgos más relevantes y para dar recuperación a los procesos críticos. Consiste en la identificación de amenazas potenciales y riesgos que podrían interrumpir las operaciones, como desastres naturales, ciberataques, enfermedades, etc., y de igual manera, realizar el análisis de impacto en el negocio (BIA) para comprender las consecuencias financieras y operativas de estas amenazas.

7.3 Proveedores y cadena de valor

[2-23](#), [2-24](#), [2-25](#)

En Constellation Brands se fomenta el apego y cumplimiento de las políticas y procedimientos en la relación con todos los proveedores. Se comunican internamente al momento de su publicación y/o actualización; y de manera externa (a los proveedores) desde el momento al que se le invita a una licitación, alta de proveedor, elaboración de orden de compra y contrato cuando aplica. El área de Cadena de Suministro cuenta con un procedimiento de alta, extensión y modificación de proveedores, donde se documenta la información necesaria para crear un nuevo proveedor o modificar/extender a un proveedor actual.

La organización tiene una **Política de Abastecimientos** que define las formas de trabajo y los lineamientos en autoridad, para la cual, en su actualización se contó con la participación y guía de una consultoría externa para asegurar mejores estándares dentro de la misma, como los que tiene establecidos empresas triples "A" a nivel mundial. Adicionalmente se contó con la participación de equipos internos extendidos de las diferentes áreas que interactúan con la cadena de valor para asegurar que la política no atropellara o contradijera alguna de sus políticas.

Para alinear a los proveedores con la filosofía y valores de Constellation Brands, la compañía tiene un **Código de conducta y directrices de sustentabilidad para proveedores** en el cual se establece que:

- Los proveedores deben cumplir con las leyes y políticas de la organización
- Prohibir el uso del trabajo forzoso
- Los proveedores deben cumplir con cualquier requisito de diligencia debida a los derechos humanos (como producir su propia declaración de esclavitud moderna o un informe de HRDD)
- Prohibir el cobro de comisiones de contratación a los empleados
- Prohibir el uso del trabajo infantil
- Los proveedores protegen a los empleados migrantes
- Los proveedores cumplen con los derechos laborales (salarios / libertad de asociación, etc.).

Número de proveedores de la división cerveza de Constellation Brands en México y en el extranjero (región América del Norte y Europa) durante el año fiscal 2023:

Proveedores	Tipo	Cantidad
Nacionales	Directos	44
	Indirectos	509
Extranjeros	Directos	14
	Indirectos	14
Total:		581

Nota: Los proveedores reportados en esta tabla, son únicamente los que están involucrados en las operaciones de CB división cervecera México.



Para Constellation Brands es muy importante hacer valer su participación en el mercado local y contribuir a la economía de las comunidades, por lo que el 95% de sus proveedores se encuentran en México.



7.4 Innovación de negocio

2-6, 3-3.

Constellation Brands permanentemente investiga cómo proporcionar valor a las personas y al planeta, así como minimizar los efectos secundarios no deseados propios de los productos, proyectos y cadena de valor; priorizando siempre en construir marcas que la gente ame. El crecimiento de la organización siempre ha estado fundamentado en la innovación, desde las experiencias a los consumidores, la forma de gestionar el negocio, los procesos, la tecnología, etc., es decir, promueve una forma de actuar siempre pensando en crear más valor a lo largo del ciclo de vida de los productos, proyectos y la cadena de valor.

La organización está continuamente monitoreando y entendiendo sus mercados para identificar ocasiones y necesidades específicas de nuevas experiencias que le permitan seguir elevando los momentos especiales de quienes les honran con su preferencia. Hoy ejemplos muy claros de este conocimiento se manifiestan a través del espíritu triunfador de Modelo, la vida más fina de Corona y el espíritu libre de Pacífico, que se identifica con la forma de vivir de las personas a lo largo de sus diferentes etapas de vida, manteniendo siempre la autenticidad y los valores de marca que han perdurado por casi 100 años, la calidad y la sustentabilidad.

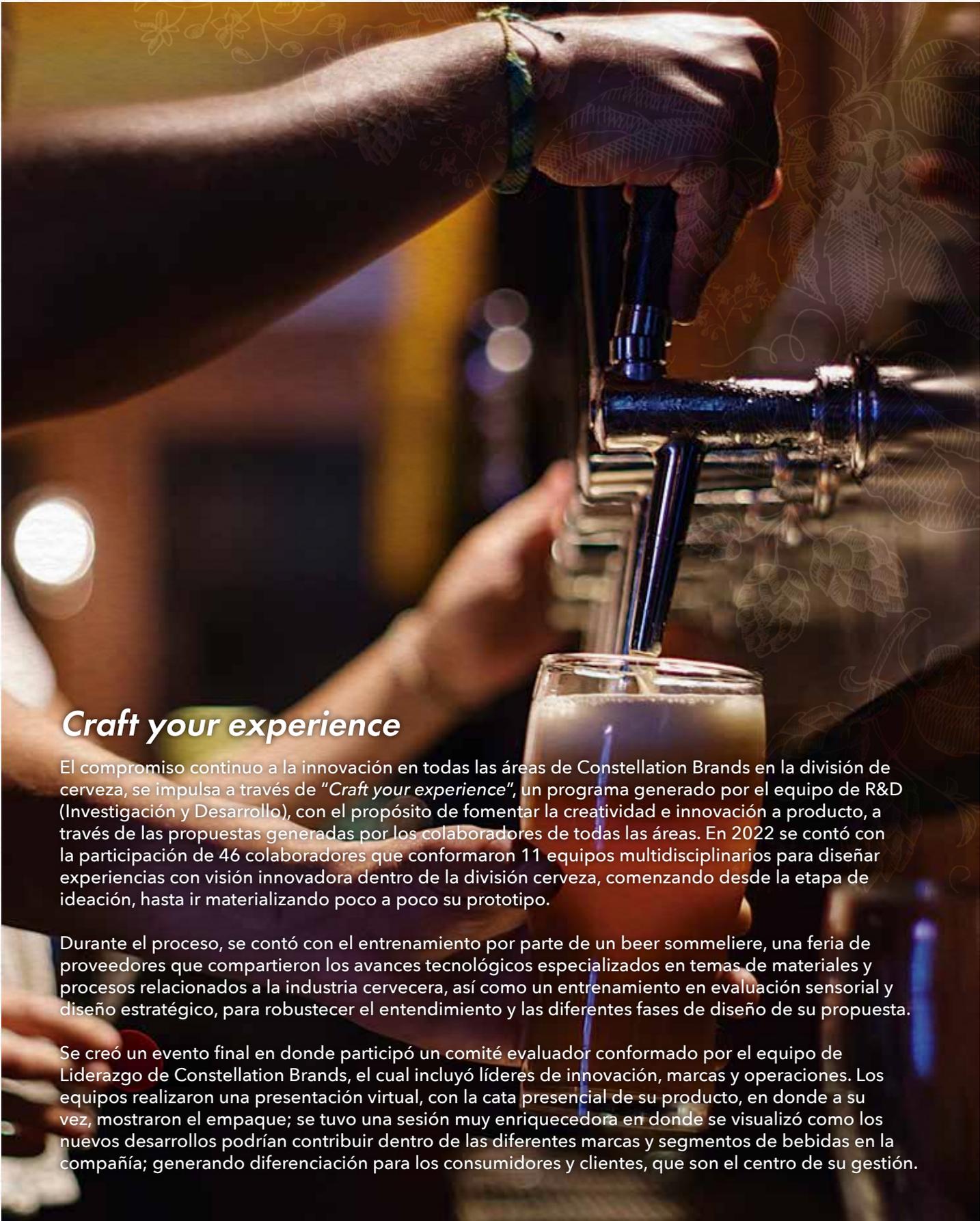
Constellation Brands sostiene un sólido compromiso con sus consumidores y clientes, se llevan a cabo diferentes estudios y sondeos para consultar la percepción de la experiencia de marca entre estos grupos. Y cuenta con mecanismos de atención y servicio constante mediante un canal virtual localizado en la página de internet global: <https://www.cbrands.com/pages/consumer-relations>

Este canal es vigilado y monitoreado por el área responsable y el Comité de Liderazgo de Constellation Brands.



CB sostiene un sólido compromiso con sus consumidores y clientes, llevando a cabo diferentes estudios y sondeos para consultar la percepción de la experiencia de marca entre estos grupos.





Craft your experience

El compromiso continuo a la innovación en todas las áreas de Constellation Brands en la división de cerveza, se impulsa a través de “*Craft your experience*”, un programa generado por el equipo de R&D (Investigación y Desarrollo), con el propósito de fomentar la creatividad e innovación a producto, a través de las propuestas generadas por los colaboradores de todas las áreas. En 2022 se contó con la participación de 46 colaboradores que conformaron 11 equipos multidisciplinarios para diseñar experiencias con visión innovadora dentro de la división cerveza, comenzando desde la etapa de ideación, hasta ir materializando poco a poco su prototipo.

Durante el proceso, se contó con el entrenamiento por parte de un beer sommeliere, una feria de proveedores que compartieron los avances tecnológicos especializados en temas de materiales y procesos relacionados a la industria cervecera, así como un entrenamiento en evaluación sensorial y diseño estratégico, para robustecer el entendimiento y las diferentes fases de diseño de su propuesta.

