

INFORME DE IMPACTO ASG 2022



Constellation Brands
WORTH REACHING FOR • LO VALE

INFORME DE IMPACTO ASG

ÍNDICE

Mensaje del Director General

Acerca de nosotros

Estrategia ambiental, social y de gobernanza (ASG)

Ambiental

- Demostrar la administración del agua para nuestra industria
- Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)
- Iniciativas de sostenibilidad en la eliminación de residuos y la biodiversidad
- Certificaciones y programas de la industria

Social

- Desarrollo profesional de las mujeres
- Desarrollo económico de comunidades desfavorecidas
- Diversidad, equidad e inclusión (DEI)
- Promover el consumo responsable de bebidas alcohólicas

Gobernanza

- Código de conducta y ética empresarial
- Antisoborno y anticorrupción
- Supervisión de administración de riesgos por parte de la junta directiva y los comités del consejo
- Administración de riesgos empresariales

Compromisos de los empleados

- Crear la mejor organización de su tipo
- Salud, seguridad y bienestar
- FlexAbility

Índices

- Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas
- Sostenibilidad Junta de Estándares Internacionales de Contabilidad (Accounting Standards Board, SASB, por sus siglas en inglés)
- Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD, por sus siglas en inglés)

A menos que el contexto exija lo contrario, los términos "empresa", "Constellation", "Constellation Brands", "CBI", "nosotros" y "nuestro" se refieren a Constellation Brands, Inc. y sus subsidiarias.

El ejercicio fiscal de Constellation Brands abarca del 1 de marzo al 28 de febrero. En este Informe de impacto Ambiental, Social y de Gobernanza (ASG en español; E SG, por sus siglas en inglés) usamos datos tanto del año de calendario como del ejercicio fiscal. El ejercicio fiscal 2022, que finalizó el 28 de febrero de 2022, fue nuestro último ejercicio fiscal completado.

Simplemente, no creo que puedan aplicar una buena práctica empresarial si no están haciendo el bien por sus empleados y comunidades. Durante nuestra historia de más de 75 años, Constellation Brands ha adoptado el compromiso de hacer todo lo posible por proteger nuestro medioambiente y preciados recursos naturales, logrando una diferencia positiva en las comunidades donde tenemos presencia y abogando por un consumo responsable de bebidas alcohólicas. Sin embargo, creemos que los desafíos generalizados en materia social, económica y ambiental del mundo actual exigen mayor responsabilidad y un esfuerzo continuo para tener un avance significativo. Es por ello que respaldamos nuestros compromisos designando específicamente los factores ASG como un principio clave de nuestra estrategia comercial a largo plazo.

Como tal, nos hemos esforzado por mejorar nuestra gobernanza, lo cual incluye establecer una supervisión de los factores ASG en los niveles más altos de la organización e incorporarlos en nuestros procesos comerciales de planeación cada año. Seguimos desarrollando nuestras capacidades y herramientas de elaboración de informes para perfeccionar la recopilación de datos y brindar más transparencia en cómo planeamos lograr nuestros objetivos. Y perfeccionamos nuestra estrategia de ASG para cumplir de mejor manera las expectativas de las partes interesadas, reflejar nuestros valores y tener repercusiones más directas en nuestras comunidades y consumidores.

Nuestro enfoque está fundamentado en los objetivos en los cuales podemos seguir basándonos, colaborando con comunidades, socios del sector y organizaciones estratégicas que comparten nuestros valores y aspiraciones a largo plazo. En este informe, conocerán más acerca de nuestra estrategia de ASG y nuestro trabajo dedicado a las siguientes áreas clave.

SER BUENOS ADMINISTRADORES DE NUESTRO MEDIOAMBIENTE

Demostrar la administración del agua para nuestra industria. Creemos **que el acceso a agua limpia es un derecho humano y fundamental para ayudar a crear comunidades sólidas**. Es nuestra responsabilidad ser buenos administradores del agua que utilizamos, al mismo tiempo que hacemos lo que nos corresponde para garantizar la resiliencia de los recursos hídricos a corto y largo plazo.

Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI). **Estamos trabajando para depender menos de fuentes de energía no renovable mediante iniciativas de conservación de la energía y de energía renovable.**

AUMENTAR LA EQUIDAD SOCIAL DENTRO DE NUESTRA INDUSTRIA Y LAS COMUNIDADES

Promover el desarrollo profesional y el progreso de las mujeres en la industria de bebidas alcohólicas y nuestras comunidades. Históricamente, **las mujeres se han subrepresentado en la industria**. Creemos que, al empoderarlas para triunfar, promovemos una perspectiva más equilibrada que beneficia a nuestra industria y consumidores.

Aumentar el desarrollo y prosperidad económicos en las comunidades desfavorecidas. **Mediante el patrimonio de nuestras icónicas y al conectarnos con nuestras comunidades y consumidores, creemos que podemos ser un catalizador del cambio positivo.**

Fomentar una cultura inclusiva en nuestra organización, caracterizada por la diversidad de orígenes y pensamiento, que reflejan a los consumidores que industria. Creemos **que una cultura inclusiva hace posible que nuestros empleados destaquen y que nuestra empresa establezca vínculos significativos con las partes interesadas, lo cual contribuye a nuestra ventaja competitiva sostenible.**

PROMOVER EL CONSUMO RESPONSABLE DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

Garantizar la promoción y comercialización responsables de nuestros productos y facultar a los consumidores adultos para tomar decisiones responsables con respecto al consumo de alcohol. Creemos **que el consumo responsable de bebidas alcohólicas es importante para la salud, seguridad y bienestar de todos nosotros.**

Estamos sumamente orgullosos del avance que hemos logrado en estas importantes áreas, y nos entusiasma compartirlo con ustedes. Sin embargo, también reconocemos que queda mucho por hacer y creemos que vale la pena dedicar nuestro tiempo, energía y recursos a ayudar a nuestras comunidades y nuestro planeta a prosperar. Quisiera expresar mis más sinceros agradecimientos a quienes forman parte de Constellation, así como a nuestros socios de la industria y la comunidad sin fines de lucro, por su apoyo y colaboración continuos. Juntos, trabajaremos para alcanzar nuestro objetivo de mejorar las conexiones humanas y nuestras comunidades, y crear un futuro que realmente valga la pena.



**BILL NEWLANDS,
PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL**

CREAR UN FUTURO QUE LO VALE

UN FUTURO QUE LO VALE

Desde nuestros humildes comienzos en 1945 como productor de vinos en el norte de Nueva York hasta nuestra posición de líder en la industria de bebidas alcohólicas, con más de 10,000 empleados en Estados Unidos, México, Italia y Nueva Zelanda, nuestra **misión es crear marcas que encanten**.

Atribuimos gran parte de nuestro éxito a nuestra capacidad de anticipar las tendencias del mercado y asumir riesgos calculados para ofrecer algo mejor a nuestros consumidores, accionistas, empleados y la industria. Nuestra historia es de tenacidad y crecimiento como valientes creadores de marcas que se esfuerzan por apoyar a las comunidades donde vivimos y trabajamos. Nuestra dedicación ha impulsado a Constellation Brands a convertirse en una de las grandes empresas de bienes de consumo de mayor crecimiento en el sector minorista de Estados Unidos.

VISIÓN DE CONSTELLATION BRANDS: LO VALE

Estamos en la industria de crear marcas que encanten. Desafiamos los límites con una pasión que nos permite brindar más a los consumidores, accionistas, empleados y a las comunidades donde vivimos y trabajamos.

Estos valores han impulsado nuestro éxito a la fecha y guiado nuestra búsqueda a partir de ahora:

Personal

La verdadera fortaleza se logra cuando todos expresan sus opiniones. Es por eso que creamos nuestra cultura fomentando la inclusión y diversidad de orígenes y pensamiento, y aspiramos a promover un entorno donde todos se sientan facultados para mostrarse tal cual y expresar sus distintos puntos de vista para que sigamos avanzando.

Clientes

Trabajamos incansablemente para anticipar lo que los consumidores quieren hoy, mañana y a largo plazo.

Espíritu emprendedor

Como líder de la industria, actuamos con un enfoque audaz y calculado para lograr nuestra visión y descubrir nuevas oportunidades de crecimiento.

Calidad

Nuestra promesa es perseguir la calidad en nuestros procesos y productos al buscar mejorar continuamente lo que hacemos y cómo lo hacemos.

Integridad

Es más que lograr objetivos. También es importante cómo los alcanzamos. Nuestra ambición es conducirnos con una alta moral y ética, y siempre hacer lo correcto aunque sea difícil.

Nos sentimos orgullosos de tener una obsesión por los clientes y, a medida que seguimos esforzándonos por generar un crecimiento empresarial a largo plazo tanto para nuestro personal como nuestros productos, nuestra ambición es **mejorar las conexiones humanas**. Creemos que este eje impulsor es una de las principales razones por las cuales los consumidores siguen recurriendo a nuestras icónicas marcas, entre otras, **Corona Extra, Modelo Especial, Pacifico, The Prisoner Wine Company, Robert Mondavi Winery, Kim Crawford, Meiomi, Casa Noble Tequila y High West Whiskey**.

Estas aspiraciones enfatizan nuestro compromiso de proteger el medioambiente, demostrar responsabilidad social y generar confianza mediante la transparencia. Creemos **que vale la pena dedicar nuestro tiempo, energía y recursos a ayudar a nuestras comunidades y nuestro planeta a prosperar**, porque no solo es bueno para la empresa sino también para el mundo.

Nuestro documento Informe de impacto ASG destaca nuestros objetivos y el avance que hemos logrado hacia las metas de desempeño pertinentes. Estamos orgullosos de compartir nuestros aportes que son posibles gracias a la labor de nuestros empleados, socios y colaboradores, quienes con fundamentales para que nuestros esfuerzos rindan frutos.

Este informe abarca ciertos datos de factores ambiental es, sociales y de gobernanza, y los parámetros de desempeño para nuestra empresa, y se **preparó haciendo referencia al estándar de bebidas alcohólicas de SASB**. Este informe también considera las recomendaciones del TCFD al desarrollar y difundir nuestro enfoque para gestionar el riesgo y las oportunidades del cambio climático, y hace referencia a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

NUESTRO CAMINO A SEGUIR SE CENTRA EN ESTOS PILARES ESTRATÉGICOS CLAVE:



Crear las marcas del mañana que les encanten a los consumidores

Crear una cartera sin igual de marcas que les encanten a los consumidores mediante capacidades de última generación, de marketing centrado en los clientes y capacidades operativas.



Invertir en nuestras capacidades para acelerar el crecimiento

Mejorar nuestras capacidades integrales de innovación y acelerar el crecimiento orgánico.



Posicionar nuestra cartera para el mañana

Evolucionar nuestra cartera teniendo en cuenta las marcas emergentes del mañana.



Comprometernos a mejorar nosotros mismos y nuestras comunidades

Cumplir con los objetivos de ASG que creemos que son buenos para la empresa y también para el mundo.

ESTRATEGIA ASG

INFORMACIÓN GENERAL

Durante nuestra historia, Constellation Brands ha adoptado el compromiso de proteger nuestro medioambiente, logrando una diferencia positiva en las comunidades y abogando por un consumo responsable de bebidas alcohólicas. Estos compromisos fundamentan nuestras aspiraciones más allá de impulsar los resultados finales.

Creemos que nuestra estrategia nos permite cumplir de mejor manera las expectativas de las partes interesadas, refleja los valores de nuestra empresa y aborda directamente las apremiantes necesidades ambientales y sociales que son importantes para nuestras comunidades, consumidores y empleados. Nos centramos en los aspectos que consideramos que tienen las mayores oportunidades de lograr repercusiones significativas y positivas para las personas y el planeta.

Para ayudar a garantizar que nuestra estrategia de ASG continúe abordando los temas más relevantes para nuestras partes interesadas y la estrategia comercial, en el año de calendario 2022 realizamos una evaluación de materialidad* de ASG mediante un tercero para recopilar perspectivas de partes interesadas internas y externas sobre temas relevantes en materia de ASG. El enfoque y los temas seleccionados se basaron en campos relevantes dentro de ciertos marcos de informes, como SASB, con el respaldo de las tendencias del mercado y la industria. La priorización se determinó evaluando la importancia de los temas de las partes interesadas mediante percepciones obtenidas en encuestas y entrevistas, contenido acerca del cual pares y competidores informan con frecuencia, tendencias globales de ASG y otros asuntos que han afectado a las comunidades vecinas, las personas y el medioambiente.

*En este informe, no utilizamos los términos "material" o "materialidad" en el contexto de valores u otras leyes de Estados Unidos o cualquier otra jurisdicción, o en el contexto de estados o informes financieros. Por lo tanto, para los fines de este informe, "materialidad" no debe interpretarse de la misma manera en que se utiliza en contextos de informes o declaraciones de Constellation Brands.

ASG: COMPROMISOS Y OBJETIVOS

COMPROMISOS/OBJETIVOS

AVANCE NOTABLE

MEDIOAMBIENTE

Ser buenos administradores del medioambiente

Demostrar la administración del agua para nuestra industria.

- Recuperar aproximadamente 1,100 millones de galones de la extracción de agua de cuencas locales, mientras se mejora la accesibilidad y la calidad del agua para las comunidades donde tenemos presencia entre los ejercicios fiscales 2023 y 2025.

- Establecimos y estamos implementando una estrategia a tres años y planes operativos para lograr nuestro objetivo.

Reducir nuestras emisiones de GEI mediante iniciativas de conservación de la energía y de energía renovable.

- Reducir nuestras emisiones de GEI de alcance 1 y alcance 2 en 15 % para el ejercicio fiscal 2025.*

- Establecimos y estamos implementando una estrategia a tres años y planes operativos para lograr nuestro objetivo.

*Con respecto a las emisiones de GEI de alcance 1 y alcance 2 del ejercicio fiscal 2020

SOCIALES

Aumentar la equidad social dentro de nuestra industria y las comunidades

Promover el desarrollo profesional y el progreso de las mujeres en la industria de bebidas alcohólicas y nuestras comunidades.