Se creó un evento final en donde participó un comité evaluador conformado por el equipo de Liderazgo de Constellation Brands, el cual incluyó líderes de innovación, marcas y operaciones. Los equipos realizaron una presentación virtual, con la cata presencial de su producto, en donde a su vez, mostraron el empaque; se tuvo una sesión muy enriquecedora en donde se visualizó como los nuevos desarrollos podrían contribuir dentro de las diferentes marcas y segmentos de bebidas en la compañía; generando diferenciación para los consumidores y clientes, que son el centro de su gestión.

7.5 Comunicación Responsable

3-3, 417-1.

Constellation Brands, División Cerveza en México, opera de manera vertical como exportador del portafolio de marcas que se comercializan en Estados Unidos bajo una estrategia de mercadotecnia global. La comunicación en dicha estrategia cultiva el valor de la integridad, alineándose a los más altos estándares éticos y morales, para alcanzar sus metas de la mejor manera posible.

La comunicación de Constellation Brands está sustentada en su filosofía empresarial de fortalecer su relación con sus grupos de interés de manera cercana y local. La organización protege su operación y reputación en México mediante la difusión y promoción de su desarrollo socialmente responsable y sostenible, a fin de generar una vinculación efectiva y transparente con el entorno.

A nivel global, Constellation Brands tiene un **Código de prácticas responsables para la publicidad y el marketing de bebidas alcohólicas**, el cual proporciona el marco fundamental para la publicidad y el marketing de marcas responsables que garanticen que sus mensajes están dirigidos a consumidores en edad legal para beber y para que lo hagan con responsabilidad.

La comunicación de la marca se caracteriza por ser clara, veraz, eficiente, además de tener un tono positivo y constructivo.

Programa de consumo responsable

Este programa tiene el objetivo de promover un cambio cultural en la sociedad en torno a la responsabilidad en el consumo de alcohol. Sus principales directrices son:

- No beber y conducir
- Cero consumo de alcohol por menores de edad
- Respeto a los no bebedores
- Moderación en el uso por adultos.

Tiene el objetivo de impulsar una serie de acciones colaborativas dirigidas a los principales grupos de interés en México.

Durante abril se celebra el mes del consumo responsable y en esta ocasión la organización aprovechó para hacer el lanzamiento de un nuevo producto: **Corona Non-Alcoholic**, el cual tiene 0% de alcohol, pero conserva el refrescante sabor de la cerveza. En el evento de lanzamiento con los colaboradores se reforzó la importancia de la innovación con productos de este tipo para promover la salud y el consumo responsable en la población y consumidores.

También se dio a conocer la nueva alianza de CB con **Responsibility.org** en Estados Unidos. Esta alianza tiene el objetivo de proporcionar información y herramientas útiles en inglés y español para que las personas puedan crear una cultura de consumo responsable en sus diferentes círculos sociales, como la familia, escuela, oficina, etc.





Constellation Brands

8 COMPROMISO CON LOS COLABORADORES

*El valor de
encontrar y
desarrollar talento*

8.1 Plantilla laboral

2-7, 3-3, 401-1.

Constellation Brands tiene el compromiso de ser una organización de alto desempeño en donde la cultura empresarial impulse el desarrollo y retención de su talento. A través de la plataforma workday, el equipo de Recursos Humanos tiene un registro de sus colaboradores, quienes conforman un grupo de interés clave, pues gracias a ellos se impulsa día con día la visión de la compañía.

Al cierre del año fiscal 2023 cuenta con un total de 4,363 colaboradores a nivel nacional

Edad	Mujeres				Hombres			
	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20
Menores de 30 años	362	312	241	189	1,595	1,600	1,491	1,298
Entre 31-50 años	288	237	184	141	1,909	1,758	1,539	1,310
Mayores de 51 años	13	12	11	9	196	167	143	130
Total	663	561	436	339	3,700	3,525	3,173	2,738

Localidad	Mujeres				Hombres			
	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20
CDMX	53	43	19	41	107	95	59	84
Coahuila	414	378	341	270	2,558	2,484	2,395	2,162
Sonora	190	139	75	20	1,017	938	710	470
Baja California	1	1	1	8	6	8	9	22
Veracruz	5*	–	–	–	12*	–	–	–
Total	663	561	436	339	3,700	3,525	3,173	2,738

*CB comenzó su etapa de construcción en Veracruz durante el año fiscal 2023, por ello no se tienen datos de empleados en esta región en años anteriores.





Detrás de cada meta cumplida en la organización, se encuentra el arduo trabajo de sus miembros, de los cuales el 37% son sindicalizados. Gracias a la participación de todo el personal, CB tiene una cultura de colaboración y confianza.

Localidad	Sindicalizados				No Sindicalizados			
	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20
CDMX	0	0	0	0	160	138	78	125
Coahuila	858	847	845	1,014	2,144	2,015	1,891	1,418
Sonora	749	670	502	308	458	407	283	182
Baja California	2	2	2	5	5	7	8	25
Veracruz	9	-	-	-	8	-	-	-
Total	1,618	1,519	1,349	1,327	2,745	2,567	2,260	1,750

*CB comenzó su etapa de construcción en Veracruz durante el año fiscal 2023, por ello no se tienen datos de empleados en esta región en años anteriores.

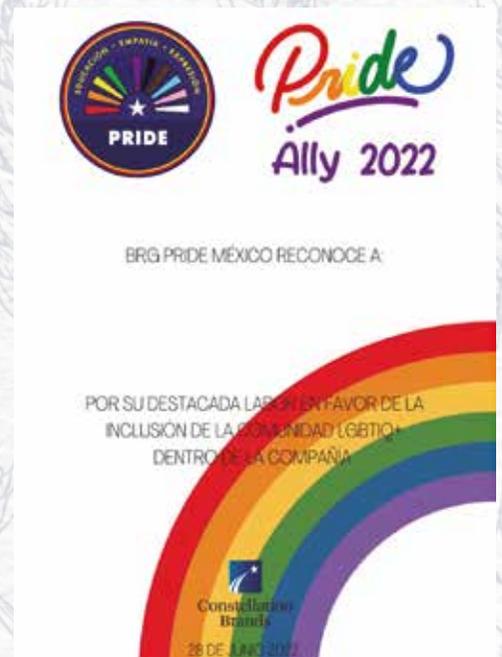
8.2 Diversidad e inclusión

3-3, 405-1.

Constellation Brands celebra la diversidad de su gente, detrás de su valor organizacional enfocado en colaboradores, el cual sostiene que cuando todas las personas que colaboran en los equipos de trabajo, se sienten seguras, apoyadas y libres, saben que su voz es escuchada y valorada. La autenticidad de cada uno de los talentos suma a la fuerza imparable de la organización y la destina al éxito.

Para Constellation Brands, la diversidad es el reconocimiento, respeto y aprecio de las diferencias de las personas, en cuanto a edad, género, etnia, religión, discapacidad, orientación sexual, educación y nacionalidad. La organización creó unos grupos de apoyo de negocio BRGs (*Business resources groups*) llamados: WISE, PRIDE, GENERATIONS y PARENTS NETWORKS, con el propósito de ofrecer espacios seguros a las personas para que puedan conectarse entre ellas; también fungen como canales de comunicación entre los miembros y los líderes de cada área, para fomentar la escucha o proporcionar acceso a programas de formación.

Todos los BRGs se miden a través del avance y nivel de participación de sus iniciativas, además de evaluar cómo va creciendo su número de miembros.





- **MUJERES QUE GANAN, INSPIRAN, APOYAN Y EMPODERAN (WISE):** es un grupo disponible para todos los colaboradores que quieran trabajar a favor de la mujer en Constellation Brands y en la industria. A través de WISE, CB reconoce que está en condiciones de ayudar con la captación y la retención laboral, aumentar la autoestima, y empoderar a sus colaboradoras. WISE busca hacer una evolución en la organización, a través de la educación e información a los integrantes de la comunidad CB, asegurando que las mujeres sean vistas y escuchadas. El objetivo es generar una red de apoyo, hacer conciencia sobre la equidad de género y fomentar el desarrollo de mujeres líderes.



- **ORGULLO (PRIDE):** el objetivo es fomentar un entorno inclusivo y seguro que promueva los derechos de la comunidad LGBTQ+, para que los colaboradores de diversas orientaciones sexuales e identidades de género disfruten de un ambiente laboral libre, a través de políticas y prácticas inclusivas, así como actividades de educación y participación. Este grupo está abierto para todas las personas que quieran trabajar en nombre de sus colegas y amistades.



- **GENERACIONES (GENERATIONS):** su objetivo es integrar a los diferentes grupos generacionales de Constellation Brands, creando canales de comunicación libres de estereotipos. Se promueve la aceptación de las diferencias y el aprendizaje bilateral, creando un impacto positivo y alineado a los objetivos y cultura de la organización.



- **RED DE PADRES (PARENTS NETWORK):** enfocado en apoyar a los colaboradores de Constellation Brands durante todo su viaje en la maternidad y paternidad, mientras continúan su desarrollo profesional. Su objetivo es mejorar las condiciones laborales de los padres que no cuentan con una red familiar para que puedan cuidar a sus hijos en el día a día y que esto a su vez resulte en la retención de madres y padres solteros en puestos operativos dentro de la organización.

8.3 Capacitación y desarrollo de personal

2-7,3-3, 404-1, 404-2, 404-3.

Constellation Brands tiene un compromiso legítimo con el desarrollo de sus colaboradores. Su estrategia de capacitación consiste en cuatro pilares: operación y crecimiento de negocio, construcción de capacidades, cultura y mitigación de riesgos. Todas las estrategias de aprendizaje y formación están vinculadas a la visión establecida en la estrategia STZ 2030, así como al crecimiento personal y profesional de cada una de las personas que trabajan en la compañía.

La organización cuenta con diferentes habilitadores de los cuales se apoya para lograr el correcto desarrollo de sus miembros: desde la tecnología adecuada, hasta el fomento de una cultura de aprendizaje, metodología especializada y alianzas que consisten en un grupo de consultores que apoyan en el diseño y desarrollo de programas con sus conocimientos, alineados a las políticas y regulaciones en esta materia. Trabaja con instituciones como el TEC de Monterrey, Tandem y Fundamentality, para ofrecer cursos de capacitación de manera interna y externa.

NUESTRA VISIÓN



Entender el negocio de tal manera que podamos anticipar cualquier necesidad a través del "upskilling" a nuestra gente y así liberar todo su potencial.



CEDEX (Centro de excelencia)

Para cumplir con sus propósitos de capacitación y aprendizaje, CB tiene un Centro de Excelencia, con enfoque en brindar talleres para desarrollar las competencias técnicas de los colaboradores, desde su contratación y durante todo su desarrollo profesional dentro de la empresa. El centro tiene 6 colaboradores dedicados al 100% a impartir las diferentes prácticas.

Todas las prácticas desarrolladas en CEDEX, están basados en los procesos operativos comunes y críticos para todas las áreas, con enfoque principal en la tecnología para desarrollo o refuerzo de las habilidades técnicas de manera práctica para optimizar los tiempos de mantenimientos y corrección de fallas en caso de presentarse.

Las principales prácticas impartidas son:

- Simulador manejo montacargas: es una práctica para reforzar las buenas prácticas de manejo de montacargas con enfoque principal al manejo seguro.
- Sala de cómputo: para desarrollar la competencia de cualquier *software* o sistema que se utiliza en cualquier proceso: Excel, SAP, hasta alguno muy especializado. Actualmente se tiene implementado el SIMUTECH - detección de fallas eléctricas, con enfoque a seguridad.
- Laboratorio Siemens: práctica de desarrollo y modificación de recetas de elaboración de productos.
- Cursos de mecánica y electricidad básica.
- Armado de circuitos eléctricos.
- Prácticas en conexión de motores eléctricos.
- Neumática: brazo desarrollado internamente.
- Práctica de rodamientos.
- Práctica de identificación de tipos de tornillería.
- Práctica de transportadores.
- Armado de una válvula de llenado.
- Engomado de caja.
- Entre otras.



Número de horas de capacitación impartidas por la organización a sus colaboradores directos de manera presencial y virtual

Puestos de trabajo de los colaboradores capacitados	Número de colaboradores directos capacitados				Número de horas-persona por año			
	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20
Vicepresidente	14	16	15	1	73	131	2	31
Director	49	38	33	10	600	392	73	584
Manager	280	161	121	66	5,010	3,180	834	5,585
Supervisor	259	266	205	210	11,184	13,347	7,851	14,826
Contribuidor Individual	4,157	2,935	2,119	2,430	242,159	247,594	68,122	119,243

Capacitación por género

	Mujeres				Hombres			
	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20
Colaboradores capacitados	775	667	414	334	3,984	3,749	2,883	2,383
Horas de capacitación	12,946	16,530	3,659	4,379	38,259	46,367	8,562	9,605



Datos históricos de empleados capacitados por temas y perfil de puesto de trabajo, en las tres localidades

Tema	Perfil de colaborador que se capacita	Número de colaboradores capacitados			
		FY'23	FY'22	FY'21	FY'20
Código de ética	Especialista, Team Leader y Gerente, Director	1,649	1,220	1,039	872
Código de conducta (Onboarding)	Operario, Tecnólogo, Especialista, Team Leader y Gerente, Director	481	656	742	299
Conocimiento técnico	Operario, Tecnólogo, Especialista, Team Leader y Gerente	4,446	3,960	3,560	3,055
Salud y Seguridad	Operario, Tecnólogo, Especialista, Team Leader y Gerente	4,276	3,960	3,560	3,055
Liderazgo	Operario, Tecnólogo, Especialista, Team Leader y Gerente	4,319	3,960	2,810	2,489

En Constellation Brands, todo el personal con acceso a una computadora, recibe mediante la plataforma, WorkDay, una capacitación Ética. Mientras que el personal operativo que trabaja en las cervecerías y que no utilizan una computadora comenzó a recibir su capacitación ética in-situ a partir del año 2023, por lo que aún no se tienen cifras reportadas del total de capacitados en cervecerías de manera presencial, solamente los colaboradores que se han capacitado de manera virtual.

Evaluación de desempeño

La división cerveza de Constellation Brands en México, tiene un proceso de evaluación de desempeño con colaboradores directos el cual se basa en establecer objetivos para entregar el mayor valor a los accionistas y superar a la competencia, alineándose a las metas de la estrategia de negocio STZ 2030.

La organización hace énfasis en el valor de las acciones que realizan cada uno de sus miembros para alcanzar sus objetivos, a través de Vive la Visión un ideal que traza el camino para llegar a ellos. Establece que todos los empleados tienen un papel en hacer que la Misión, Visión, Valores, Estándares de Liderazgo y Objetivos de la organización se cumplan:

- Todos los líderes son críticos para hacer la conexión entre metas (qué), cultura (cómo) y los objetivos.
- Gestionar el Desempeño construye compromiso y facilita el desarrollo cuando los líderes se comprometen y se hacen responsables.
- Las **conversaciones de desempeño** son espacios de retroalimentación a tiempo, con enfoque en entregables, donde se provee a los colaboradores y líderes una oportunidad de definir cómo se ve un buen desempeño, comportamientos adecuados y un continuo aprendizaje y desarrollo.
- El **seguimiento** ayuda a dirigir la responsabilidad ante los resultados y captura lo que es importante de las conversaciones de desempeño y prioridades de desarrollo.
- A lo largo de este proceso, la expectativa es que los líderes utilicen los **entrenamientos + recursos** existentes para generar conversaciones de retroalimentación y "coaching" más efectivas y que realmente traigan valor a sus equipos. Los recursos se enfocan en:
 1. Entendimiento y conciencia sobre el proceso.
 2. Mejorar las habilidades de los gerentes para dar retroalimentación.
 3. Marco conceptual para una buena práctica de entrenamiento.

Datos históricos del número de evaluaciones de desempeño realizadas por la organización

Localidad	Mujeres				Hombres			
	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20
CDMX	101	83	69	59	149	132	125	126
Coahuila	249	209	165	131	1,942	1,853	1,675	1,328
Sonora	113	88	41	22	364	329	215	157
Baja California	2	1	3	10	9	9	17	24
Veracruz	5	0	0	0	10	0	0	0
Total	470	381	278	222	2,474	2,323	2,032	1,635

Nota: la población elegible para evaluaciones es por periodo y no se contempla al personal sindicalizado.

Evaluaciones realizadas por puesto de trabajo en las distintas regiones donde tiene operaciones la división cerveza

Área o puestos de trabajo	CDMX	Coahuila	Sonora	Baja California	Veracruz
Vicepresidente	12	1	1	0	0
Director	31	11	2	0	0
Manager	101	63	48	4	5
Supervisor	9	196	50	0	0
Contribuidor individual	97	1,920	376	7	10
Total	250	2,191	477	11	15

Nota: la población elegible para evaluaciones es por periodo y no se contempla al personal sindicalizado.

8.4 Salud y seguridad en el trabajo (SST)

[2-25](#), [2-27](#), [2-30](#), [3-3](#), [403-1](#), [403-2](#), [403-3](#), [403-4](#), [403-5](#), [403-6](#), [403-7](#), [403-8](#), [403-9](#).

Constellation Brands tiene un alto estándar en temas de seguridad y salud de sus colaboradores, basado en la implementación de una cultura preventiva, CB trabaja día a día para que todos sus procesos sean diseñados con seguridad y pensando en la salud de sus colaboradores.