- Adquirimos el compromiso de invertir \$100 millones en empresas lideradas o fundadas por mujeres para el ejercicio fiscal 2029.
- Tenemos el compromiso de proporcionar herramientas, recursos y acceso para las mujeres en nuestras comunidades con el fin de alcanzar sus metas profesionales.

- Hemos invertido aproximadamente \$75 millones en empresas lideradas o fundadas por mujeres hasta agosto de 2022.
- Como socio corporativo de Dress for Success, ayudamos a más de 3,500 mujeres a recibir servicios y capacitación para avanzar en su carrera profesional durante el año de calendario 2021.

Aumentar el desarrollo y prosperidad económicos en las comunidades desfavorecidas.

- Adquirimos el compromiso de invertir \$100 millones en empresas propiedad de minorías para el ejercicio fiscal 2031.
- Estamos trabajando para abordar los problemas sistémicos que impiden oportunidades equitativas de triunfar para las comunidades hispanas y de raza negra en Estados Unidos.
- Planeamos apoyar a los sectores de bebidas alcohólicas y hostelería a captar y conservar talento diverso.

- Nos hemos comprometido a invertir aproximadamente \$15 millones en empresas propiedad de minorías hasta agosto de 2022.
- Nuestro apoyo de UnidosUS ayudó a más de 4,700 familias hispanas a mejorar su seguridad financiera mediante empoderamiento económico y programas de asesoría para viviendas en el año de calendario 2021.
- En el año de calendario 2021, nuestro aporte a National Restaurant Association Educational Foundation (NRAEF) sustentó la capacitación de más de 700 trabajadores de restaurantes y becas para 320 estudiantes de educación superior en la industria de restaurantes, servicio de alimentos y hotelería.

DEI

Fomentar una cultura inclusiva caracterizada por la diversidad de orígenes y pensamiento, que refleje a nuestros consumidores y a las comunidades donde vivimos y trabajamos.

- Hemos establecido objetivos para aumentar la representación femenina y la diversidad étnica en general entre nuestra población asalariada de Estados Unidos a 50 % y 30 %, respectivamente, para el ejercicio fiscal 2026, de una manera que refleje a nuestros consumidores y comunidades.
- Pretendemos fomentar una cultura laboral que emplee totalmente el beneficio de la diversidad y garantiza una experiencia equitativa para los grupos subrepresentados.

- En el ejercicio fiscal 2022, de nuestra población asalariada en Estados Unidos, 43 % se identifica del sexo femenino y 22 %, como que pertenece a una diversidad étnica.
- Nuestros nueve grupos de recursos de negocio (BRG, por sus siglas en inglés) organizan al menos un evento para todos los empleados, y más de 25 eventos de BRG para educar e informar, además de acercar más a las experiencias de otros para fomentar nuestra cultura laboral inclusiva.

RESPONSABILIDAD

Promover el consumo responsable de bebidas alcohólicas

Tenemos el compromiso de garantizar la promoción y comercialización responsables de nuestros productos.

- Nuestro objetivo es empoderar a los consumidores adultos para hacer elecciones responsables en su consumo de alcohol y sustancias mediante información basada en hechos, programas de participación y políticas.

- En el ejercicio fiscal 2022, no tuvimos casos de incumplimiento con la industria o los códigos normativos de etiquetado y marketing.
- Como miembro corporativo de Responsibility.org, nuestros aportes apoyan sus iniciativas para empoderar a los consumidores adultos a hacer elecciones responsables para siempre como parte de un estilo de vida equilibrado y ayudar a reducir el índice de conducción bajo los efectos del alcohol.

CUIDAR DEL MEDIOAMBIENTE

CUIDAR NUESTRO PLANETA

Pretendemos ser administradores responsables de nuestro medioambiente, haciendo lo necesario para trabajar de manera sostenible y crear relaciones comunitarias que dejen a nuestra gente y al planeta un lugar mejor. Un medioambiente saludable es bueno para el mundo, y creemos que es importante para el éxito a futuro de nuestro negocio.

¿CUÁNTO VALEN MIL MILLONES DE GALONES DE AGUA?

Cuando representa un suministro de por vida para miles de familias,⁽¹⁾ es incalculable. Es por eso que tenemos el objetivo de recuperar aproximadamente 1,100 millones de galones de la extracción de agua de cuencas locales entre los ejercicios fiscales 2023 y 2025, mientras se mejora la accesibilidad y la calidad del agua para las comunidades donde tenemos presencia. ¿Proteger el recurso natural más valioso del planeta? **Lo vale.**

(1) [How We Use Water | US EPA](#)

SER REFERENTES DEL CUIDADO Y ADMINISTRACIÓN DEL AGUA PARA NUESTRA INDUSTRIA

El agua es un recurso natural vital y finito que necesita protección y defensa, especialmente a nivel local.

Creemos que el acceso a agua limpia es un derecho humano y fundamental para ayudar a crear comunidades sólidas. Por lo tanto, es nuestra responsabilidad ser buenos administradores del agua que utilizamos, al mismo tiempo que hacemos lo que nos corresponde para garantizar la resiliencia de los recursos hídricos para las generaciones futuras. Como tal, en nuestras operaciones, seguimos implementando **estrategias aplicadas de administración del agua** e invirtiendo en medidas de ahorro de agua, orientados por nuestro objetivo de recuperación de agua en toda la empresa.

Mientras trabajamos para cumplir con nuestros objetivos a corto plazo, también seguimos mirando a futuro. Para abordar el origen de los desafíos del agua, es necesaria una colaboración eficaz y proactiva, y actuar para lograr resultados significativos y duraderos. Tenemos el compromiso de:

- Desarrollar una cultura orientada a las soluciones en nuestra empresa.
- Convocar a nuestros vecinos y capturar su atención para colaborar en las soluciones locales para mejorar la seguridad hídrica.
- Promover y difundir las prácticas recomendadas en la industria y entre las empresas cercanas para influir y acelerar el avance.

Gestionar activamente el uso del agua para entender los riesgos y oportunidades del agua e implementar iniciativas de ahorro de agua se han vuelto parte habitual de nuestro negocio. En este informe, destacamos varias de nuestras iniciativas de administración del agua, junto con los parámetros específicos para el ahorro y administración del agua que se indican en nuestro informe de seguridad del agua de 2022 de CDP.

Pero eso es solo parte de nuestro enfoque, ya que consideramos que los desafíos del agua son tan grandes que ninguna organización puede abordarlos. Nuestra gente y nuestras comunidades conforman quiénes somos, por lo que estamos **promoviendo la resiliencia del agua donde vivimos y trabajamos** al escuchar, colaborar y tratar los recursos naturales con respecto, a la vez que se invierte en infraestructura pública y la condición de las cuentas para nuestro beneficio colectivo.

Nuestra ambición es **proteger los recursos hídricos de las comunidades donde vivimos y trabajamos colaborando con líderes y organizaciones** para apoyar las cuencas locales y facilitar la recuperación del agua que se consume en nuestras operaciones.

Para lograr nuestras metas, hemos establecido y estamos implementando una estrategia a tres años y planes operativos centrados en el **ahorro de agua, recuperación de cuencas, y accesibilidad y calidad del agua** que considera las necesidades de las comunidades locales, mientras continuamos dedicándonos a hacer mejorar operativas que correspondan con los aspectos únicos de cada proceso de producción.

Entre los ejercicios fiscales 2023 y 2025, tenemos el objetivo de recuperar aproximadamente 1,100 millones de galones de agua extraídos de cuencas locales, mientras se mejora la accesibilidad y la calidad del agua para las comunidades donde tenemos presencia.

CUIDADO DEL AGUA PRESENTE EN NUESTRAS CERVECERÍAS

La estrategia para nuestras cervecerías en México hace énfasis en la **recuperación del agua y en mejoras a la infraestructura para las comunidades donde tenemos presencia**. Se han identificado proyectos mediante la colaboración de la comunidad y la guía de organizaciones externas de recuperación del agua, que buscan **beneficiar a las comunidades y la condición general de las cuencas donde tenemos presencia, mientras seguimos contribuyendo a nuestro objetivo de recuperación del agua a nivel de empresa**.

La cervecería de Nava, en el estado de Coahuila, ha establecido una meta anual continua de participar con la comunidad en torno a la administración del ecosistema dando prioridad al agua. En colaboración con Pronatura Noreste, una organización externa dedicada a la protección ambiental, comenzamos con iniciativas para recuperar agua en la Sierra del Burro (un conjunto de cordilleras en la cervecería de Nava, desde el cual el acuífero se reabastece naturalmente) tras un devastador incendio en 2019. En 2021, las temperaturas bajo cero dañaron el crecimiento de los árboles plantados para reforestación ese mismo año y en 2020, lo cual retrasó la reforestación de aproximadamente 400 hectáreas. Hemos promovido iniciativas para reforzar las capacidades producción y la infraestructura de la planta, lo cual nos permitió reforestar 25 hectáreas en 2021. Además, en los próximos nueve años, prevemos la reforestación de más de 2,000 hectáreas de terreno como parte de esta iniciativa con nuestro apoyo, ayudando a recuperar el agua y los ecosistemas locales, y conservar más agua en la reserva subterránea por los próximos años.

Y en Sonora, donde se encuentra nuestra cervecería de Obregón, hemos colaborado con el Distrito de Riego del Río Yaqui para **construir tres represas a lo largo del canal de riesgo del valle del Yaqui a fin de mejorar la eficiencia en la administración del agua, lo que significa un ahorro de 15 millones de metros cúbicos de agua en promedio en los últimos tres años** según los cálculos del Distrito. Seguimos trabajando con un tercero para certificar el volumen de agua recuperada y reforzar la implementación de nuestra estrategia de administración del agua en esta comunidad. Para **el ejercicio fiscal 2025, estimamos que estas iniciativas representarán casi el 70 % de nuestro objetivo de recuperación del agua de aproximadamente 1,100 millones de galones**.

Adicionalmente, como parte de nuestras actividades para **mejorar el acceso al agua**, en agosto de 2021, la cervecería de Nava coordinó con el gobierno del estado de Coahuila iniciar un proyecto para **mejorar la infraestructura del agua en la ciudad de Zaragoza**, una comunidad próxima a la cervecería, que se espera que **aumente significativamente la disponibilidad en la comunidad**. La primera etapa del proyecto, que incluyó celebrar acuerdos con grupos de interés y socios clave, y la perforación de nuevos pozos de agua, concluyó en julio de 2022.

Operaciones de cervecería de Nava en Coahuila, México

CUIDADO Y ADMINISTRACIÓN DEL AGUA PRESENTE EN NUESTRAS OPERACIONES DE VINOS Y LICORES

El objetivo a corto plazo en la administración del agua en nuestras operaciones de vinos y licores se centra en California, que representa el 70 % de nuestro uso del agua en la división. En nuestras operaciones en California, estamos buscando mejorar el ahorro de agua mediante la implementación de programas educativos para empleados y apoyando una mayor adhesión a las prácticas recomendadas de administración del agua para **seguir reduciendo nuestra extracción y uso en términos generales**. Hemos invertido en ampliar las medidas energéticas parciales y la instrumentación en nuestras instalaciones, que están diseñadas para llevar un mejor monitoreo y seguimiento para optimizar la administración operativa del agua.

Mientras continuamos con nuestro compromiso de tener operaciones eficientes y de educar a los empleados en nuestra empresa, sabemos que la administración efectiva del agua no es algo que podamos lograr por nuestra cuenta, y que las zonas donde tenemos presencia se ven ampliamente afectadas.

Creemos que la oportunidad que causará el mayor impacto para **fomentar nuestra administración del agua es mediante una mayor participación de la comunidad**. Seguimos evaluando afiliaciones y programadas dedicados a proteger las cuencas en mayor riesgo para intervenir en soluciones más relacionadas con la naturaleza, como **reforestación, rehabilitación de vías fluviales, así como la recuperación de pantanos y agua subterránea**, con el fin de ayudar a proteger y garantizar la resiliencia e integridad a futuro de las cuencas para todos.

Nuestros viñedos en Valle de Napa representan un sistema agrícola especialmente diverso y complejo, conformado por más de 164 viñas en siete viñedos y cinco denominaciones de origen o regiones vitivinícolas de Estados Unidos. Cada año, se cosechan más de 3,000 toneladas de uvas de primera calidad de aproximadamente 404 hectáreas activas de terreno, que abarca muchísimos varietales de uvas. Los viñedos incluyen **To Kalon, Wappo Hill, Los Carneros AVA, Borelli y Mount Veeder Winery**.

Todos nuestros viñedos propios y arrendados se adhieren rutinariamente a los planes documentados de administración del agua, tal como lo exigen las certificaciones de viticultura sostenible, incluyendo California Sustainable Winegrowing Alliance y Fish Friendly Farming. Nos guiamos por estos planes para identificar el uso benéfico designado de las masas de agua con base en los objetivos de viticultura establecidos antes de la temporada de cultivo que representan los tipos de suelo, inclinaciones, disponibilidad y calidad del agua de riego, y ahorro de energía.

Desde el ejercicio fiscal 2018, se han incorporado nuevas tecnologías para **maximizar el ahorro de agua y minimizar el riego excesivo**, la escorrentía en exceso y el agotamiento innecesario de las fuentes de abastecimiento. Las mejoras constantes de las prácticas de riego de precisión y conservación del agua en ese periodo derivaron en una reducción significativa del consumo de agua en nuestros viñedos de Valle de Napa, lo cual representa un **ahorro del 39 %**.

Y buscamos ayudar a mejorar la calidad y accesibilidad del agua mediante nuestra participación en The Napa Valley River Restoration Project, **un proyecto colaborativo para recuperar 14 kilómetros del río Napa**. El proyecto involucra aproximadamente 70 parcelas y 34 entidades privadas, entre ellas, nuestros viñedos Oakville Estate y Wappo Hill. Los 23 proyectos de recuperación a la fecha han mejorado notablemente la calidad del agua del Valle de Napa al **reducir la erosión y sedimento** en el río, la fuente principal de contaminación del salmón nativo Chinook, que figura en listas federales como una especie en peligro de extinción.