El involucramiento gerencial en temas de Seguridad y Salud es una parte tangible de la organización, bajo la creencia de que son imprescindibles para trabajar. Los colaboradores producen cerveza con altos estándares de seguridad y bajo el resguardo de su propia salud. El sistema de SST está a cargo del Departamento de Seguridad y Salud, se implementó de acuerdo a los requisitos legales y cumple con las siguientes normas:

EN MATERIA DE SEGURIDAD:



- NOM-001-STPS Edificio, locales e instalaciones
- NOM-002-STPS Prevención y protección contra incendios
- NOM-004-STPS Sistemas y dispositivos de seguridad en maquinaria
- NOM-005-STPS Manejo, transporte y almacenamiento de sustancias peligrosas
- NOM-006-STPS Manejo y almacenamiento de materiales
- NOM-009-STPS Trabajos en altura
- NOM-020-STPS Recipientes Sujetos a presión
- NOM-022-STPS Electricidad estática
- NOM-027-STPS Soldadura y corte
- NOM-029-STPS Mantenimiento de instalaciones eléctricas
- NOM-033-STPS Trabajos en espacios confinados

EN MATERIA DE SALUD:



- NOM-010-STPS Agentes químicos contaminantes del ambiente laboral
- NOM-011-STPS Ruido
- NOM-012-STPS Radiaciones ionizantes
- NOM-013-STPS Radiaciones no ionizantes
- NOM-015-STPS Condiciones térmicas elevadas o abatidas
- NOM-024-STPS Vibraciones
- NOM-025-STPS Iluminación
- NOM-035-STPS Factores de riesgo psicosocial
- NOM-036-STPS Factores de riesgo ergonómico: Manejo manual de cargas

EN MATERIA DE ORGANIZACIÓN:



- NOM-017-STPS Equipo de protección personal
- NOM-018-STPS Comunicación de peligros y riesgos por sustancias químicas
- NOM-019-STPS Comisiones de seguridad e higiene
- NOM-026-STPS Colores y señales de seguridad
- NOM-028-STPS Seguridad en procesos y equipos con sustancias químicas
- NOM-030-STPS Servicios preventivos de seguridad y salud

ESPECÍFICAS:

- NOM-016-STPS Operación y mantenimiento de ferrocarriles



La compañía promueve una participación activa de sus colaboradores en materia de salud y seguridad laboral, para crear mejoras en sus procesos, anima a sus miembros a formar parte de las diferentes actividades implementadas para que sus opiniones sean escuchadas.

Como parte de las medidas de seguridad, se realizan revisiones gerenciales una vez al mes de los indicadores en la materia, donde se discuten los posibles incidentes. Cada semana se comparte un reporte a toda la organización llamado pirámide de seguridad, donde se registran las condiciones inseguras, actos y posibles incidentes detectados por los propios colaboradores; este registro es la base de la pirámide que reduce el número de incidentes, porque detectarlos y reportarlos genera acciones que se anticipan al incidente.

Se ha creado el Comité Central de EHS (medio ambiente, salud y seguridad por sus siglas en inglés), en donde se genera una revisión trimestral en temas de Seguridad, Salud ocupacional y Bienestar con la participación de los líderes de la empresa, se exponen temas de logros, pero también de oportunidades detectadas. Las reuniones facilitan un ambiente seguro para exponer las mejoras al sistema y contar con el apoyo del liderazgo.

En temas de cumplimiento normativo, la compañía lleva a cabo revisiones de manera mensual para asegurar que no existan desviaciones a los requerimientos legales. Con la ayuda de personas con amplios conocimientos en la normatividad en materia de Seguridad y Salud que realizan auditorías en cada periodo.

Círculo Seguro: Yo me Cuido Yo te cuido

Constellation Brands división cerveza en México, tiene una campaña llamada Círculo Seguro, de prevención y conocimiento de sus procesos, principios y reglas críticas de vida, en las cuales se comunica a todos los colaboradores qué reglas no se permiten romper y la importancia de seguir correctamente los pasos de cada proceso, cultivando una cultura interdependiente. Esta campaña se conoce a lo largo de la organización con la frase: **Yo me Cuido Yo te cuido.**



La organización sostiene su compromiso con la salud, seguridad y bienestar de todos sus colaboradores por lo cual siempre se investiga cualquier incidente por menor que sea y se evalúan las condiciones inseguras que puedan existir en las instalaciones laborales.

Accidentes laborales

Constellation Brands, tiene una cultura preventiva en temas de accidentabilidad, es por esto que desde que un colaborador reporta una condición insegura o un posible incidente, se toman medidas para anticipar que pueda ocurrir un accidente. De manera constante, mejoran procesos, crean nuevas formas de capacitación, analizan los riesgos e invierten en eliminarlos.

Total	Incidentes laborales				Incidentes laborales con consecuencias graves*				Fatalidades por incidentes laborales*			
	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20
CDMX	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Coahuila	0.34	0	0.20	0.26	0.34	0	0	0.26	0	0	0	0
Sonora	1.02	0.59	0	0.18	0	0.59	0	0	0	0	0	0

* El total de incidentes laborales llamado TRI, Total Recordable Incidents, es basado en la fórmula que utiliza OSHA TRI = ((Número total de incidentes con días perdidos + total de incidentes con restricciones de trabajo + total de incidentes con tratamiento médico) *200,000) / horas trabajadas.

En caso de presentarse un accidente tienen un proceso de reporte de incidentes de manera inmediata, lo primero es que el colaborador reciba la atención médica necesaria y en paralelo otros miembros de la organización se ponen a investigar. El año pasado CB comenzó a implementar el módulo de manejo de incidentes de manera digital con un software llamado Enablon dedicado a temas de Seguridad y Salud.

Además, en Constellation Brands se han cumplido retos muy grandes y gracias al compromiso de todos los colaboradores se han llevado a cabo obras de expansión, tanto en la Cervecería de Nava como la de Obregón Sonora, con los más altos estándares en seguridad y salud.

Los indicadores son un reflejo y ejemplo palpable de cómo es posible construir cumpliendo con altos estándares de exigencia en esta industria y hacerlo con seguridad, manteniendo y mejorando la salud y bienestar de los contratistas. Se ha encontrado la manera adecuada de avanzar de forma continua en las operaciones, cumpliendo todos los requerimientos legales aplicables a los proyectos.

Las empresas que trabajan para Constellation Brands, se comprometen a ser patrones responsables con su equipo de trabajo y se suman a la Cultura de CBI de ser una organización que antepone la seguridad, con el objetivo de crear entornos seguros para cada uno de sus colaboradores en el área de trabajo.

En CBI se asegura que cada uno de los contratistas que lleve a cabo alguna actividad dentro del proyecto de expansión esté capacitado para la tarea designada, diariamente se revisan las actividades con una visión de seguridad, generando planes de acción para trabajar de forma segura.

Se ha logrado romper registros de más de 1 millón de horas hombre sin ningún incidente incapacitante. Lograr que más de 2 mil colaboradores durante la pandemia reciban orientación y atención médica cuando fue requerida para mantenerlos a salvo, a ellos y a sus familias.

Total	Incidentes laborales				Incidentes laborales con consecuencias graves*				Fatalidades por incidentes laborales*			
	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20	FY'23	FY'22	FY'21	FY'20
CAPEX	0.17	0.26	0.09	0.53	0.09	0.07	0	0.13	0	0	0	0

* El total de incidentes laborales llamado TRI, Total Recordable Incidents, es basado en la fórmula que utiliza OSHA TRI = ((Número total de incidentes con días perdidos + total de incidentes con restricciones de trabajo + total de incidentes con tratamiento médico) *200,000) / horas trabajadas.

Programas de capacitación en materia de Salud y seguridad laboral

Nombre de los programas existentes	Principales acciones que se realizan por programa	Porcentaje de colaboradores directos que tienen acceso	Cómo mide los resultados
Reglas críticas de vida	<p>Conocimiento para los colaboradores.</p> <p>Concursos para que los colaboradores conozcan las reglas.</p> <p>Participación por medio de dinámicas.</p>	100%	Participación de los colaboradores en actividades.
Proceso de cambio	<p>Creación de estándar.</p> <p>Entrenamiento.</p> <p>Sesiones con personas clave para explicarles el porqué se deber realizar un proceso de cambio.</p>	100%	Cierre de acciones y MOC realizados.
Reporte de condiciones inseguras	<p>Explicación de qué son las condiciones inseguras.</p> <p>Análisis de datos para implementar acciones que reduzcan los riesgos en determinado tema.</p>	100%	Número de condiciones cerradas a tiempo.
Reducción de riesgo peatón vehículo automotriz	<p>Cambios en la infraestructura.</p> <p>Análisis de intersecciones</p> <p>Cambios en el layout.</p> <p>Análisis de inversiones.</p>	100%	Número de intersecciones eliminadas o reducidas.
Preparación de respuestas como brigadista	<p>Capacitación y entrenamiento en respuesta a emergencias</p> <p>Tener el equipo para atender una emergencia.</p>	20%	Evaluación de simulacros. Resultados de atención a emergencias.

Además de los programas existentes, se utilizan los siguientes medios para capacitar al personal:

- De manera presencial.
- De manera virtual.
- Por medio de Simuladores, obras de teatro creadas específicamente con temas y términos que la organización utiliza y con la participación de colaboradores de las cervecerías.
- Actividades como ferias de Salud y Seguridad.
- Concursos para los colaboradores y otros en donde sus familias participen.
- Realizan publicaciones gráficas, videos, cápsulas.
- Realizan pláticas de 5 minutos sobre temas de seguridad o salud.
- Los colaboradores crean canciones con temas de seguridad y salud.
- Se reconocen buenas prácticas y se premian a los originadores de estas.
- Utilizan el *email* y la plataforma de comunicación interna *workplace* como medio de comunicación para los colaboradores.

8.5 Compensación laboral y prestaciones

[2-7](#), [2-21](#), [2-27](#), [401-2](#), [401-3](#), [405-2](#).

Constellation Brands busca diseñar programas de beneficios que agreguen valor a sus colaboradores y que de igual manera sean escalables y competitivos en el mercado. De forma constante se realizan estudios de comparabilidad con otras compañías para asegurar que su oferta de beneficios para sus colaboradores, es competitiva.