Además, las aguas residuales con un proceso de tratamiento, que se generan en nuestra bodega González, se reciclan al **100 % para el riego del viñedo y controlar el polvo**. En el año 2021, se reciclaron 42.3 millones de galones de agua para riego de nuestro viñedo Windfall. Esta práctica recomendada utiliza un recurso importante en una región de California donde hay más sequía con respecto a otros estados. En enero de 2021, **se lograron avances en materia de administración del agua pluvial y menor erosión del suelo, se estabilizaron las inclinaciones y disminuyeron los efectos perjudiciales del escurrimiento de agua pluvial** fuera de las instalaciones hacia los afluentes. Esta iniciativa consistió en la instalación de haces de ramas, hidrosiembra, vegetación resistente a la sequía y piedras de río.

COLABORACIÓN PARA CAUSAR UN IMPACTO

The Nature Conservancy 

El apoyo que brindamos a nuestra alianza con [The Nature Conservancy](#) es fundamental para nuestro compromiso con la administración y un área de interés de nuestra estrategia para ayudar a garantizar la resiliencia de los recursos hídricos para las generaciones futuras. Al recurrir a dos oportunidades relacionadas con la naturaleza, el dinámico programa de administración del agua está dirigido a las cuencas de San Joaquin Valley y Stockton/Sacramento, ambas importantes para nuestras bodegas y operaciones. Se espera que estas soluciones brinden un beneficio volumétrico para nuestras metas de reabastecimiento de agua, mientras seguimos apoyando a las comunidades donde vivimos y trabajamos.

En el año de calendario 2022, adquirimos el compromiso de apoyar con \$700,000 al programa global Resilient Watersheds de The Nature Conservancy, así como a innovadores y dinámicos programas de administración del agua en beneficio de las cuencas importantes para nuestras operaciones en bodegas y las comunidades en California.

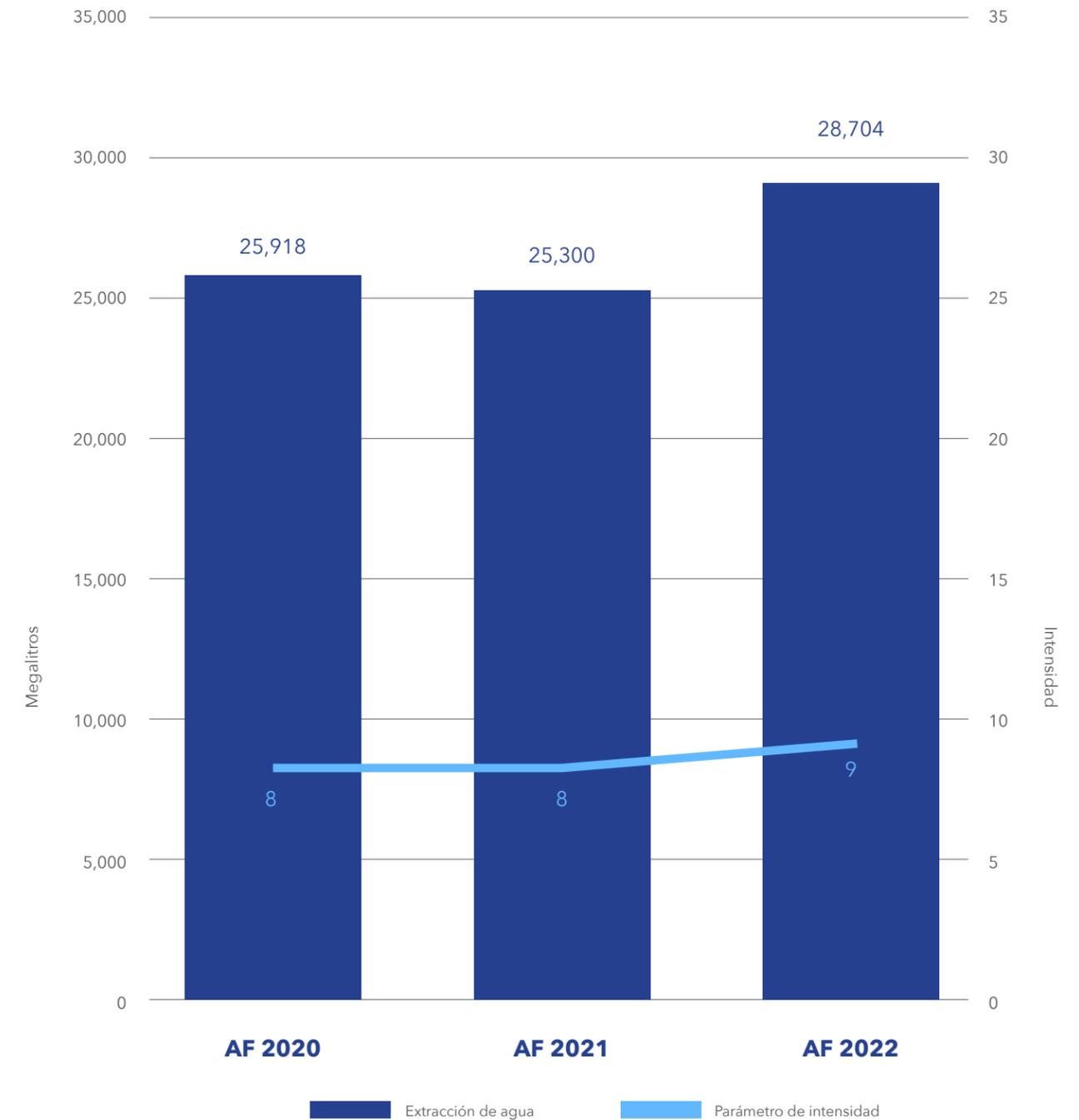
EXTRACCIÓN DE AGUA

	AF 2020	AF 2021	AF 2022
Extracción de agua por fuente (megalitros)			
Agua superficial dulce	2,851	2,817	2,901
Agua superficial salobre/Agua de mar	N/A	N/A	N/A
Agua de lluvia	N/A	N/A	N/A
Agua subterránea: renovable	10,459	12,637	16,332
Agua subterránea: no renovable	8,013	6,148	8,990
Agua producida/tratada	N/A	N/A	N/A
Suministro municipal	4,596	3,698	481
Agua residual de otra organización	0	0	0
Extracción total de agua por fuente (megalitros)	25,918	25,300	28,704
Intensidad del agua normalizada a millones de litros de producto producido [megalitros/millones de litros de producto producido]	8	8	9
Extracción de agua por unidad de negocio (megalitros)			
Cerveza	8,569	9,117	11,627
Vino	17,038	16,172	17,052
Licor	311	11	25
Descarga de agua por destino (megalitros)			
Agua superficial dulce	3,524	3,961	4,114
Agua superficial salobre/Agua de mar	N/A	N/A	1,294
Agua subterránea	1,739	1,102	885
Agua producida/tratada	N/A	N/A	N/A
Planta de tratamiento municipal	714	248	122
Agua residual de otra organización	N/A	N/A	N/A
Descarga total de agua por destino (megalitros)	5,976	5,311	6,415
Consumo total de agua (megalitros)	19,942	19,989	22,289

Durante el ejercicio fiscal 2022, el consumo total de agua aumentó en 12 % en comparación con el ejercicio fiscal 2021, principalmente por la mayor producción y expansión de capacidad en nuestras cervecerías de México y a que se recuperó la producción tras el estancamiento por la COVID-19 en el ejercicio fiscal 2021.

Las cifras suelen redondearse cuando se presentan en tablas. Por lo tanto, la suma de cada cifra en esta tabla podría no coincidir con los totales indicados.

EXTRACCIÓN DE AGUA



Parámetro de intensidad: Extracción total del agua normalizada a millones de litros de producto producido [megalitros/millones de litros de producto producido]

Los datos presentados se relacionan con la extracción de agua de nuestras instalaciones (cervecerías, bodegas, viñedos, destilerías y licorerías) durante los periodos en los cuales tuvimos control operativo sobre las instalaciones respectivas.

Los datos presentados se basan en las medidas reales dentro de lo posible. Si no contamos con medidas directas, empleamos cálculos o estimaciones de ingeniería. Continuamos haciendo todo lo posible por incrementar la exactitud de los datos que informamos.

Nuestra huella hídrica se sometió a una comprobación de una empresa externa de verificación y atestiguamiento de acuerdo con la norma ISAE 3000 *Trabajos para Atestiguar Distintos de Auditoría o Revisiones de Información Financiera Histórica* (vigente para informes de aseguramiento con fecha 15 de diciembre de 2015 o posterior), emitido por el International Auditing and Assurance Standards Board.

¿CUÁNTO VALE UNA BOCANADA DE AIRE FRESCO?

Dado que se han registrado los siete meses más cálidos desde 2015 por el cambio climático,⁽¹⁾ es incalculable. Es por eso que seguimos invirtiendo en energía renovable para nuestras instalaciones y buscamos soluciones innovadoras para mejorar nuestro consumo de energía en general, en un intento por reducir las emisiones de GEI de alcance 1 y alcance 2 en 15 % para el ejercicio fiscal.⁽²⁾ ¿Quiere ayudar a recuperar terreno en la lucha del planeta Tierra? **Lo vale.**

(1) Fuente: Naciones Unidas

(2) Con respecto a las emisiones de GEI de alcance 1 y alcance 2 del ejercicio fiscal 2020

REDUCIR LAS EMISIONES DE GEI

Como parte de nuestro compromiso de proteger el medioambiente y las comunidades donde tenemos presencia y vivimos, estamos trabajando para **depender menos de fuentes de energía no renovable y nuestro consumo de energía en general a fin de reducir nuestras emisiones de GEI**. Vigilamos ciertos aspectos de nuestra huella de GEI y trabajamos para reducir nuestras emisiones por litro de producto de manera gradual.

Para comprender mejor las oportunidades constantes, hacemos un seguimiento de nuestras emisiones con respecto a los cuatro principales GEI pertinentes para nuestras operaciones: dióxido de carbono (CO2), metano (CH4), óxido nitroso (N2O) y hidrofluorocarbonos (HFC), de conformidad con los criterios internacionales del Protocolo de Gases de Efecto Invernadero, creado por el World Resources Institute y el World Business Council for Sustainable Development. Expresamos nuestra huella de carbono en términos de equivalentes de dióxido de carbono (CO2e).

En este documento Informe de impacto ASG, difundimos nuestros parámetros de administración de energía para el ejercicio fiscal 2021. En el ejercicio fiscal 2021, nuestro consumo total de energía se redujo en 4 % en comparación con el ejercicio fiscal 2020: gran parte de este ahorro provino de una disminución en el uso de gas natural, gasolina y combustible de aviación.

PARÁMETROS	AF 2020	AF 2021
Energía total consumida (gigajoules)*	5,456,850 gigajoules	5,229,568 gigajoules
Energía consumida proveniente de la red eléctrica (%)	10 %	11 %
Energía consumida proveniente de fuentes renovables (%)	4 %	5 %

*Incluye combustible y electricidad comprados, y consumo de energía renovable autogenerada sin combustible (por ejemplo, energía solar en el sitio).

Consulte en nuestro informe [Cambio climático 2022 de CDP](#) más datos acerca de cómo gestionamos los riesgos de energía, así como una descripción de dichas estrategias y prácticas para mitigarlos.

Mientras buscamos innovar nuestra empresa, estamos trabajando para convertir nuestras operaciones a fin de optimizar la eficiencia energética e implementar soluciones y tecnologías de energía sostenible. Dentro de nuestras operaciones de Vinos y Licores, estamos invirtiendo en **energía renovable**. En los próximos tres años, tenemos previsto implementar **tecnología de energía solar** en varias de nuestras sedes de California y una en Italia para brindar la **energía renovable local** que nos ayuda en la transición de fuentes de energía derivadas del combustible fósil. Mientras, tenemos el plan de convertir una parte de nuestras operaciones de Cervezas en gas natural e invertir en parques eólicos. Prevemos **que estos esfuerzos colectivos representarán aproximadamente la mitad de nuestro objetivo de reducción de emisiones de GEI para el ejercicio fiscal 2025**.

De manera similar a nuestros planes de administración del agua, reconocemos que la oportunidad de lograr un efecto requiere una **colaboración reflexiva y que nuestra cadena de valor esté alineada**. Hemos logrado avances al mejorar y ampliar nuestro proceso de recopilación de datos sobre las emisiones de GEI de alcance 3, y continuamos haciendo lo posible por incrementar la exactitud de los datos que damos a conocer, a la vez que seguimos trabajando para comprender mejor nuestras oportunidades de ayudar a reducir las emisiones de GEI en nuestra cadena de valor mediante evaluaciones de grupos de interés, encuestas a proveedores y el intercambio de mejores prácticas que sirvan de base para una **estrategia más integral de participación en la cadena de valor**.

Nuestro objetivo a corto plazo para ayudar a reducir los efectos del cambio climático es bajar nuestras emisiones de GEI de alcance 1 y alcance 2 en 15 % para el ejercicio fiscal 2025.*

*Con respecto a las emisiones de GEI de alcance 1 y alcance 2 del ejercicio fiscal 2020

ESTRATEGIAS PARA GEI EN ACCIÓN

Cervecería de Nava

La Secretaría de Medioambiente y Recursos Naturales de México promueve el uso del biogás generado en plantas de tratamiento de aguas residuales, que emite menos GEI que el gas natural. En la cervecería de Nava, **99 % del biogás generado se utiliza en las calderas, lo cual reduce significativamente las emisiones de metano**, uno de los principales GEI. Además, **4 % de la energía total consumida se produce mediante biogás**.

Bodega Woodbridge

La bodega Woodbridge puede adquirir electricidad directamente y celebró un acuerdo con un comprador externo de productos básicos, específicamente para energía eólica renovable. Por consiguiente, **100 % de la electricidad obtenida en la bodega Woodbridge procede de una fuente renovable**. Esta adquisición también ha asegurado una estructura de precios durante varios años, lo cual creemos que **generará ahorros, a la vez que se prescindan de los combustibles fósiles para generar electricidad**.

EMISIONES DE GEI

AF 2019

AF 2020

AF 2021

Emisiones de GEI por alcance [toneladas métricas de equivalente de CO2]

Emisiones de GEI de alcance 1 por región

Norteamérica (Estados Unidos, Canadá y México)	294,019	300,626	282,825
Europa y Asia	1,674	1,749	6,894
Nueva Zelanda	1,287	2,422	1,962
Total global de emisiones de GEI de alcance 1	296,979	304,797	291,681
Emisiones de GEI de alcance 1 normalizadas a millones de litros de producto producido [toneladas métricas de equivalente de CO2/millones de litros de producto producido]	100	97	90

Emisiones de GEI de alcance 1 por división de negocios

Cerveza	233,562	251,019	262,297
Corporativas	9,616	8,937	4,943
Vinos y licores	53,801	44,841	24,440

Emisiones de GEI de alcance 1 por tipo de GEI

CO2	289,355	301,417	285,970
CH4	170	188	205
HFC	2,504	1,277	3,385
N2O	4,951	1,916	2,121

Emisiones de GEI de alcance 2 (según el lugar) por región

Norteamérica (Estados Unidos, Canadá y México)	49,277	50,471	53,939
Europa y Asia	970	1,169	1,113
Nueva Zelanda	686	690	741
Total global de emisiones de GEI de alcance 2	50,933	52,330	55,793
Emisiones de GEI de alcance 2 normalizadas a millones de litros de producto producido [toneladas métricas de equivalente de CO2/millones de litros de producto producido]	17	17	17

Emisiones de GEI de alcance 2 (según el lugar) por división de negocios

Cerveza	23,579	30,132	32,621
Corporativas	315	289	434
Vinos y licores	27,039	21,908	22,737
Total global de emisiones de GEI de alcance 1 y 2	347,912	357,126	347,473
Emisiones de GEI de alcance 1 y 2 normalizadas a millones de litros de producto producido [toneladas métricas de equivalente de CO2/millones de litros de producto producido]	117	114	107

Emisiones de GEI de alcance 1: gas natural, combustible, biometano, refrigerantes, fertilizante.

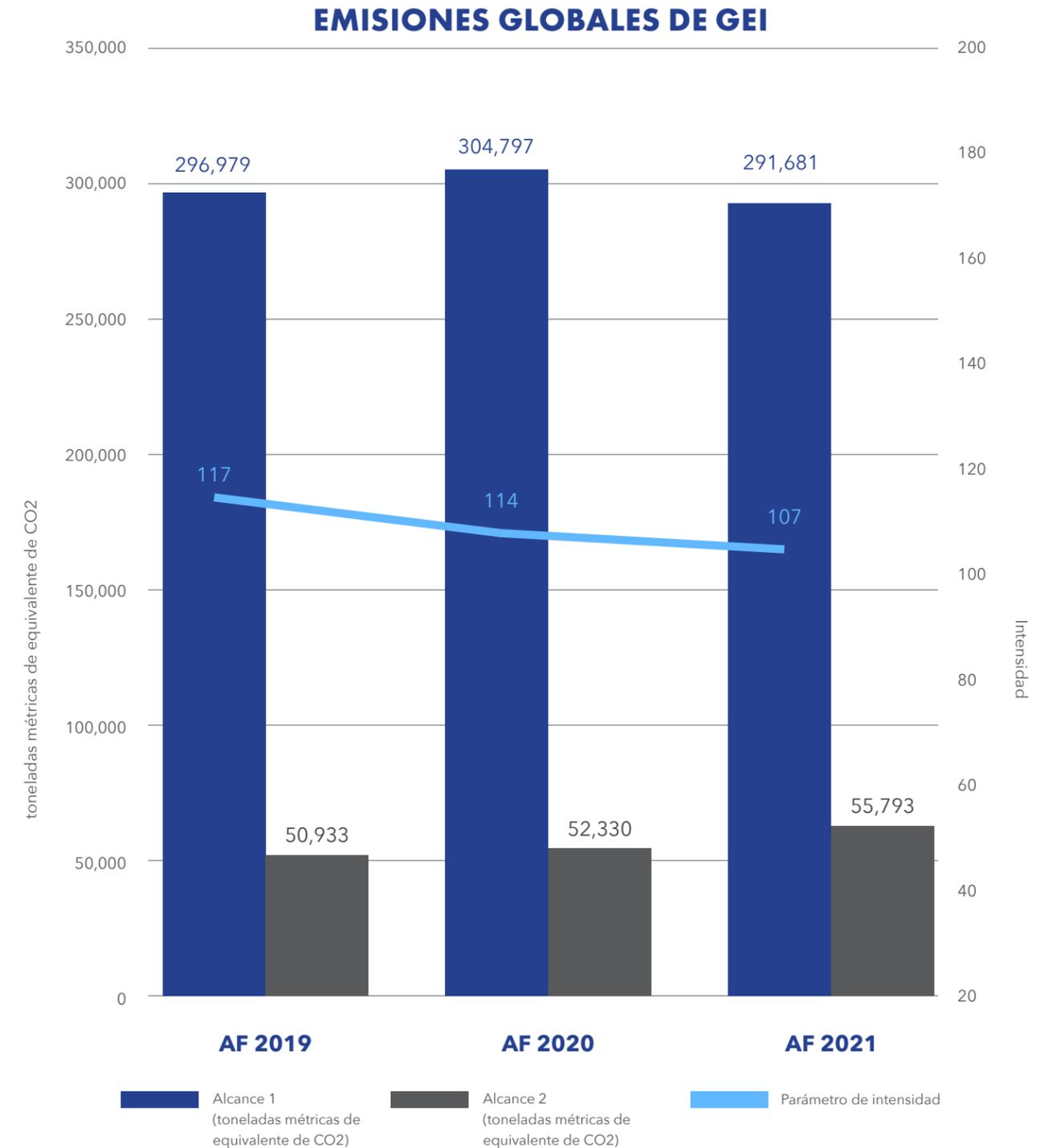
Emisiones de GEI de alcance 2: electricidad.

Las cifras suelen redondearse cuando se presentan en tablas. Por lo tanto, la suma de cada cifra en esta tabla podría no coincidir con los totales indicados.

	AF 2019	AF 2020	AF 2021
Emisiones de GEI de alcance 3 (indirectas) por categoría			
Bienes y servicios comprados	11,332,202	44,849,445	47,632,520
Bienes de capital	Irrelevante	Irrelevante	Irrelevante
Actividades relacionadas con combustible y energía (no incluidas en el alcance 1 o 2)	61,047	62,872	61,109
Transporte y distribución anterior	Irrelevante	Irrelevante	Irrelevante
Residuos generados en operaciones	3,724	3,222	3,038
Viajes de negocios	10,980	8,782	1,569
Desplazamientos de los empleados	Irrelevante	Irrelevante	Irrelevante
Activos alquilados	Irrelevante	Irrelevante	Irrelevante
Transporte y distribución posterior	469,428	493,990	471,161
Procesamiento de productos vendidos	Irrelevante	Irrelevante	Irrelevante
Uso de productos vendidos	Irrelevante	Irrelevante	Irrelevante
Tratamiento de productos vendidos al término de su vida útil	Irrelevante	Irrelevante	Irrelevante
Activos alquilados en fases posteriores	Irrelevante	Irrelevante	Irrelevante
Franquicias	Irrelevante	Irrelevante	Irrelevante
Total de emisiones de GEI de alcance 3 (toneladas métricas de CO2)	11,877,381	45,418,311	48,169,397

En general, el total de emisiones de GEI de alcance 1 y alcance 2 del ejercicio fiscal 2020 disminuyeron en un 3 % en comparación con el ejercicio fiscal 2021. Constellation Brands logró reducir las emisiones de GEI de alcance 1 y alcance 2 como resultado de iniciativas de sostenibilidad implementadas por nuestros equipos de operaciones, incluyendo los descritos en este informe.

Las cifras suelen redondearse cuando se presentan en tablas. Por lo tanto, la suma de cada cifra en esta tabla podría no coincidir con los totales indicados.



Parámetro de intensidad: Emisiones de GEI de alcance 1 y alcance 2 normalizadas a millones de litros de producto producido [toneladas métricas de equivalente de CO2/millones de litros de producto producido].

Los datos presentados se relacionan con las emisiones de GEI de nuestras instalaciones (cervecerías, bodegas, viñedos, destilerías, licorerías y oficinas) durante los periodos en los cuales tuvimos control operativo sobre las instalaciones respectivas según se define en el protocolo de GEI.

Los datos presentados se basan en las medidas reales dentro de lo posible. Si no contamos con medidas directas, empleamos cálculos o estimaciones de ingeniería. Continuamos haciendo todo lo posible por incrementar la exactitud de los datos que informamos.

Nuestras emisiones de GEI (alcance 1, alcance 2 y alcance 3) se sometieron a una comprobación de una empresa externa de verificación y atestiguamiento de acuerdo con la norma ISAE 3000 y la norma ISO 14064-3 de GEI, Parte 3: Especificación con orientación para la validación y verificación de declaraciones sobre gases de efecto invernadero. La verificación utilizó un nivel limitado de aseguramiento según se describe en las normas.

INICIATIVAS DE SOSTENIBILIDAD EN LA ELIMINACIÓN DE RESIDUOS Y BIODIVERSIDAD

INICIATIVAS PARA ELIMINAR RESIDUOS

Los residuos forman parte de cualquier proceso de producción, y estamos buscando continuamente mejorar las formas en que manejamos los residuos para reducir el impacto ambiental de nuestra generación, transporte y desecho de residuos. En nuestras sedes alrededor del mundo, nuestras acciones mitigantes incluyen **reducir, reutilizar, reemplazar y reciclar materiales**, así como fertilizar y desviar los residuos de los vertederos.

Nuestras cervecerías de Nava y Obregón en México **desviaron 99 % de los residuos producidos** en el ejercicio fiscal 2022. En los últimos dos ejercicios fiscales, más de 670,000 toneladas de subproductos generados durante la producción en la cervecería de Nava se destinaron a uso de terceros en la región, por ejemplo, como alimento para ganado vacuno, ovino y porcino.

A partir de octubre de 2021, la cervecería comenzó **a reemplazar palés de madera de un solo uso por palés de plástico multiusos**. Los tableros de cartón, que se utilizan en el envío y se desechan al llegar a destino, están siendo reemplazados por tableros de plástico reutilizable.

En febrero de 2022, la cervecería de Nava comenzó un **proyecto de economía circular para procesar residuos**, como biosólidos y lodo, y convertirlos en composta. Con esta composta, la cervecería tiene previsto crear un huerto para cultivar verduras que puedan servirse en el comedor común de la instalación. La cervecería también ha implementado el reciclaje para reducir la cantidad de desecho que llega a los vertederos; y en los dos últimos ejercicios fiscales, ha reciclado más de 46,000 toneladas de residuos.

TEQUILA CASA NOBLE

Casa Noble transforma residuos a partir de varias etapas del proceso de cultivo y producción mediante su programa de composta de agave 100 % orgánica. Este proceso tarda aproximadamente ocho meses, que comienza con la extracción de agave donde se separa la fibra del jugo (mosto). La fibra se enjuaga y envía al área de compostaje. Las cabezas y colas de agave se envían a estanques especiales para neutralizar el pH, después se mezclan con la fibra y se devuelven al área de compostaje.

Objetivo de Corona sobre eliminar el plástico

La división de Cervezas colaboró con un minorista importante en un proyecto para eliminar todo el plástico utilizado en los six packs de Corona Extra de 355 ml, que incluyó el retiro de los anillos Hi Cone, y la película retráctil secundaria. De ahora en adelante, las latas se envasarán en cajas de cartón certificadas por el Forest Stewardship Council. Se espera que esta iniciativa, implementada en marzo de 2022, derive en una reducción estimada total de 9 toneladas de plástico para fines del año de calendario 2022.

Para promover esta iniciativa, Corona tiene el compromiso de **eliminar 454 toneladas de plástico de nuestras playas para 2025, en el aniversario número 100 de la marca**. La campaña *Protect our Beaches* consta de tres iniciativas: limpiezas de gran impacto en las playas, reducción de plásticos internos y limpiezas en la comunidad.

Desde el lanzamiento de la campaña en 2020, Corona ha eliminado más de 258 toneladas de plástico, que es más del 50 % de la meta global. Este año, la marca continúa implementando más limpiezas en las playas y la comunidad, así como eliminando el plástico de sus operaciones, lo cual reduce aún más la huella de plástico de la empresa. Creemos que la misión es lograr concientizar acerca del cambio social y ambiental para mantener limpio el lugar de Corona, las playas, en los próximos años.





PROTECCIÓN DE LA TIERRA Y BIODIVERSIDAD

La pérdida de biodiversidad es un problema de sostenibilidad para muchas industrias. Adoptamos un enfoque a largo plazo para la conservación de vías fluviales, el suelo y el ecosistema para reducir nuestro impacto en el medioambiente natural, y tenemos el compromiso de ser buenos administradores para propiciar un entorno natural limpio y biodiverso.

Cervecería de Nava

Nuestra cervecería de Nava implementó un programa de Conservación de flora y fauna, con el cual se han rescatado y reubicado especies protegidas de flora y fauna desde el ejercicio fiscal 2018. En el ejercicio fiscal 2021, se reubicaron individuos de diversas especies de serpientes y reptiles, y 100 especies de flora. La reubicación se realizó en un área protegida de tres hectáreas en la propiedad de la bodega, especialmente diseñada para la reubicación de flora y fauna rescatadas.

Grupo Ruffino

Todos los centros agrícolas de Ruffino cuentan con la certificación Biodiversity Friend por parte de la World Biodiversity Association desde el año de calendario 2018. Al adherirnos al programa de la asociación, hacemos todo lo posible por respetar e implementar procesos y proyectos dirigidos a administrar el agua de manera responsable, ayudar a garantizar inspecciones de malezas y parásitos con métodos de bajo impacto ambiental, propiciar la plantación de setos y zonas forestales, así como adoptar procesos de rotación de tierra cultivada desde el punto de vista de la conservación y aumento de la biodiversidad en nuestras fincas y los alrededores.

Viñedos de Valle de Napa

En nuestros viñedos de Valle de Napa, se vigilan y registran constantemente las especies observadas, el tipo de hábitat, así como ciertos indicadores de diversidad vegetal y animal en cada propiedad y en los alrededores, y se toman medidas para promover la biodiversidad de manera continua, como se describe a continuación. SE han llevado a cabo iniciativas específicas para minimizar el impacto negativo en las cuencas pertinentes y los bancos de cursos de agua se llenan con bandas de amortiguamiento de vegetación adyacentes a las vías fluviales.