Actualmente, se ofrecen las siguientes prestaciones y beneficios:

- Seguro de gastos médicos mayores proporcionado por la compañía.
- Vacaciones pagadas superiores al requisito legal.
- Licencia de maternidad/paternidad, 28 días adicionales a ley para mamás y 5 para papás.
- Employee Assistance Program que ofrece servicio de telemedicina, apoyo psicológico, apoyo nutricional, planificación familiar y asesoría de mascotas.
- Convenios con academias y subsidios educativos para desarrollo profesional.
- Plan de pensiones, comenzará la implementación en FY'24.
- Seguro de vida.
- Subsidio de almuerzo, en las dos cervecerías donde hay comedor.
- Vales de restaurante, para personal de confianza en ubicaciones que no tienen comedor/cafetería.
- Transporte; en las dos cervecerías se ofrece servicio de transporte sin costo al colaborador, a todo el personal.
- Vales de despensa.
- Fondo de ahorro.
- Aguinaldo superior a lo requerido legalmente.
- Teletrabajo para personal elegible.
- Prima vacacional superior a lo requerido por ley.
- Auto ejecutivo, para puestos de gerentes hacia arriba. Incluye mantenimientos y gasolina.
- Plataforma de bienestar, una plataforma digital que ofrece un estilo de vida más saludable.
- Safe Ride Home, 3 viajes de taxi al año.
- Gympass, descuentos en gimnasios dentro de la red de la plataforma Gympass.
- Product allowance, montos para comprar productos de la marca.
- Subsidio de incapacidades, se subsidia el pago del IMSS.

En la oferta de beneficios que la organización ofrece, no todos se aplican al personal sindicalizado ya que estos se negocian por contrato.

8.6 Equilibrio y bienestar laboral

2-7.

ESTRATEGIA BIENESTAR STZ 2030

Constellation Brands trabaja para convertirse en una empresa que contribuye a conservar y mejorar el entorno, comenzando por el bienestar de sus miembros. La organización asume la responsabilidad del impacto que genera al considerar un enfoque que promueva más salud, productividad, creatividad y calidad de vida, con acciones dirigidas a cumplir sus objetivos en tres aristas:



Los objetivos de bienestar laboral establecidos en la estrategia STZ 2030 son:

- Realizar una evaluación de riesgo de salud para todos los colaboradores.
- Tener 0 colaboradores con Obesidad III para 2027.
- Reducir el 20 % de Obesidad en la organización para 2030.
- Aumentar el porcentaje de colaboradores que participen en los programas de salud y bienestar empresarial.

- Reducir el número de personas con padecimientos gastrointestinales y musculoesqueléticos.

La organización sostiene su valor de hacer las cosas bien, apegándose a las diferentes leyes y regulaciones internacionales y nacionales, incluida la reciente NOM-035 de la Secretaría de trabajo y previsión Social (STPS), en Constellation Brands se han establecido 4 pilares donde se desarrollan actividades para promover la salud y el bienestar:

Las 4 P's de la Salud



LAS P'S DE LA SALUD

Implementar acciones que permitan ayudar a cuidar la salud de **nuestros colaboradores** y en **la comunidad**, a través de la medicina basada en **4P: Prevención, Predicción, Participación y Personalización.**

Fomentar la **actividad física** en los colaboradores y en la comunidad, encontrar una actividad que les apasione, creando **torneos y competencias internas y externas** e implementar espacios para actividades físicas.

ACTÍVATE



SALUD EMOCIONAL

Brindar **herramientas** que permitan al colaborador aprender a manejar situaciones personales difíciles, manteniendo un **balance emocional** y una **buena relación** con él mismo y su entorno.

Promover una **alimentación saludable y accesible** para los colaboradores y a la comunidad a través de **educación nutricional guiada** por expertos en la materia.

NUTRICIÓN





OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA BIENESTAR STZ 2030

Visión

Ser una compañía con una cultura de autocuidado, enfocada en la salud integral de sus colaboradores mediante la prevención, promoviendo hábitos para crear personas sanas, productivas y creativas, que contribuyan al desarrollo sostenible de la organización.

Misión

Incrementar la calidad de vida de los colaboradores, estimulando la participación activa de cada uno, en el cuidado de su salud. Así como, colaborar con autoridades y planes de salud estatal para cerrar la brecha del acceso a la salud para los colaboradores, sus familias y la comunidad.

Objetivos

- Contribuir a la continuidad de la operación.
- Crear programas valiosos para incentivar el interés de los colaboradores y así disminuir la rotación de personal.
- Reducir enfermedades, por ende, el ausentismo.
- Mejorar la calidad de vida de los empleados y promover el bienestar.
- Reducir costos asistenciales del país.

8.7 Relaciones laborales

[2-27, 2-30.](#)

Constellation Brands en cada una de sus localidades, en cumplimiento a todas las leyes, reformas, convenios, acuerdos, tratados internacionales laborales y demás aplicables; otorga a cada uno de sus sindicatos una plena democracia y libertad sindical, garantizando la no injerencia de la compañía.

La compañía cumple con todas las disposiciones establecidas por la ley en materia sindical:

1. Legitimación de Contrato Colectivo a través de voto personal, libre, directo y secreto de sus afiliados sindicales.

- 2. Revisión de Contrato Colectivo (Salarial o Integral).**
- 3. Voto personal, libre, directo y secreto por parte del personal sindicalizado para ratificar el contenido de las revisiones y negociaciones contractuales integrales.**

Constellation Brands, en su división cerveza, se encuentra asesorado por diversos despachos externos en cada una de sus localidades en materia laboral (individual y colectivo).

Programas existentes	Principales acciones que se realizan por programa	Medición de resultados
Manual de Terminaciones Laborales CBI México	Adicional al manual, la organización cuenta con una carpeta donde se contienen todos los formatos y documentos que se requieren para accionar cualquier tipo de terminación laboral, con el objetivo de que cualquiera de los HR de las localidades puedan acceder a ellos y sean guía para la ejecución de sus procesos de baja.	Alineando el proceso con los despachos externos y los equipos de RH. Se tienen varios métodos de medición, sin embargo, el principal es la supervisión de la generación de demandas laborales.
Verificación laboral voluntaria VELAVO-STPS	Para el cumplimiento legal laboral y adopción de los mecanismos que faciliten este objetivo. Se encuentran en un proceso de implementación del Programa de Verificación Laboral Voluntaria (VELAVO) emitido por el Gobierno Federal a través de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social; con el fin de fortalecer el cumplimiento voluntario de las condiciones generales de trabajo digno para los colaboradores. A partir de este mecanismo alterno a las inspecciones ordinarias en materia de la STPS. Los rubros que se abordan en este proyecto son: 1. Condiciones Generales de Trabajo. 2. Capacitación Adiestramiento y Productividad.	Con la obtención del aviso de inscripción procedente por cada una de las materias a las que apliquen, la compañía se encuentra exenta de inspecciones ordinarias de la STPS durante el periodo de un año. Posterior a este periodo se aplicaría nuevamente para renovar el registro y extender este beneficio. Este ejercicio es un programa voluntario. El cual demuestra el compromiso de CB por poner en marcha sus mejores prácticas avaladas por las autoridades nacionales.
Implementación de NOM 037	Se enfocan en el adecuado cumplimiento legal laboral y en adoptar los mecanismos que faciliten este objetivo. En el mes de junio se publicó en el DOF la NOM 037 Teletrabajo - Condiciones de seguridad y salud en el trabajo, misma que entra en vigor en el mes de diciembre 2023. La compañía se encuentra en estudio y análisis de la NOM 037 para su adecuada implementación y habilitación de las herramientas necesarias para su cumplimiento.	Con el cumplimiento en tiempo y forma de todos y cada uno de los requisitos y lineamientos que señala la NOM 037 y que se mostrarían como evidencia ante cualquier auditoría/inspección de la STPS y evitar cualquier no conformidad o sanción por parte de la autoridad.

Armonización de proceso de cierre de Obra - IMSS	<p>Se instauró un manual de Cierre de Obra con la finalidad de dar a conocer el proceso de Cierres de Obra para los proyectos de expansión y los misceláneos en todos los sitios.</p> <p>Se brinda capacitación a todos los equipos involucrados en este proceso para definir responsabilidades y alcances.</p> <p>Se define el flujo para establecer una guía clara que se utilice para asegurar un adecuado cierre de obra.</p> <p>Se homologó este proceso en todos los sitios.</p>	<p>Se mide de acuerdo a los tiempos de ejecución y cierre de los contratistas.</p> <p>Se lleva el control de los registros de los contratistas que participan en los proyectos.</p> <p>Se programan liberaciones de retenciones contractuales, mediante proyecciones de cierres en cada uno de los proyectos de construcción vigentes.</p>
Armonización de los Reglamento Interior de Trabajo (RIT) de trabajo en todos los sitios.	<p>La compañía cuenta con un mecanismo de actualización periódico del RIT en todos los sitios con la finalidad de adecuar reformas, establecer nuevos lineamientos y cumplir con la legislación laboral.</p>	<p>Con la adecuada aplicación de sanciones y reportes, además de contar con la evidencia ante cualquier auditoría/inspección de la STPS y evitar cualquier no conformidad o sanción por parte de la autoridad.</p>
Playbook Migración de Empleado CBI en México (Art. 15-D Código Fiscal de la Federación)	<p>Elaboración de manual para garantizar el adecuado cumplimiento de la reforma en materia Fiscal sobre la prohibición de personal que migra hacia la empresa especializada que otorga servicios compartidos a todos los sitios.</p>	<p>Con el cumplimiento en tiempo y forma de todos y cada uno de los requisitos y lineamientos que señala la Ley Fiscal en su artículo 15 D, y que se mostrarían como evidencia ante cualquier auditoría/inspección de la STPS para evitar cualquier multa y/o sanción por parte de la autoridad Fiscal.</p>
Playbook Contingencias Sindicales	<p>Elaboración de manual para mitigar riesgos en caso de presentarse cualquier contingencia laboral en todos los sitios.</p>	<p>Teniendo continuidad en las operaciones, expansiones y paz laboral en todos los sitios.</p>
Cumplimiento a REPSE	<p>Elaboración de manual, criterios y árbol de decisión REPSE.</p> <p>Creación de Comité REPSE (Dirección de Relaciones laborales y Fiscal).</p> <p>Apartado REPSE dentro del manual global para solicitud de contratos.</p> <p>Contratación de plataforma de control y revisión documental de proveedores especializados en todos los sitios (plataforma digital).</p> <p>Renovación de certificación REPSE y cumplimiento (Solamente a CIH).</p>	<p>Cumplimiento documental mensual de todas las obligaciones base de todos los proveedores especializados en todos los sitios (pago de impuestos, pago de cuotas IMSS/INFONAVIT, CFDI'S, etc).</p> <p>Cumplimiento cuatrimestral ICSOE y SISUB.</p> <p>No presentando ningún tipo de sanción o multa por parte de las autoridades laboral / fiscal.</p>

En cumplimiento a la legislación aplicable, se elaboran los manuales y/o políticas que rigen los beneficios y procesos internos, posteriormente para hacerlo del conocimiento a todo el personal, se habilitan en el sitio virtual global (Open Bar) dando a conocer todos los programas, prácticas, políticas, reglamentos, manuales, demás documentos y procedimientos respecto a temas de Relaciones laborales. Dependiendo del caso, se define estrategia complementaria de comunicación, de acuerdo con la recomendación de dicha área.



Constellation Brands

9

ACERCA DE
ESTE INFORME

9.1 Compromiso con los ODS y el Pacto Mundial



Constellation Brands, División Cerveza, México

2-23, 2-24.

En el marco de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible), se promueve y proporciona una oportunidad a las organizaciones para crear valor para sus negocios y para la sociedad a través de desarrollos de productos, servicios, tecnología, canales de distribución sostenibles, inversión en cadenas de suministro que sean éticas, inclusivas, eficientes en cuanto a los recursos y resilientes; mejora de oportunidades, habilidades, bienestar y por ende productividad de sus colaboradores, proveedores y contratistas; aumento de la inversión en energía renovable y proyectos de infraestructura.

Alineándose a las prioridades globales de CBI en torno a la Agenda 2030 de las Naciones Unidas y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, así como a los asuntos relevantes identificados en su Análisis de Materialidad, Constellation Brands definió la siguiente matriz de impacto, prioridades y cumplimiento de los ODS y los 10 Principios de El Pacto Mundial, alianza promotora de esfuerzos para buscar soluciones locales a problemas globales.

ODS	Descripción	Principio del Pacto Mundial	Criticidad para CB	Capítulo de Reporte de impacto
	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.	1.- Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional.	Baja	2.2 Cifras relevantes en México. p. 7 5.1 Relación con la comunidad. p. 34 5.2 Programas sociales. p. 35
	Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.	2.- Asegurarse de no actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos.	Alta	5.2 Programas sociales. p.35
	Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.	1.- Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional.	Media	5.2 Programas sociales. p. 35 8.4 Salud y seguridad en el trabajo. p. 67
	Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.	1.- Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional.	Media	5.2 Programas sociales. p. 35 8.3 Capacitación y desarrollo de personal. p. 62
	Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas.	6.- Eliminación de la discriminación respecto del empleo y la ocupación.	Media	5.2 Programas sociales. p. 35 8.1 Plantilla laboral. p. 58 8.2 Diversidad e inclusión. p. 60

ODS	Descripción	Principio del Pacto Mundial	Criticidad para CB	Capítulo de Reporte de impacto
	Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.	7.- Apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales.	Alta	4.2 Agua. p. 22
	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.	9.- Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.	Alta	4.4 Energía. p. 25
	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.	3.- Libertad de asociación y reconocimiento del derecho a la negociación colectiva. 4.- Eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio. 5.- Abolición del trabajo infantil. 6.- Eliminación de la discriminación respecto del empleo y la ocupación.	Alta	2.2 Cifras relevantes en México. p. 7 8.1 Plantilla laboral. p. 58 8.5 Compensación laboral y prestaciones. p.71 8.6 Equilibrio y bienestar laboral. p. 72 8.7 Relaciones laborales. p. 75
	Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.	7.- Apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales. 9.- Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.	Alta	7.1 Calidad CB. p. 50 7.4 Innovación de negocio. p. 54
	Reducir la desigualdad en y entre los países.	1.- Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional.	Media	2.2 Cifras relevantes en México. p. 7 5.1 Relación con la comunidad. p. 34 5.2 Programas sociales. p. 35 7.3 Proveedores y cadena de valor. p. 52
	Conseguir que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.	7.- Apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales. 9.- Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.	Media	3.2 Diálogo con grupos de interés. p. 15 5.1 Relación con la comunidad. p. 34 5.2 Programas sociales. p. 35 7.2 Gestión de riesgos. p. 51
	Garantizar modalidades de consumo y protección sostenibles.	7.- Apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales. 9.- Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.	Alta	4.7 Gestión de residuos. p. 31 6.1 Compromiso ético. p. 44 6.2 Políticas anticorrupción. p. 45 6.4 Competencia leal. p. 47 7.3 Proveedores y cadena de valor. p. 52 7.5 Comunicación responsable. p. 56

ODS	Descripción	Principio del Pacto Mundial	Criticidad para CB	Capítulo de Reporte de impacto
	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.	8.- Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.	Alta	4.1 Cultura ambiental. p. 20 4.4 Energía. p. 25 4.5 Emisiones. p. 28
	Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.	7.- Apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales. 8.- Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental. 9.- Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.	Alta	4.1 Cultura ambiental. p. 20 4.2 Agua. p. 22 4.7 Gestión de residuos. p. 31
	Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, efectuar una ordenación sostenible de los bosques, luchar contra la desertificación, detener y revertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de diversidad biológica.	7.- Apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales. 8.- Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental. 9.- Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.	Alta	4.1 Cultura ambiental. p. 20 4.3 Biodiversidad. p. 25 4.7 Gestión de residuos. p. 31
	Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.	1.- Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional. 2.- Asegurarse de no actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos.	Baja	6.1 Compromiso ético. p. 44 6.2 Políticas anticorrupción. p. 45 6.3 Mecanismos de denuncia. p. 46 6.4 Competencia leal. p. 47
	Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible.	1.- Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional. 2.- Asegurarse de no actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos. 10.- Actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.	Baja	2.7 Certificaciones, distintivos y reconocimientos. p. 12 5.2 Programas sociales. p. 35 5.3 Afiliaciones y asociaciones. p. 42

9.2 Carta de verificación independiente



Carta de Verificación Independiente

A los Grupos de Interés de Constellation Brands México Operación División Cerveza Presente

AuditaRSE, a solicitud de Constellation Brands México, ha sido requerido para realizar la verificación independiente de su Reporte de Impacto ASG Operación División Cerveza en Constellation Brands México correspondiente al Año Fiscal 2023.

Alcance

El alcance de la verificación se basó en revisar el contenido y los indicadores de desempeño presentados en el informe referentes a los temas Ambientales, Sociales y de Gobernanza, donde las opiniones contenidas en el documento verificado y su elaboración son responsabilidad de Constellation Brands México.

Nuestro trabajo consistió en emitir una opinión independiente y responsable sobre la fiabilidad de la información contenida, mediante la obtención de evidencias adecuadas y suficientes para tal propósito.

Proceso de Verificación

Nuestra revisión tomó como base las normas ISAE 3000, Accountability AA1000, la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) para la realización de reportes de sustentabilidad, así como los Estándares de Contabilidad sobre Sostenibilidad (SASB) para la Industria de Bebidas Alcohólicas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

La verificación fue realizada llevándose a cabo las siguientes actividades:

- Físicas: Mediante la validación y análisis de los aspectos descritos en el informe.
- Testimoniales: A través de entrevistas para conocer la gestión y profundidad de los programas de trabajo de responsabilidad social.
- Documentales: Mediante el examen de muestras de datos e información contenidos en el informe a través de:
 - Verificar la existencia de evidencias externas e internas que respaldan la información presentada.
 - Revisar los sistemas, procesos y procedimientos de recopilación, consolidación y reporte de datos que se presentan de manera agregada.
 - Consultar el Portal de la empresa y páginas web descritas en el informe para corroborar algunos de los datos contenidos que hacen referencia a fuentes y temas específicos en forma detallada.
 - Validar la consistencia de la información presentada con relación al informe anterior y el seguimiento a programas e indicadores relevantes.