La plantación actual de setos propicia un entorno para insectos beneficiosos, protege las poblaciones de aves y limita la deriva de pesticidas a entornos acuáticos cercanos, mientras que los programas de plantación de árboles nativos favorece la protección de los pantanos circundantes. La cubierta de vegetación nativa junto al delta de las vías fluviales se supervisa para ayudar a controlar las especies invasivas, mientras que las manadas de chivos y ovejas pastan los arbustos crecidos.

Además, nuestros viñedos de Valle de Napa fueron las primeras propiedades de la región en adoptar formalmente un enfoque de cultivo natural en los viñedos, que se extiende más allá de las reglas y estructuras de agricultura orgánica, y considera la calidad general del vino y el impacto en el entorno principal.

El viñedo To Kalon, originalmente plantado en 1868, se reconoce como uno de los viñedos *premier cru* de mayor calidad del mundo. El viñedo de renombre mundial opera en cumplimiento con el marco de California Certified Organic Farming. A comienzos del año de calendario 2020, el equipo de administración de viñedos de Constellation Brands comenzó un proceso de tres años para convertir las prácticas de cultivo en el viñedo To Kalon a fin de cumplir con los requisitos del Programa de agricultura orgánica certificado por el Departamento de Agricultura de Estados Unidos. Los criterios abordan muchos factores, tales como calidad del suelo, cría de animales, control de plagas y malezas, y uso de insumos. Se prevé que esta conversión lleve tres años completos de práctica, y se espera que la primera cosecha orgánica se comercialice en el ejercicio fiscal 2025.

RECONOCIMIENTO DEL LIDERAZGO

Reconocemos los logros con grandes repercusiones mediante los **Environmental Sustainability Awards**, que reconocen las **extraordinarias iniciativas de Constellation que aportan valor comercial y demuestran un compromiso significativo con mejorar nuestra administración del medioambiente**.

El **Leadership Award** reconoce a la instalación de CBI que haya demostrado las mejores prácticas sostenibles en medioambiente en los últimos dos ejercicios fiscales, como eficiencias a nivel de empresa y operativas, ahorro en costos, participación de la comunidad e innovación. Para que se considere, la instalación debe abordar la categoría de administración del agua y al menos dos categorías adicionales de sostenibilidad (energía, manejo de residuos, ecosistemas y cadena de suministro).

El **Stewardship Award** reconoce a la instalación de CBI que haya implementado uno o más de los mejores proyectos de sostenibilidad ambiental en los últimos dos ejercicios fiscales, que deriven en sólidos beneficios ambientales en cualquiera de las categorías de sostenibilidad.

Ganadores del Environmental Sustainability Award 2012

Cervecería de Nava, galardonada con el Leadership Award

Las iniciativas integrales en materia de sostenibilidad ambiental de la cervecería de Nava abarcaron nuestras cuatro categorías, y consideramos que la cervecería de vanguardia es un referente de la industria en cuanto a tecnología, eficiencia y calidad.

"Este premio es un reconocimiento de la labor diaria que hacen los equipos en todas las áreas de la cervecería de Nava para cuidar los recursos de la comunidad donde no solo trabajamos, sino donde también vivimos. Tenemos una obligación con nuestras familias, nuestros vecinos y nuestras comunidades de tener operaciones sostenibles".



- Juan Manuel Flores Estrada, vicepresidente y gerente general de cervecería Nava

Viñedo Awatere Hills Vineyard, galardonado con el Stewardship Award

El viñedo Awatere Hills implementó un proyecto de ecosistema para erradicar la *Nassella neesiana*, una plaga muy invasiva que perjudica el bienestar animal en la región Marlborough de Nueva Zelanda.

"Para ser una empresa sostenible en el futuro, nos esforzamos por garantizar que todo lo que hagamos tenga en cuenta esa longevidad, las generaciones futuras, nuestras comunidades o las personas".



- Sergai Davis, gerente de salud, seguridad, medioambiente, sostenibilidad y bienestar en Nueva Zelanda

CERTIFICACIONES Y PROGRAMAS DE LA INDUSTRIA

Las certificaciones de la industria nos sirven como herramienta para guiarnos y medir nuestro impacto ambiental y logros. También brindan información a nivel de industria y consumidores acerca de nuestras prácticas de sostenibilidad.



Creemos que las alianzas y colaboraciones pueden fortalecer y reforzar nuestra posición en la industria, y crear una comunidad de liderazgo de pensamiento y aprendizaje. Participamos en diversos foros y programas junto con nuestros pares para intercambiar puntos de vista y conocimientos, ayudar a acelerar el cambio, y estar al tanto de las prácticas recomendadas y las normas.



AUMENTAR LA EQUIDAD SOCIAL DENTRO DE NUESTRA INDUSTRIA Y LAS COMUNIDADES

ESTRATEGIAS DE RECUPERACIÓN Y FORTALECIMIENTO

La responsabilidad social corporativa es un aspecto esencial de nuestras operaciones y cultura empresarial, conectando nuestras marcas y operaciones con las personas y el mundo que nos rodea de maneras positivas que causan grandes efectos. Tal como la industria y el mundo, nuestro enfoque también ha evolucionado para lograr un impacto positivo en la sociedad. Dedicamos nuestro tiempo, recursos y gran entusiasmo a seleccionar alianzas que sean verdaderos multiplicadores de fuerza a largo plazo.



¿CUÁNTO VALE UN LIDERAZGO DIVERSO?

Cuando se trata de más representación entre los encargados de tomar decisiones, es inconmensurable. Por eso duplicamos nuestra inversión en Dress For Success y adquirimos el compromiso de invertir \$200 millones en empresas propiedad de minorías y fundadas por mujeres durante más de 10 años. **Lo vale.**

DESARROLLO PROFESIONAL DE MUJERES

Las mujeres conforman la mitad de la población y representan más \$6.4 billones en gastos solo en Estados Unidos (31.8 billones de dólares estadounidenses a nivel mundial).⁽¹⁾ No obstante, históricamente, ha sido, y sigue siendo, un sector demográfico subrepresentado en la industria del alcohol y otros segmentos de la comunidad empresarial. Creemos que **empoderar a las mujeres para triunfar promueve la equidad y una perspectiva equilibrada en nuestra industria y otros sectores**, y tenemos el compromiso de hacer lo que nos corresponde brindando los recursos para **apoyar el ascenso y desarrollo profesional de las mujeres en Constellation Brands, dentro de nuestra industria, y en las comunidades donde vivimos y trabajamos.**

Tenemos el honor de apoyar a la organización **Dress for Success Worldwide** y su misión de ayudar a las **mujeres a triunfar en su vida laboral y personal** al empoderarlas para lograr independencia económica mediante una red de apoyo, herramientas de desarrollo y vestimenta profesional. Como socio corporativo

global de Dress for Success (DFS), hemos reforzado nuestras iniciativas de defensa y ayudado a crear un efecto dominó positivo en nuestras comunidades. En el año de calendario 2021, nuestros aportes en dinero y más de 210 horas destinadas a voluntariado por parte de nuestro personal donados a los servicios y programas de DFS tuvieron un impacto positivo en 3,500 mujeres.

Comunidades de todo el mundo se siguen viendo afectadas de maneras inimaginables por la pandemia de COVID-19 y, para las mujeres a las que DFS presta servicio, los riesgos son especialmente grandes ya que muchas pertenecen a los grupos más vulnerables a nivel económico. De acuerdo con el Foro Económico Mundial y el Fondo de Población de las Naciones Unidas, las mujeres se llevan la peor parte de la pandemia.⁽²⁾ En comparación con los hombres, algunos estudios indican que las mujeres se vieron perjudicadas de manera desproporcionada por la recesión económica mundial a causa de la COVID-19. Según Deloitte Global, casi la mitad de mujeres que trabajan de tiempo completo en funciones de gerencia media y no gerenciales mencionan que no están avanzando tan rápido como quisieran en su carrera profesional,⁽³⁾ y la Cámara de Comercio de Estados Unidos informó que un millón de mujeres están fuera de la fuerza laboral en comparación con antes de la pandemia.⁽⁴⁾ Por lo tanto, consideramos que nuestro apoyo a DFS es especialmente crucial dados estos avances económicos actuales.

(1) World Data Lab, "MarketPro" (2020)

(2) McKinsey & Company (2021)

(3) Mujeres en el trabajo 2022: Una perspectiva global, Deloitte Global

(4) Data Deep Dive: A Decline of Women in the Workforce, Cámara de Comercio de Estados Unidos (2022)

Datos de parámetros cortesía de Dress for Success Worldwide.

MUJERES QUE APOYAN A MUJERES

Creemos que las mujeres empoderadas facultan a otras mujeres para triunfar. El programa de círculos "Lean In" de Dress for Success Chicago ayuda a las mujeres a progresar y desarrollar habilidades de liderazgo al reunir a mujeres de todos los sectores para dar y recibir mentoría, y crear un espacio ambicioso sin reservas.

De marzo a diciembre de 2021, siete colegas de Constellation Brands fungieron como mentoras de 10 clientas de DFS Chicago. Iniciativas como el programa de círculos "Lean In" y organizaciones como DFS ofrecen a nuestras empleadas la valiosa y gratificante experiencia del voluntariado durante todo un año.

"Colaborar con DFS no solo ha sido una experiencia gratificante desde un punto de vista filantrópico, sino que también me ha permitido participar en diálogos de mutuo beneficio sobre cómo desempeñarse en el mundo corporativo como mujer, mamá, cuidadora, etc. Al ser parte, he podido tener una perspectiva más integral de la cultura de nuestra empresa y por qué DFS es un socio tan increíble. El valor de esta alianza es inconmensurable".

- **Voluntaria de Constellation Brands**

Hemos redoblado nuestro compromiso con Dress for Success en el ejercicio fiscal 2022 a \$200,000 para continuar apoyando a programas de afiliados locales.

Mediante nuestro evento **Your Hour Her Power[®]**, se recaudó un monto adicional de **\$16,200** de financiamiento para empleados y la empresa durante el **Mes de la Historia de la Mujer, en marzo de 2022.**

Desde que comenzó sus operaciones en 1997, Dress for Success se ha ampliado a más de 140 ciudades en 23 países y ha ayudado a más de 1.3 millones de mujeres a trabajar para ser autosuficientes. Imagen cortesía de Dress for Success Worldwide.



DESARROLLAR LAS COMPETENCIAS DIGITALES DE LAS MUJERES

Para responder a las demandas y requisitos profesionales cada vez mayores en cuanto a competencias en herramientas digitales, DFS Rochester presentó una iniciativa dedicada a capacitar a mujeres en este ámbito. La capacitación de habilidades digitales y los talleres de desarrollo profesional, junto con los servicios adicionales de Dress for Success, empoderan a las mujeres para lograr independencia económica y triunfar. En apoyo a esta causa, donamos 200 computadoras portátiles renovadas, y las empleadas de Constellation Brands asesoraron y dieron mentoría a las clientas en asistencia técnica de TI, administración de proyectos, diseño de experiencia de usuario, entre otros temas.

"Nuestro éxito se atribuye directamente a los increíbles beneficios de donativo en especies, como computadoras portátiles y sus respectivos bolsos. En el mundo de hoy, una computadora es una necesidad, no un lujo. El interés y gratitud de nuestras clientas se manifiesta rápidamente en motivación, mayor confianza y experiencias gratificantes intrínsecas con cada curso concluido, cada currículo enviado o cada postulación realizada".



- **Bivette Stodghill, directora ejecutiva de Dress for Success Rochester**



FOCUS ON FEMALE FOUNDERS

Desde su implementación a fines del año de calendario 2018, nuestra iniciativa *Focus on Female Founders* ha **cambiado nuestras marcas mixtas de cartera de 20 % a casi 50 % de emprendimientos dirigidos o fundados por mujeres**. Mediante nuestro **compromiso de inventar \$100 millones** en empresas dirigidas o fundadas por mujeres para el ejercicio fiscal 2029, nos hemos asociado con varias empresas visionarias y sus apasionadas líderes para crear la siguiente generación de marcas.



Kelly Gasink y Jill Burns, fundadoras de Austin Cocktails. En 2022, tras una inversión de accionistas minoritarios mediante la iniciativa Focus on Female Founders, Constellation Brands adquirió Austin Cocktails en su totalidad.



¿CUÁNTO VALE UN SUEÑO?

Cuando concibe un futuro económico más próspero para todos, es inconmensurable. Por eso nos asociamos con UnidosUS y estamos invirtiendo más de \$1 millones en programas de desarrollo profesional y de seguridad financiera para las comunidades desfavorecidas donde vivimos y trabajamos. ¿Desea ayudar a todos los estadounidenses a lograr su sueño de la vivienda propia?

Lo vale.

DESARROLLO ECONÓMICO DE COMUNIDADES DESFAVORECIDAS

Mediante **colaboraciones y apoyo financiero**, estamos haciendo una diferencia positiva mediante **capacitación, nuevas competencias laborales y oportunidades** a aquellos que lo necesitan, así como abogando por las personas desfavorecidas y vulnerables a nivel económico de nuestras comunidades.



Participantes de HOPES en un "recorrido de competencias industriales" para conocer las oportunidades de la industria restaurantera y empleos en MOD Pizza. También acudieron invitados de MOD Pizza para una jornada de aprendizaje y visitar una sucursal local para recorrer las instalaciones. Imágenes cortesía de NRAEF.

AYUDAR A ELIMINAR LAS BARRERAS Y RECONSTRUIR LAS INDUSTRIAS DE RESTAURANTES, BARES Y HOTELERÍA

En abril de 2021, Constellation Brands, junto con el apoyo de la familia de la marca Corona y Meiomí, adquirió un **compromiso colectivo de \$1.75 millones para ayudar a una colaboración nacional por varios años con National Restaurant Association Education Foundation (NRAEF)** y el lanzamiento de su campaña "Restaurants Advance". Nuestro compromiso ayuda a reconstruir la fuerza laboral de la industria restaurantera tras los efectos de la COVID-19 y crear oportunidades muy necesarias para trabajadores del sector de todos los orígenes. Nuestras donaciones a la campaña se destinan específicamente a Restaurants Advance Futures, que incluyen programas fundamentales, como Restaurant Ready y HOPES.