AuditaRSE
gsuarezsor@gmail.com



Dentro del proceso de revisión, fueron considerados los Estándares GRI determinados en el Estudio de Materialidad y otros aplicables al contenido del informe, así como el apego a los Estándares de Contabilidad sobre Sostenibilidad para la Industria de Bebidas Alcohólicas. Los Estándares validados como cumplidos se detallan a continuación:

ESTANDARES GRI									ESTANDARES SASB
1 FUNDAMENTOS			3 TEMAS MATERIALES						INDUSTRIA
2 CONTENIDOS GENERALES									BEBIDAS ALCOHOLICAS
2-1	2-11	2-24	3-1	301-2	303-3	305-3	403-1	404-1	FB-AB-130a.1
2-2	2-12	2-25	3-2	301-3	303-4	305-4	403-2	404-2	FB-AB-140a.1
2-3	2-13	2-26	3-3	302-1	303-5	305-5	403-3	404-3	FB-AB-270a.4
2-5	2-14	2-27	202-1	302-2	304-1	305-6	403-4	405-1	FB-AB-410a.1
2-6	2-15	2-28	202-2	302-3	304-2	305-7	403-5	405-2	FB-AB-410a.2
2-7	2-16	2-29	205-1	302-4	304-3	306-2	403-6	413-1	
2-8	2-21	2-30	205-2	302-5	304-4	401-1	403-7	413-2	
2-9	2-22		206-1	303-1	305-1	401-2	403-8	416-1	
2-10	2-23		301-1	303-2	305-2	401-3	403-9	417-1	

Conclusiones

Derivado de los trabajos de verificación que efectuamos al presente informe, pudimos apreciar la importancia que se da al desarrollo, implementación y seguimiento de diversos programas y actividades que responden plenamente a la Estrategia de Constellation Brands en materia de responsabilidad social y que a su vez contribuyen a cumplir con los requerimientos de sus diversos grupos de interés.

El no contar con evidencia alguna que haga notar diferencias y contradicciones en la información presentada, consideramos que, el **Reporte de Impacto ASG Operación División Cerveza en Constellation Brands México Año Fiscal 2023**, contiene datos fidedignos y éstos representan de manera coherente y razonable los resultados del período informado con referencia a los Estándares Universales del Global Reporting Initiative, así como el apego a los Indicadores SASB de la Industria de Bebidas Alcohólicas y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

Ciudad de México, a 18 de septiembre de 2023.

C.P. Guillermo Suárez Soriano
AuditaRSE

AuditaRSE
gsuarezsor@gmail.com



9.3 Índice de contenidos GRI "De referencia" a los Estándares GRI

Para el Content Index Service, GRI Services ha confirmado que el índice de contenidos de GRI en el reporte es claro, y que las referencias para cada contenido incluido correspondan con las secciones indicadas del reporte.

Estándar GRI	Contenido	Página / Respuesta Directa	Omisiones
1 La organización y sus prácticas de presentación de informes			
2-1	Detalles organizacionales		
a.	Nombre legal	Constellation Brands México, CIH Holdings México, S. de R.L. de C.V.	
b.	Naturaleza de la propiedad y su forma jurídica		
c.	Ubicación de la Sede Central	Mario Pani No. 400 Santa Fe, Cuajimalpa de Morelos, 05348. Ciudad de México	
d.	En qué países opera	Información general p. 6	
2-2	Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad		
a.	Enumerar todas sus entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	Información general p. 6	
2-3	Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto		
a	Especificar el periodo objeto del informe y la frecuencia de sus informes de sostenibilidad;	Periodo de año fiscal 2023 de la compañía (Marzo de 2022 a febrero de 2023), anual.	
b	Especificar el periodo objeto de sus informes financieros y, en caso de que no se alinee con el periodo objeto de los informes de sostenibilidad, explicar la razón;	N/A	Como entidad pública estadounidense, los informes financieros se publican la SEC (Security Exchange Commission)
c	Indicar la fecha de publicación del informe o de la información presentada;	Octubre 2023	
d	Especificar el punto de contacto para cuestiones relacionadas con el informe o la información presentada.	responsabilidad.social@cbrands.com	
2-4	Actualización de la información		
i	Presentar los motivos de las actualizaciones	N/A	No hubo actualizaciones de información.
ii	Presentar los efectos de las actualizaciones	N/A	No hubo actualizaciones de información.
2-5	Verificación externa	Carta de verificación externa p. 81	

GRI 2: Revelaciones Generales 2021

Estándar GRI	Contenido	Página / Respuesta Directa	Omisiones
2 Actividades y trabajadores			
GRI 2: Revelaciones Generales 2021	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Calidad CB, p.50 Proveedores y cadena de valor, p.52 Innovación de negocio, p. 54	
	2-7 Empleados	Plantilla laboral, p. 58 Capacitación y desarrollo de personal, p. 62 Compensación laboral y prestaciones, p. 71 Equilibrio y bienestar laboral, p. 72	
	2-8 Trabajadores que no son empleados	Relaciones laborales p. 75	
3 Gobernanza			
GRI 2: Revelaciones Generales 2021	2-9 Estructura de gobernanza y composición	Estructura organizacional p. 10	
	2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	Estructura organizacional p. 10	
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	Estructura organizacional p. 10	
	2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	Gestión ASG y Responsabilidad Social p. 14	
	2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	Gestión ASG y Responsabilidad Social p. 14 Gestión de riesgos p. 51	
	2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	Mensaje de bienvenida p. 3	
	2-15 Conflicto de intereses	Compromiso ético, p. 44 Políticas anticorrupción, p. 45 Competencia leal, p. 47 Mecanismos de denuncia, p. 46	
	2-16 Comunicación de inquietudes críticas	Diálogo con grupos de interés, p. 15 Análisis de Materialidad ASG, p. 16 Mecanismos de denuncia, p. 46	
2-21 Ratio de compensación total anual	Compensación laboral y prestaciones p. 71		
4 Estrategia, políticas y prácticas			
GRI 2: Revelaciones Generales 2021	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Gestión ASG y Responsabilidad Social p. 14	
	2-23 Compromisos y políticas	Filosofía y modelo de negocios, p.9 Valores, p.10 Compromiso ético, p.44 Gestión de riesgos, p.51 Proveedores y cadena de valor, p. 52 Compromiso con los ODS, p. 78	
	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	Comité y gestión ASG p. 14 Análisis de materialidad, p. 16 Calidad CB, p.50 Gestión de riesgos, p. 51 Proveedores y cadena de valor, p. 52 Comunicación responsable, p. 56 Compromiso con los ODS, p. 78	
	2-25 Proceso para remediar los impactos negativos	Comité y gestión ASG p. 14 Políticas anticorrupción, p. 45 Gestión de riesgos, p. 51 Proveedores y cadena de valor, p. 52 Comunicación responsable, p. 56 Salud y seguridad en el trabajo, p. 67 Relaciones laborales, p. 75	

Estándar GRI	Contenido	Página / Respuesta Directa	Omisiones
GRI 2: Revelaciones Generales 2021	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	Mecanismos de denuncia p. 46	
	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	Certificaciones, distintivos y reconocimientos, p.12 Agua, p.22 Biodiversidad, p.25 Energía, p.25 Emisiones, p.28 Materiales, p.30 Gestión de residuos, p.31 Calidad CB, p.50 Salud y seguridad en el trabajo, p.67 Compensación laboral y prestaciones, p. 71 Relaciones laborales, p. 75	
	2-28 Afiliación a asociaciones	Afiliaciones y asociaciones p. 42	
	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	Diálogo con grupos de interés p. 15	
	2-30 Convenios de negociación colectiva	Salud y seguridad en el trabajo, p.67 Compensación laboral y prestaciones, p.71 Relaciones laborales, p.75	
GRI 3: TEMAS MATERIALES			
GRI 3: Temas materiales 2021	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	Comité y gestión ASG p. 14 Análisis de Materialidad ASG p.16	
	3-2 Lista de temas materiales	Comité y gestión ASG p. 14 Análisis de Materialidad ASG 16	
ECONÓMICO			
Desempeño Económico			
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales		
GRI 201: Desempeño Económico 2016	201-1 Valor económico generado y distribuido		Como entidad pública estadounidense, los informes financieros se publican la SEC (Security Exchange Commission)
	201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	N/A	
	201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación		
	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno		
Presencia en el mercado			
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	Innovación de negocio, p. 54	
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	Compensación laboral y prestaciones, p. 71	
	202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	Estructura organizacional, p. 10	
Anticorrupción			
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de temas materiales	Políticas anticorrupción p. 45	

Estándar GRI		Contenido	Página / Respuesta Directa	Omisiones
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Políticas anticorrupción p. 45	
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Políticas anticorrupción p. 45	
	205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	–	No hay casos confirmados para el período reportado.
Competencia desleal				
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	Competencia leal p. 47	
GRI 206: Competencia desleal	206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Competencia leal p. 47	
MEDIOAMBIENTAL				
Materiales				
G3: Temas materiales	3-3	Gestión de temas materiales	Cultura ambiental, p. 20	
GRI 301: Materiales 2016	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	Materiales, p. 30	
	301-2	Insumos reciclados	Materiales, p. 30	
	301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	Materiales, p. 30	
Energía				
G3: Temas materiales	3-3	Gestión de temas materiales	Energía, p. 25	
GRI 302: Energía 2016	302-1	Consumo energético dentro de la organización	Energía, p. 25	
	302-2	Consumo energético fuera de la organización	–	No se cuenta con registros que permitan tener esta información
	302-3	Intensidad energética	Energía, p. 25	
	302-4	Reducción del consumo energético	Energía, p. 25	
	302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	Energía, p. 25	
Agua				
G3: Temas materiales	3-3	Gestión de temas materiales	Cultura ambiental, p. 20	
GRI 303: Agua y efluentes 2016	303-1	Interacción con el agua como recurso compartido	Agua, p. 22	
	303-2	Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua	Agua, p. 22	
	303-3	Extracción de agua	Agua, p. 22	
	303-4	Vertidos de agua	Agua, p. 22	
	303-5	Consumo de agua	Agua, p. 22	

Estándar GRI	Contenido	Página / Respuesta Directa	Omisiones
Biodiversidad			
G3: Temas materiales	3-3 Gestión de temas materiales	Cultura ambiental, p. 20	
GRI 304: Biodiversidad 2016	304-1 Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	Biodiversidad, p. 25	
	304-2 Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	Biodiversidad, p. 25	
	304-3 Hábitats protegidos o restaurados	Biodiversidad, p. 25	
	304-4 Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	Biodiversidad, p. 25	
Emisiones			
G3: Temas materiales	3-3 Gestión de temas materiales	Cultura ambiental, p. 20	
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Emisiones, p. 28	
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	Emisiones, p. 28	
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	Emisiones, p. 28	
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	Emisiones, p. 28	
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	Emisiones, p. 28	
	305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	Emisiones, p. 28	
	305-7 Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire	Emisiones, p. 28	
Efluentes y residuos			
G3: Temas materiales	3-3 Gestión de temas materiales	Gestión de residuos, p. 31	
GRI 306: Efluentes y residuos 2016	306-1 306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	–	El proceso de CB es de cero descarga de agua
	306-2 306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	Gestión de residuos, p. 31	
	306-3 306-3 Residuos generados	–	No hubo derrames significativos
	306-4 306-4 Residuos no destinados a eliminación	–	No se cuenta con esta información
	306-5 306-5 Residuos destinados a eliminación	–	No hay cuerpos de agua afectados por la empresa
Cumplimiento ambiental			
G3: Temas materiales	3-3 Gestión de temas materiales		
GRI 307: Cumplimiento ambiental	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	Sustituida por la 2-27 "Cumplimiento con leyes y regulaciones"	

Estándar GRI		Contenido	Página / Respuesta Directa	Omisiones
SOCIAL				
Empleo				
G3: Temas materiales	3-3	Gestión de temas materiales	Compromiso con los colaboradores, p. 57	
GRI: 401 Empleo 2016	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	Plantilla laboral, p. 51	
	401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	Compensación laboral y prestaciones, p. 71	
	401-3	Permiso parental	Compensación laboral y prestaciones, p. 71	
Salud y seguridad en el trabajo				
G3: Temas materiales	3-3	Gestión de temas materiales	Salud y seguridad en el trabajo, p. 67	
GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo 2018	403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo, p. 67	
	403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	Salud y seguridad en el trabajo, p. 67	
	403-3	Servicios de salud en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo, p. 67	
	403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo, p. 67	
	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo, p. 67	
	403-6	Fomento de la salud de los trabajadores	Salud y seguridad en el trabajo, p. 67	
	403-7	Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados mediante relaciones comerciales	Salud y seguridad en el trabajo, p. 67	
	403-8	Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo, p. 67	
	403-9	Lesiones por accidente laboral	Salud y seguridad en el trabajo, p. 67	
Formación y enseñanza				
G3: Temas materiales	3-3	Gestión de temas materiales	Capacitación y desarrollo de personal, p. 62	
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado	Capacitación y desarrollo de personal, p. 62	
	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	Capacitación y desarrollo de personal, p. 62	
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera	Capacitación y desarrollo de personal, p. 62	

Estándar GRI		Contenido	Página / Respuesta Directa	Omisiones
Diversidad e igualdad de oportunidades				
G3: Temas materiales	3-3	Gestión de temas materiales	Diversidad e inclusión, p. 60	
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Diversidad e inclusión, p. 60	
	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Compensación laboral y prestaciones, p. 60	
Comunidades locales				
G3: Temas materiales	3-3	Gestión de temas materiales	Relación con la comunidad, p. 34 Programas sociales, p. 3	
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Relación con la comunidad, p. 34 Programas sociales, p. 3	
	413-2	Operaciones con impactos negativos significativos -reales y potenciales- en las comunidades locales	Relación con la comunidad, p. 34 Programas sociales, p. 3	
Salud y seguridad de los clientes				
G3: Temas materiales	3-3	Gestión de temas materiales	Gestión de riesgos, p. 51 Calidad CB, p. 50	
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	Calidad CB, p. 50	
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	–	Este año no se presentan casos de incumplimiento.
Marketing y etiquetado				
G3: Temas materiales	3-3	Gestión de temas materiales	Comunicación responsable, p. 56	
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Comunicación responsable, p. 56	
	417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	–	Este año no se presentan casos de incumplimiento.
	417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	–	Este año no se presentan casos de incumplimiento.

9.4 Índice de indicadores SASB para Industria Bebidas Alcohólicas



La siguiente tabla, tiene el objetivo ubicar a Constellation Brands, en un nivel de cumplimiento con los criterios SASB, basados en el análisis de información que se tiene de la organización. Este análisis es sólo una perspectiva a partir del sondeo realizado en el análisis de materialidad, más no es una medición determinada bajo ninguna metodología establecida por SASB. Con base en lo aquí establecido, Constellation Brands consideró tomar aquellos criterios que puedan sumar a su estrategia de sostenibilidad.

Código	Tema	Métrica	Categoría	Capítulo/comentario
FB-AB-130a.1	Gestión de la energía	(1) Total de energía consumida.	Cuantitativa	4.4 Energía. p. 25
		(2) porcentaje de electricidad de la red.	Cuantitativa	4.4 Energía. p. 25
		(3) porcentaje de renovables.	Cuantitativa	4.4 Energía. p. 25
FB-AB-140a.1	Gestión del agua	(1) Total de agua extraída.	Cuantitativa	N/A no se revelan datos de agua extraída.
		(2) total de agua consumida, porcentaje de cada una en regiones con un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto.	Cuantitativa	4.2 Agua. p. 22
		Descripción de los riesgos de la gestión del agua y análisis de las estrategias y las prácticas para mitigarlos.	Cualitativa	4.2 Agua. p. 22
FB-AB-270a.4	Consumo de alcohol y marketing responsables	Porcentaje del total de impresiones publicitarias realizados en individuos en o por encima de la edad legal para consumir alcohol.	Cuantitativa	Constellation Brands en México no tiene control sobre las campañas de publicidad y comunicación hacia el consumidor directo ya que todo su portafolio de productos se exporta a los Estados Unidos. La empresa comercializadora, CBI, es la responsable de todas las estrategias de Marketing, sin embargo, en el Capítulo 7.5 Comunicación Responsable, se encuentra información respecto del etiquetado de los productos.
		Número de incidentes de no conformidad de los códigos regulatorios o del sector para el etiquetado o el marketing2.	Cuantitativa	
		Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con las prácticas de etiquetado o de marketing.	Cuantitativa	
		Descripción de los esfuerzos para promover el consumo responsable de alcohol.	Cualitativa	

Código	Tema	Métrica	Categoría	Capítulo/comentario
FB-AB-410a.1	Gestión del ciclo de vida de los envases	(1) Peso total de los envases.	Cuantitativa	4.6 Materiales. p. 30
		(2) porcentaje fabricado con materiales reciclados o renovables.	Cuantitativa	4.6 Materiales. p. 30
		(3) porcentaje que es reciclable, reutilizable o compostable.	Cuantitativa	El 100% del vidrio, aluminio y madera utilizados tienen posibilidad de ser reciclables post consumo. Se desconoce el % de material orgánico utilizado que pueda ser compostable.
		Análisis de las estrategias para reducir el impacto ambiental de los embalajes a lo largo de su ciclo de vida.	Cuantitativa	Debido a que toda la producción se exporta y consume en EU, no existe control desde México sobre el ciclo de vida de los productos.
FB-AB-430a.1	Impactos ambientales y sociales de la cadena de suministro de ingredientes	Auditoría de la responsabilidad social y ambiental de los proveedores: (1) tasa de no conformidad.	Cualitativa	Por el momento no hay información sobre auditorías a proveedores o la utilización de algún estándar de tasa de no conformidad, sin embargo se cuenta con un código de cumplimiento ético para proveedores. 7.3 Proveedores y cadena de valor.
		(2) tasa de acciones correctivas correspondientes para casos de no conformidad a) importantes, b) leves.	Cualitativa	
FB-AB-440a.1	Suministro de ingredientes	Porcentaje de los ingredientes de las bebidas que proceden de regiones con un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto.	Cuantitativa	Ninguna Cervercería se encuentra en zonas con un nivel de estrés hídrico alto.
FB-AB-440a.2		Lista de ingredientes prioritarios de las bebidas y descripción de los riesgos de abastecimiento debido a consideraciones ambientales y sociales.	Cualitativa	No se revela un listado de ingredientes a los que se les de prioridad ni un análisis de riesgos de obtención y/o uso de dichos ingredientes.



¡Gracias!

Si tiene dudas, comentarios o sugerencias relacionadas a la Información No Financiera publicada dentro de este Informe, favor de escribir a: responsabilidad.social@cbrands.com

Para Constellation Brands es muy importante conocer su opinión, haga **clic aquí** para llenar el cuestionario de retroalimentación.



Constellation Brands



Este Reporte está impreso sobre papel español certificado por el Pan European Forest Council, basados en procesos renovables y sustentables.





cbrands.mx



Constellation
Brands