TESTIMONIO DE SOCIO DE LA NRAEF:

"Constellation Brands intervino de una manera contundente para apoyar a los trabajadores de restaurantes al comienzo de la pandemia mediante su compromiso con nuestro [Restaurant Employee Relief Fund](#). Estamos sumamente agradecidos por cómo han seguido apoyando nuestro trabajo para ofrecer más oportunidades en nuestra industria mediante Restaurants Advance Futures. Juntos, estamos reconstruyendo la fuerza laboral de los restaurantes y ayudando a que personas de todos los orígenes encuentren un hogar en nuestra industria".



- **Rob Gifford,**
Presidente de la National Restaurant Association Educational Foundation

Restaurant Ready es un programa nacional para **atraer talento diverso a la industria restaurantera**. Las organizaciones comunitarias ofrecen capacitación en seis áreas de competencia, necesarias para insertarse en el campo laboral, definidas por dicha industria.

Las competencias están previstas para que los participantes adquieran habilidades, disciplina y confianza para comenzar y mantener un trabajo. Las organizaciones comunitarias vinculan a las personas con empleadores locales y brindan servicios integrales para eliminar los obstáculos que se presenten.

Entre los galardonados con becas para capacitación de la NRAEF, se encuentran:

- Mujeres (70 %)
- Personas que se identifican como de raza negra e indígenas, y de color (59 %)
- Estudiantes universitarios de primera generación (50 %)

Los socios de **Hospitality Opportunities for People (Re)Entering Society (HOPES)** utilizan el marco de la capacitación Restaurant Ready de la NRAEF para insertar a adultos de todas las edades, que hayan tenido o tengan alguna situación con la justicia, en las industrias de restaurantes, servicio de alimentos y hotelería. Cuando los participantes concluyen la capacitación para inserción laboral específica de la industria, HOPES les ayuda a obtener empleo en algún restaurante o local de servicio de alimentos en su zona. La NRAEF colabora con empleadores y organizaciones asociadas para seguir ampliando la capacitación profesional y educación de los participantes de HOPES al vincularlos con programas de credenciales y formación como aprendices.

Datos de parámetros cortesía de la NRAEF.

En el año de calendario 2021, nuestro aporte a NRAEF sustentó la capacitación de más de 700 trabajadores de restaurantes y becas para 320 estudiantes de educación superior en la industria restaurantera, servicio de alimentos y hotelería.

"Soy 100 % parte de HOPES. Si no fuera porque me prepararon para trabajar y hacer entrevistas, no hubiese podido obtener este empleo. Todo esto solo confirma que si mantenemos una actitud positiva y nos esforzamos, nos esperan cosas buenas. HOPES ayuda a personas como yo a rectificar y a mejorar".

- **Ernest G.,** joven participante de HOPES de Chicago, contratado por MOD Pizza. Integrante del equipo MOD, nombrado como trabajador estelar, líder de equipo y subcargado (dos ascensos en seis meses).



Imágenes cortesía de ¡SALUD!

AYUDAR A FORTALECER A LAS COMUNIDADES HISPANAS

Apoyar a la comunidad hispana es parte central de nuestra estrategia de responsabilidad social corporativa, dado que los consumidores hispanos son fundamentales para nuestras operaciones: representan más de 45 % del total de venta de cervezas de Constellation Brands*. Y creemos que esa cifra seguirá creciendo, tal como ha sucedido con la población hispana en Estados Unidos, en los próximos años. Constellation Brands, junto con Modelo, ha adquirido un compromiso de \$1 millón en total en los últimos dos años calendario con una alianza nacional con **UnidosUS** (anteriormente, Consejo Nacional de La Raza), la organización de derechos civiles y defensa para hispanos más grande del país, dedicada a brindar recursos para fortalecer la seguridad financiera de las familias hispanas mediante programas de empoderamiento financiero y para adquirir una vivienda.

*Total de datos de panel de IRI en Estados Unidos: todos los outlets, 52 semanas; finalizó el 04/09/2022

Nuestro apoyo ha permitido lograr el siguiente impacto en las comunidades donde vivimos y trabajamos:

Programas de empoderamiento financiero y de asesoría en vivienda de UnidosUS (ejercicio fiscal 2021)

Arrendatarios a quienes les ayudaron para impedir el desalojo	1,034
Personas que recibieron asesoría antes de comprar su primera vivienda	1,274
Propietarios que recibieron asistencia para administrar su presupuesto y conservar sus viviendas	1,647
Propietarios que evitaron una ejecución hipotecaria	140
Familias que recibieron servicios de capacidad financiera para lograr sus metas económicas	640
Total:	4,735

Nos inspira el enorme entusiasmo de nuestros empleados por alentarse unos a otros y seguir con su compromiso de unir y ampliar sus esfuerzos. En mayo de 2022, nuestro grupo de recursos empresariales ¡SALUD! Colaboró con UnidosUS para organizar sesiones informativas que ayudaran a nuestros empleados que hablan español a comprender mejor el beneficio de asesoría en vivienda y financiera al que tienen acceso mediante Constellation y UnidosUS. Estos eventos de “¡GRACIAS!” se llevaron a cabo en la bodega Robert Mondavi Winery y en las instalaciones de The Prisoner Wine Company, a los cuales asistieron más de 80 empleados.

“Los organizadores del evento se cercioraron de que los participantes se sintieran bienvenidos y, lo más importante, escuchados. Se podía percibir el entusiasmo de todos cuando explicaban los beneficios y los recursos de CBI para sus empleados. Este evento fue especial para mí, ya que siempre tengo presente a mi familia y, específicamente, a mi padre. Tuvo muchas dificultades por no saber a dónde recurrir en busca de apoyo y nosotros, como niños, tuvimos que asumir la responsabilidad de encontrar la información para él, una tarea muy difícil a los 10 años por no comprender las complicadas palabras y traducirlas. Que alguien hable el mismo idioma y explique el proceso es invaluable”.

- Lizena Zambrano, gerente de programas y conexión con asesorías de UnidosUS

FOCUS ON MINORITY FOUNDERS

Las empresas emergentes con al menos un fundador de raza negra han recibido 1.9 % de financiamiento y 1.2 % de capital de riesgo general invertido en Estados Unidos hasta el momento en este año de calendario.⁽¹⁾ Asimismo, el financiamiento para las empresas emergentes latinas se ha limitado a alrededor de 2 % capital de riesgo invertido.⁽²⁾ Para equilibrar el ecosistema de capital de riesgo en el país (que consideramos bastante homogéneo), nos sentimos orgullosos de **hacer lo que nos corresponde para lograr avances mediante nuestro programa Focus on Minority Founders.**

Además de financiamiento, la iniciativa Focus on Minority Founders apoya el crecimiento y desarrollo de empresas propiedad de minorías, como personas de raza negra y afroamericanas, y latinas al ofrecer su experiencia en ventas, marketing, operaciones y finanzas a través de expertos.



(1) [VC Funding To Black-Founded Startups Slows Dramatically As Venture Investors Pull Back](#) (crunchbase.com)

(2) [VC Funding To Early-Stage Latinx-Founded Startups In The US Has Stalled. Here's Why That Matters](#) (crunchbase.com)



Inspirados en el éxito de nuestro programa *Focus on Minority Founders*, Constellation tiene el compromiso de invertir \$100 millones en empresas propiedad de minorías, como personas de raza negra, afroamericanas y latinas, hasta el ejercicio fiscal 2031.

Donae Burston, fundador de La Fête du Rosé

DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN

El legado de nuestra empresa se **arraiga en la diversidad de pensamiento y oportunidades equitativas**. Promovemos un sentido de pertenencia y celebramos la individualidad con el objetivo de fomentar una cultura donde todos se sientan valorados, escuchados y respetados, y que empodere a nuestros empleados a mostrarse tal cual en su labor día a día. Esto, a su vez, nos empodera para alcanzar nuestro mayor potencial, tanto a nivel individual como colectivo. La **verdadera fortaleza se logra cuando todos expresan sus opiniones. Lo vale.**

Simplemente, creemos que la única manera de **lograr una conexión auténtica con los diversos consumidores a los que atendemos es que se representen ampliamente sus perspectivas y opiniones en la empresa.**

En los últimos años, hemos tomado medidas significativas para mejorar la estrategia de DEI en nuestra fuerza laboral, la industria y las comunidades donde vivimos y trabajamos. Desde que se creó la función de responsable de diversidad en 2018, formamos un equipo dedicado a promover nuestras iniciativas y nueve BRG para brindar el apoyo que consideramos que mejora la experiencia laboral para todos los empleados de Constellation Brands.

NUESTRA MISIÓN Y VISIÓN PARA LA ESTRATEGIA DE DEI

Nuestra misión en cuanto a DEI es **fomentar una cultura inclusiva caracterizada por la diversidad de orígenes y pensamiento**, que refleje a nuestros consumidores y a las comunidades donde vivimos y trabajamos, y donde todos los empleados se sientan bienvenidos tal como son. Creemos que esta cultura permite a nuestros empleados destacar y a nuestra empresa tener una conexión significativa con nuestros grupos de interés, lo cual deriva en que todos triunfemos de manera continua.

Nuestra visión en cuanto a DEI es desarrollar una fuerza laboral y cultura que permita una correcta implementación de nuestra estrategia de negocio, que mejore nuestra reputación como **destino para el mejor talento diverso, y que cree una ventaja competitiva sostenible.**

“En Constellation, nos esforzamos por promover una cultura inclusiva, caracterizada por la diversidad de orígenes y pensamiento que presente a nuestros consumidores y comunidades. Aunque esto ha sido una prioridad por años, los eventos de los últimos años demuestran que, como muchos otros, nos falta bastante para lograr este objetivo. Es más que solo hacer lo correcto; creemos que también es una buena práctica empresarial. Seguimos comprometidos y dedicados a las acciones que generan cambios significativos y positivos”.

Mike McGrew

vicepresidente ejecutivo, encargado de comunicaciones, responsabilidad social corporativa y diversidad de Constellation Brands, Inc.

NUESTRAS PRIORIDADES ESTRATÉGICAS DE DEI

Desarrollar una fuerza laboral diversa y equitativa, y la mejor de su tipo

Aspiramos a crear una fuerza laboral diversa que represente a los consumidores que atendemos y a las comunidades donde vivimos y tenemos presencia. Aunque hemos logrado mejorar la representación diversa en nuestras operaciones, reconocemos que todavía queda mucho por hacer. Nuestros equipos en México, Italia y Nueva Zelanda están trabajando en objetivos similares y pertinentes a nivel local.

Promover una cultura laboral ganadora e inclusiva

Al tratar de desarrollar una experiencia más equitativa para los grupos subrepresentados, aspiramos a crear una cultura laboral inclusiva que permita triunfar a una fuerza laboral diversa sumamente talentosa y de gran desempeño. Esto implica brindar distintas modalidades de educación, capacitación sobre participación y desarrollo en todas las áreas de nuestra empresa.

Información demográfica de la fuerza laboral en Estados Unidos durante el AF 2022⁽¹⁾

	MUJERES	HOMBRES	RAZA BLANCA	ORIGEN/LATINO/HISPANO	RAZA NEGRA/AFROAMERICANA	ORIGEN ASIÁTICO	OTRO PERSONAS DE COLOR	REPRESENTACIÓN TOTAL DE DIVERSIDAD DE ORIGENES ÉTNICOS
Comité	33 %	67 %	75 %	17 %	8 %	-	-	25 %
Nivel ejecutivo	28 %	72 %	77 %	6 %	4 %	9 %	4 %	23 %
Vicepresidencia	41 %	59 %	83 %	8 %	3 %	5 %	-	16 %
Directiva	37 %	63 %	84 %	6 %	2 %	4 %	1 %	14 %
Todos los empleados asalariados	43 %	57 %	77 %	12 %	2 %	5 %	2 %	22 %



(1) Los datos de diversidad son a partir del 28 de febrero de 2022 y se basan en lo que informan los propios empleados. Los datos del comité incluyen a los integrantes independientes y de la gerencia, excepto el director ejecutivo de Constellation, que se representa en los datos de nivel ejecutivo (Estados Unidos y otros países). Los datos de nivel ejecutivo incluyen a los directores ejecutivos y vicepresidentes sénior. La dirección representa el siguiente nivel gerencial con autoridad de supervisión, debajo de la categoría de vicepresidente. Aunque presentamos datos de hombres y mujeres, reconocemos que no representan completamente todas las identidades de género. Otras personas de color incluyen dos o más razas, indígenas americanos o nativos de Alaska, nativos de Hawái o de otras islas del Pacífico, o categorías que se dejaron en blanco.

La suma de los números podría no coincidir por el redondeo. Las cifras suelen redondearse cuando se presentan en tablas. Por lo tanto, la suma de cada cifra en esta tabla podría no coincidir con los totales indicados.

GRUPOS DE RECURSOS DE NEGOCIO (BRGs)

Creemos que celebrar nuestras diferencias nos hace más fuertes. Al crear un equipo tan diverso como las comunidades a las que atendemos, crearemos mejores productos y experiencias para nuestros clientes y empleados. Por este motivo, ofrecemos a los empleados oportunidades para **promover nuestras prioridades de estrategia de DEI** mediante una comunidad cada vez mayor de BRG que **reúnen a los empleados en torno a intereses comunes, identidades, perspectivas y experiencias compartidas.**

A partir de julio de 2022, aproximadamente 62 % de nuestros empleados asalariados en Estados Unidos pertenecen a una o más BRG.

Nuestras nueve BRG se crearon para **apoyar a las poblaciones únicas que atendemos, concientizar sobre la cultura, desarrollar habilidades de liderazgo y forjar relaciones** entre colegas. Son una manifestación de nuestro enfoque solidario y con el propósito de que los empleados puedan triunfar, además de garantizar que todos trabajemos en función de nuestros objetivos comerciales y de DEI.

Los BRG cuentan con **apoyo del más alto nivel y patrocinios de nuestros ejecutivos** para mejorar la experiencia laboral en la familia Constellation y ampliar nuestro impacto en las comunidades que atendemos.



AASCEND (African Americans Strengthening Constellation's Engagement, Networking & Development)

La misión de AASCEND es crear un sentido de comunidad que genera inspiración, motivación y desarrollo y ascenso profesional para el talento afroamericano y de raza negra en todos los niveles de la organización.

Outdoor Afro es una organización sin fines de lucro con redes de liderazgo que conecta a estadounidenses de raza negra con el exterior. Con 56 redes en Estados Unidos, Outdoor Afro pretende reinventar los espacios al aire libre para personas de raza negra, mientras promovemos su protección. Fundada en 2018, nuestra iniciativa **Pacífico Preserves** representa nuestro compromiso de proteger los exteriores y promueve un mayor acceso a actividades de aventura para todos. En conmemoración al Día de la Emancipación de 2021, Pacific se asoció con Outdoor Afro y el **BRG AASCEND** para celebrar la Proclamación de Emancipación y que a las personas esclavizadas en Texas se les postergó su libertad durante dos años y medio. Se invitaron a empleados y sus amistades y familiares para salir al aire libre durante 2.5 horas para reflexionar sobre la historia de este día.



GENERATIONS

La misión de GENERATIONS es brindar oportunidades de desarrollo y una red para quienes comienzan en su carrera, mientras se fomenta el entusiasmo por Constellation Brands.

Una manera en que las BRG tienen un impacto en nuestras operaciones es mediante las recomendaciones estratégicas que realizan como parte de un **Competencia de casos** anual organizada por el **BRG GENERATIONS**. La Competencia de casos reúne a equipos multifuncionales para analizar un desafío o una oportunidad de negocio real en consonancia con la estrategia comercial y de DEI de Constellation. Es una oportunidad para que quienes inician su carrera demuestren a los líderes de la organización su creatividad, practiquen resolución de problemas de forma estructurada y adquieran habilidades de presentación. Este evento aprovecha el espíritu emprendedor y la obsesión por los consumidores para pensar más allá del presente y lograr un impacto en la manera en que Constellation invierte en el mañana. En enero de 2022, se implementó una idea de una competencia de casos anterior, cuando Constellation Brands hizo la presentación oficial de un programa piloto de mentoría de seis meses en alianza con la plataforma MentorcliQ. Un programa formal e intencionado de mentoría es una de las maneras en las cuales ofrecemos el mejor desarrollo de su tipo. Un programa a nivel de toda la empresa presentado en septiembre de 2022.



ASIAA

(Accelerating Support & Inclusiveness for Asians & Allies)

La misión de ASIAA es atender a un grupo de recursos diverso e inclusivo que fomente el desarrollo profesional y personal de sus miembros, y refuerce los vínculos comerciales y de consumidores de Constellation Brands con la comunidad asiático-americana de las islas del Pacífico y sus aliados.



CPN (Constellation Parents Network)

La misión de CPN es apoyar a los empleados de Constellation durante todo su proceso de paternidad, desde convertirse en padres hasta triunfar profesionalmente como trabajadores o cuidadores.



SAGE (Setting A Great Example)

La misión de SAGE es aportar experiencia a nuestro trabajo, profesión y comunidades, y ser fuente de inspiración para el desarrollo continuo de los empleados y otras personas de la organización que están finalizando su carrera, forjando una ruta y volver a despertar el sentido de propósito.



WISE (Win. Inspire. Support. Elevate.)

La misión de WISE es crear un cambio con gran repercusión en nuestras operaciones y comunidades al incentivar y promover a las mujeres. WISE trabaja para lograr sus objetivos participando con la fuerza laboral, creando programas pertinentes y formando alianzas con los empleados.



¡SALUD! (Supporting and Attracting Latinos United for Diversity and Development)

La misión de ¡SALUD! es conectarse con la comunidad de hispanos y latinos de Constellation Brands, así como de atraerlos y apoyarlos.

En honor a nuestras iniciativas en administración ambiental y para reconocer el **Día de la Tierra**, que se celebra cada año a nivel mundial el 22 de abril, el equipo de responsabilidad social corporativa (RSC) de Constellation, junto con los **BRG CPN y SAGE** organizaron una presentación virtual por parte de **The Nature Conservancy** para nuestros empleados. Los temas de debate incluyeron los desafíos mundiales del agua, estrategias de seguridad hídrica, cómo las empresas pueden liderar en el ámbito del agua y cómo cada uno de nosotros puede conservar nuestro planeta.

El BRG ¡SALUD! Colaboró con UnidosUS en mayo de 2022 para organizar los eventos de ¡GRACIAS! en la bodega Robert Mondavi Winery y The Prisoner Wine Company en California. Los eventos se realizaron en consonancia con el objetivo del equipo de RSC de Constellation Brands de promover el desarrollo y prosperidad económicos para las comunidades desfavorecidas. UnidosUS compartió información con respecto al beneficio de asesoría en vivienda y finanzas al cual tienen acceso los empleados que cumplen con los requisitos mediante nuestra colaboración, tal como la asesoría Ruta para comprar una vivienda para residentes de California. Las sesiones se llevaron a cabo en inglés y en español, y participaron más de 80 empleados.

“Fue un honor poder llegar a los empleados de Constellation en todos los niveles y compartir este increíble beneficio. Gracias al compromiso y aprecio de nuestro equipo de California, se seguirá impulsando al BRG ¡SALUD! En nuestras iniciativas futuras de asesoría financiera y logros económicos para nuestros empleados hispanos y de otros orígenes”.

- Reyna Motton, asistente administrativa de la marca Corona en Chicago y miembro del comité de pilares de impacto empresarial de ¡SALUD! Member of ¡SALUD!



Stellar Pride (LGBTQ+)

La misión de Stellar Pride es abogar por los empleados de diversas orientaciones sexuales e identidades de género mediante políticas y prácticas inclusivas al realizar actividades educativas y de participación tanto a nivel interno como externo.



Valor (Veterans, Service Members, and First Responders)

La misión de Valor es promover un entorno laboral que reconozca, conecte y empodere a la comunidad de veteranos, miembros de servicio y socorristas de Constellation, y crear una experiencia colectiva para facilitar el desarrollo profesional, la productividad laboral y un sentido de pertenencia.

“No puedo describir con palabras el enorme esfuerzo y colaboración que todos hemos presenciado mientras trabajamos en el proyecto de ¡GRACIAS!. Me entusiasmó ver el compromiso de los colegas de CBI y recibí muchos comentarios de aprecio por nuestra presentación bilingüe presencial. Me recordó una frase de Lao Tse: ‘El agradecimiento es la memoria del corazón’”.

- Gerardo Talamantes, gerente de marketing sénior en el sur de California y miembro del comité de pilares de impacto empresarial de ¡SALUD!



Miembros del BRG ¡SALUD! Con Chrissy Wittman (a la derecha, directora senior de viticultura) en The Prisoner Wine Company

COLABORACIONES E INICIATIVAS CLAVE EN MATERIA DE DEI

Tenemos el compromiso de ampliar nuestra influencia para mejorar la equidad social dentro de la industria de bebidas alcohólicas y las comunidades donde vivimos y trabajamos. Para ello, será necesaria la implementación continua de los programas vigentes, como las iniciativas **Focus on Female Founders** y **Focus on Minority Founders**. También prevemos continuar aprovechando nuestros vínculos con las organizaciones comunitarias, como Dress for Success Worldwide y UnidosUS. Además, mediante nuestro **Programa de diversidad de proveedores**, planeamos dar seguimiento a las inversiones, y aumentarlas, con diversos proveedores para garantizar nuestro apoyo a empresas propiedad de mujeres y minorías en nuestras operaciones cotidianas.

Creemos que las colaboraciones pueden fortalecer y reforzar nuestro compromiso de crear una industria más diversa, equitativa e inclusiva. Además de apoyar metas en común, estos importantes vínculos nos ayudan a ampliar nuestra influencia para acelerar el cambio y crear nuevas oportunidades y acceso.

Impact Awards para grupos de recursos de empleados de Seramount

En el año de calendario 2022, el **BRG ¡SALUD! Fue seleccionado con mención honorable en la categoría Impacto comunitario de los Impact Awards en Seramount**. Los grupos nominados en esta categoría tan competitiva han realizado un aporte significativo a las comunidades en las cuales están sus organizaciones. La labor de gran impacto que ¡SALUD! realiza en colaboración con UnidosUS, la organización de derechos civiles y defensa de la comunidad hispana más grande del país, se mostró en una presentación en la cumbre de líderes EmERGe de Seramount en septiembre de 2022.

Iniciativa Pronghorn

Como miembro de Distilled Spirits Council of the United States (DISCUS), apoyamos a nuestros pares en sus esfuerzos por promover un cambio positivo. La iniciativa Pronghorn de DISCUS se creó para **desarrollar una reserva de talento de la comunidad de raza negra, prevista para ocupar 1,800 puestos dentro de la industria de licores en los próximos 10 años**, desde prácticas hasta puestos de nivel ejecutivo. Esta iniciativa a nivel de la industria es la primera de su tipo y está centrada en otorgar acceso y eliminar los obstáculos que ha dejado a la comunidad de personas de raza negra y a otras en desventaja cuando se trata de trabajar, emprender e invertir en la industria de licores. Se trata de un interesante recurso con un enorme potencial de ayudarnos en el proceso de crear y mantener una fuerza laboral diversa y equitativa, y la mejor de su tipo.

Women of the Vine & Spirits (WOTVS)

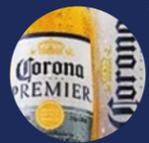
WOTVS es una organización mundial de afiliados integral, dedicada a impulsar con audacia la industria de las bebidas alcohólicas hacia una era más diversa, equitativa e inclusiva era que apoyo el desarrollo e innovación empresarial, empoderando a todos para triunfar. Como parte de nuestra afiliación con WOTVS, participamos en **“Women Raising the Bar”⁽¹⁾** una encuesta específica de la industria, creada en colaboración con Deloitte, que mide el desempeño corporativo con respecto a puntos de referencia de DEI, lo que permite a las empresas **evaluar prácticas destacadas y facilita la rendición de cuentas para crear entornos laborales más diversos, equitativos e inclusivos**. La encuesta de 2022 destacó que 52 %⁽²⁾ de las mujeres en la industria de bebidas alcohólicas considera que ha habido cambios positivos para ellas en los últimos cinco años en dicha industria.

(1) Deloitte, Women Raising the Bar

(2) Q32. To what extent have you seen positive changes in the beverage alcohol industry's attitude toward women in the last 5 years? Sample size: n=258.

Opciones de menor graduación alcohólica a cartera de productos 0 %

A medida que los consumidores prefieren marcas con menos calorías y alcohol, nuestra cartera puede cumplir una función en el consumo responsable al ofrecer opciones. Por ejemplo:



Constellation Brands

Corona Premier:
90 calorías, baja en carbohidratos

Corona Hard Seltzer:
90 calorías, libre de gluten, sin carbohidratos ni azúcares



Kim Crawford; Illuminate Sauvignon Blanc y Rosé:
70 calorías, 7 % de alcohol por 147 ml

Ruffino; spritzers de vino:
6 % de alcohol, elaborada con Ruffino Prosecco y Sparkling Rosé, con limón Limonata Lemon y Arancia Rossa Blood Orange para combinar el agua carbonatada y el sabor natural

Woodbridge; gaseosas devino: 7 % de alcohol por 251 ml



Constellation Ventures

HOP WTR: Infusión de agua carbonatada sin alcohol y libre de calorías con adaptógenos y nootrópicos

Karma Water:
Un agua saludable que aporta seis veces los ingredientes activos de las aguas vitamínicas premezcladas con su Push Cap patentado para una concentración óptima



PROMOVER EL CONSUMO RESPONSABLE DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

Creemos que el consumo responsable de bebidas alcohólicas es importante para la salud, seguridad y bienestar de todos nosotros. Tenemos el compromiso de promover una cultura que considere el bienestar de todos los miembros y nuestras comunidades.

Mientras celebramos el poder de nuestras marcas para crear conexiones, **promover su disfrute seguro y responsable es básico para quiénes somos como empresa.** Como líder en la industria, buscamos garantizar la promoción y comercialización responsables de nuestros productos y facultar a los consumidores adultos para tomar decisiones responsables con respecto al consumo de alcohol, mientras fomentamos una cultura centrada en respetar la decisión de no consumirlo. Nuestra estrategia se enfoca en apoyar programas educativos y de participación basados en hechos, así como en políticas.

COLABORACIONES E INICIATIVAS CLAVE DE CONSUMO RESPONSABLE

Nuestro apoyo al consumo responsable de alcohol abarca a nuestros equipos internos, desde RSC hasta gelaciones gubernamentales, que trabajan en colaboración con sus homólogos del gobierno para promover una política responsable materia de alcohol. También se materializa en nuestra afiliación al **Beer Institute**, donde ocupamos un puesto en el consejo de administración y formamos parte de la Brewers' Voluntary Disclosure Initiative, que proporciona a los consumidores información clave para que los adultos en edad legal de consumir alcohol puedan estar mejor informados sobre las bebidas alcohólicas que eligen disfrutar; el Wine Institute, donde ocupamos dos puestos en el consejo de administración de la organización y apoyamos el programa de responsabilidad social de esta que promueve el consumo moderado; y **DISCUS**, en el que, como miembros, apoyamos la promoción del consumo moderado y responsable de alcohol y las medidas contra la conducción en estado de ebriedad, además de la labor de nuestros empleados en diversos comités para apoyar los esfuerzos educativos del código de publicidad de DISCUS, MyPlate y Standard Drinks, y las iniciativas de DEI.

También ocupamos puestos en el comité de directores ejecutivos y el consejo de administración de **Responsibility.org**, una organización nacional sin fines de lucro que busca eliminar la conducción bajo los efectos del alcohol y el consumo en menores de edad, mientras empoderamos a los consumidores adultos a hacer elecciones responsables para siempre como parte de un estilo de vida equilibrado.

En mayo de 2022, para ampliar nuestras iniciativas de responsabilidad en Europa, Ruffino organizó la conferencia anual de la **Wine in Moderation (WiM) Association** en nuestras fincas de Poggio Casciano y Montemasso en Italia. Dirigida por Sandro Sartor, director general de Constellation para Europa, Medio Oriente y África, como presidente de WiM, WiM es un programa europeo dirigido a promover una **cultura de consumo informado y responsable**, y está afiliado a las principales asociaciones comerciales del sector de vinos de Europa.



Capacitación de TEAM en CMAC

A través de nuestra alianza con **TEAM**, trabajamos los concesionarios, que capacitan a sus empleados para que apoyen el consumo responsable en los eventos y lugares donde se disfrutaban nuestras marcas. Este año de calendario, Constellation colaboró con **TEAM** para proporcionar la **Certificación en capacitación en materia de alcohol a más de 40 empleados voluntarios de Constellation** que vuelven a servir en el Constellation Brands-Marvin Sands Performing Arts Center (CMAC). La capacitación se centra en **concentración de alcohol en la sangre, verificación de identidad y pautas sobre porciones.**

MARKETING RESPONSABLE

Supervisión de las impresiones publicitarias

Cuando hacemos publicidad de nuestros productos a los consumidores finales, utilizamos una combinación de métodos para proyectar la cantidad de impresiones publicitarias en personas en edad legal para consumir alcohol. A través de nuestras agencias de medios, hacemos uso de servicios de medición de audiencias reconocidos, como Nielsen y ComScore, para medir los datos de composición de la audiencia de manera regular y frecuente. Estos datos nos permiten garantizar que nuestros anuncios sean adquiridos por medios de difusión y plataformas de consumidores objetivo (es decir, compras digitales programáticas) que estén principalmente dirigidos a los consumidores en edad legal y, cuando corresponda, específicamente a aquellos consumidores en los cuales se verifica que tienen la edad legal. Nuestro **Código Global de prácticas responsables para la publicidad y el marketing de bebidas alcohólicas** establece un marco fundamental para la publicidad y el marketing responsables de marcas que nos permite garantizar que nuestros mensajes se dirijan a los consumidores en edad legal.

Número de incidentes de incumplimiento con la industria o los códigos normativos de etiquetado o marketing:

En el ejercicio fiscal 2022, no tuvimos casos de incumplimiento con la industria los códigos normativos de etiquetado o marketing.

Total de pérdidas monetarias derivadas de los procesos legales relacionados con prácticas de marketing o etiquetado:

En el ejercicio fiscal 2022, tuvimos pérdidas monetarias derivadas de los procesos legales relacionados con prácticas de marketing o etiquetado.



GOBERNANZA

PRINCIPIOS QUE LO VALEN

Consideramos que crear y mantener la confianza entre nuestra empresa y todos nuestros grupos de interés es un aspecto importante para que triunfemos. A lo largo de nuestra historia, Constellation ha adquirido el compromiso de mantener los estándares más altos de conducta ética y legal, y también estamos comprometidos con la transparencia con respecto a la información de nuestras operaciones. Vemos estos compromisos igual de importantes tanto para representar nuestros valores como para nuestro crecimiento continuo. Las decisiones que tomamos, nuestras políticas y nuestra conducta pretenden mitigar el riesgo, así como proteger a las personas y al medioambiente.

CÓDIGO DE CONDUCTA Y ÉTICA EMPRESARIAL

Los valores fundamentales inculcados por nuestro fundador Marvin Sands—**centrados en las personas, los clientes, el espíritu emprendedor, la calidad y la integridad**—se han mantenido constantes y ayudan a definir nuestra cultura. Estos valores nos permiten garantizar que mantengamos a los consumidores en el centro de nuestras decisiones; que sigamos siendo flexibles y ágiles al abordar las necesidades de nuestro personal, los consumidores y las comunidades; y que sigamos pensando en grande, pensando más allá del presente para lograr lo que viene. La **justicia, honestidad e integridad** han sido parte fundamental de nuestros tratos con empleados, accionistas, clientes, proveedores, organismos de gobierno y nuestras comunidades por más de 75 años.

Nunca hemos dudado de nuestro compromiso de adherirnos a estos principios. Nos **esmeramos para que los empleados, funcionarios y miembros de nuestra junta directiva (consejo) sean responsables de conducirse con los estándares máximos de ética**. Como uno de los productores principales de bebidas alcohólicas, es nuestra responsabilidad demostrar los comportamientos correctos en nuestra organización e industria.



CAPACITACIÓN EN CUMPLIMIENTO DE ÉTICA

Nuestros empleados deben realizar cursos de capacitación en materia de cumplimiento de ética complete o confirmar que conocen nuestras diversas políticas pertinentes. El **código de conducta y ética empresarial** sirve como una guía para nuestros empleados, funcionarios y miembros del consejo al momento de tomar decisiones relacionadas con los valores, procedimientos y leyes aplicables para nuestra empresa. Aunque este código abarca muchos temas, no puede abordar cada situación; por lo tanto, brindamos una guía de **toma decisiones en cuanto a ética** que plantea preguntas para hacerse uno mismo antes de actuar en nombre de la empresa y brindar orientación al respecto.

POLÍTICA ANTISOBORNO Y ANTICORRUPCIÓN

Constellation tiene el compromiso de obtener ganancias con productos y servicios superiores, no mediante prácticas empresariales inadecuadas, poco éticas o cuestionables. Constellation espera que sus empleados cumplan estrictamente con todas las disposiciones aplicables de las leyes anticorrupción.

Nuestra política global antisoborno y anticorrupción prohíbe el soborno y otros pagos inadecuados en las operaciones de la empresa, y describe las responsabilidades de los empleados diseñadas para garantizar la implementación de la política.

SUPERVISIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO POR PARTE DE LA JUNTA DIRECTIVA Y LOS COMITÉS DEL CONSEJO

Rendición de cuentas al máximo nivel

El consejo supervisa la administración de riesgos inherentes en nuestras operaciones, centrándose en los riesgos más significativos que enfrentamos. El consejo realiza sus funciones de supervisión en varios niveles. Con respecto a su supervisión de nuestra dirección estratégica, así como las operaciones de nuestras divisiones de Cervezas y Vinos y licores y las funciones corporativas, el consejo considera y aborda los riesgos principales asociados con aquellos planes estratégicos, divisiones y funciones a nivel macro. Además, cada comité del consejo aborda los riesgos específicos a la función de ese comité a nivel micro, incluyendo las siguientes áreas de riesgo:

- **El comité de auditoría** cumple las responsabilidades de supervisión del consejo ya que se relacionan con nuestras políticas de contabilidad y administración de riesgos empresariales, controles internos y prácticas de elaboración de informes financieros, y revisa y evalúa nuestras principales exposiciones a riesgos y cómo estos se supervisan y controlan. El comité de auditoría también supervisa el cumplimiento de la empresa con los requisitos legales y normativos.
- **El comité de recursos humanos** revisa nuestros programas de remuneración para ejecutivos y no ejecutivos, dado que se relacionan con prácticas de administración de riesgos e iniciativas de toma de riesgos. Asimismo, revisa los asuntos de capital humano de la empresa.
- **El comité de gobernanza y responsabilidad corporativas**, (antes de octubre de 2021, comité de gobernanza corporativa) supervisa los riesgos relacionados con nuestra estructura y procesos de gobernanza, así como nuestros programas de medioambiente, sostenibilidad y responsabilidad social. Administra nuestra política de transacciones con personas relacionadas y, como parte del proceso de administración, supervisa nuestros procesos para mitigar riesgos en dichas transacciones. Además, cada año revisa la prenda de acciones de la empresa, si corresponde, por parte de ejecutivos y directores, y supervisa el riesgo relacionado con alguna prenda. Asimismo, este comité revisa las propuestas de accionistas y hace recomendaciones al consejo sobre cada propuesta.



Constellation Brands, Inc., oficina de Nueva Zelanda

ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS EMPRESARIALES

Además del consejo, nuestro **comité de administración de riesgos empresariales** está conformado por directivos cuyas funciones se relacionan con una amplia variedad de áreas de riesgo, como **operaciones, auditoría interna, finanzas, contabilidad, el jurídico y tecnología de la información**. El comité se reúne periódicamente para identificar y evaluar los riesgos que enfrentamos, y desarrollar e implementar procesos y procedimientos para gestionar, mitigar o abordar los riesgos identificados. Para facilitar las funciones de supervisión del consejo y de los comités de este ya que se relacionan con problemas de riesgos, el comité de administración de riesgos empresariales informa periódicamente al consejo y al comité de auditoría, y recibe comentarios de estos.

Constellation también estableció un departamento de administración de riesgos empresariales que ha trabajado en toda la organización para crear una arquitectura al respecto para la empresa. Este departamento supervisa todas las actividades de administración de riesgos operativos de la organización, vigila y analiza riesgos dentro de las unidades de negocio de la empresa, ayuda a garantizar la alineación con los objetivos organizacionales, y proporciona comentarios al comité de administración de riesgos y al consejo de manera regular de manera programada.

En nuestro Informe anual sobre el Formulario 10-K, divulgamos riesgos operativos, estratégicos, financieros y otros riesgos generales que podrían afectar sustancialmente nuestra empresa, liquidez, situación financiera o resultados de operaciones en periodos actuales o futuros. Estos incluyen, entre otros, riesgos relacionados con ASG, como abastecimiento de agua de calidad, suministros agrícolas y otras materias primas; problemas relativos al cambio climático; condiciones en torno a la pandemia de COVID-19; y riesgos relacionados con nuestras estrategias, iniciativas y objetivos de ASG y DEI. Puede encontrar más información sobre dichos riesgos en nuestro **Formulario 10-K**.

COMPROMISOS DE LOS COLABORADORES

LA CULTURA LO VALE

Creemos que nuestro sólido liderazgo como empleados es una motivación para que nuestros empleados aspiren a un gran desempeño, necesario para triunfar en el mercado y a nivel personal. Nuestros compromisos con el desarrollo, capacitación, participación, salud y seguridad, bienestar y pertenencia de nuestros empleados propicia una cultura de confianza y valores en común.

CREAR UNA ORGANIZACIÓN QUE SEA LA MEJOR DE SU TIPO

Desarrollo profesional y capacitación

Crear reservas de talento diverso, ofrecer el mejor desarrollo al personal y promover el ascenso profesional son componentes clave de nuestra estrategia de capital humano, diseñada para posicionar nuestra empresa en un crecimiento a largo plazo. Tenemos el compromiso de ofrecer programas, recursos y experiencias que empoderan a los empleados para desarrollar su carrera y continuar logrando lo que viene, tanto a nivel personal como profesional.

En junio de 2022, LinkedIn reconoció nuestro compromiso con los empleados al clasificar a Constellation Brands como una de las **Principales empresas en bienes de consumo de 2022** para desarrollar una carrera en la industria. Una de las maneras en que apoyamos a nuestros empleados en el desarrollo profesional es mediante la Universidad de Constellation Brands (UCB), que se creó teniendo en mente a los miembros de nuestros equipos. Ya sean empleados actuales o nuevos, colaboradores individuales, o gerentes y empleados de nivel superior, los miembros pueden encontrar oportunidades para crecer, desarrollarse, adquirir nuevas habilidades y perspectivas, explorar y ampliar sus intereses, e incluso ayudar a hacer una diferencia en la vida de alguien a través de la UCB.

Participación de los empleados

Evaluamos la participación de los empleados mediante encuestas de percepciones, que ofrecen retroalimentación en diversos temas, como dirección y estrategia de la empresa, recursos, apoyo, preferencias de entorno laboral y bienestar. Durante el año de calendario 2021, tuvimos **un índice de respuesta de 76 % a nuestra encuesta** y una participación medida de **86 %** en toda la población encuestada, que es superior con respecto a otras organizaciones.



En el ejercicio fiscal 2022, invertimos aproximadamente **\$17 millones en desarrollo y capacitación, incluyendo la implementación de cuatro programas de desarrollo de liderazgo y tres programas de desarrollo centrados en las mujeres mediante la UCB, nuestro centro de aprendizaje y desarrollo.**

EL LIDERAZGO LO VALE

Para guiar nuestros planes a largo plazo, presentamos una visión y ambición estratégica a 10 años para nuestras operaciones, y un nuevo Estándar de liderazgo que establece cómo se refleja el liderazgo en nuestra empresa.

El Estándar de liderazgo incluye un conjunto de ocho principios que los líderes son responsables de demostrar. Además, los miembros de todos los niveles de la organización pueden adoptar y consultar el Estándar de liderazgo a medida que desarrollan y demuestran liderazgo en sus funciones.

Los principios del Estándar de liderazgo incluyen:

- 1. Representamos la visión
- 2. Tomamos decisiones como responsables
- 3. Estamos obsesionados con los consumidores
- 4. Creamos y promovemos grupos inclusivos
- 5. Nos ganamos la confianza (y lo hacemos todos los días)
- 6. Nos comunicamos de forma clara y honesta, debatimos y decidimos
- 7. Rendimos cuentas
- 8. Estamos aquí para triunfar

NUESTRO ESTÁNDAR DE LIDERAZGO

Los líderes exitosos de Constellation Brands **determinan el futuro mediante una visión audaz de la empresa, a cargo de equipos comprometidos que tenemos el privilegio de dirigir.** Se espera que nuestros líderes creen las condiciones culturales necesarias para triunfar en el mercado y a nivel personal. Pretendemos lograr esto representando nuestros valores e inspirando confianza mutua en toda la organización, que únicamente ocurre cuando nos comunicamos honestamente entre sí, apoyando a nuestros colegas y estableciendo estándares de desempeño. Esto es lo que representamos.



SALUD, SEGURIDAD Y BIENESTAR

Tenemos el compromiso de brindar un entorno laboral seguro y saludable. Nuestra **Política global en materia de entorno, salud y seguridad** define nuestra dedicación a ofrecer un entorno laboral seguro y saludable, así como desarrollar y mantener una cultura donde todos los empleados se hagan responsables de su propia seguridad y la de otras personas, mientras reducimos nuestro impacto en el medioambiente en las comunidades donde vivimos y trabajamos.

Nuestro objetivo es proteger al personal y que todos lleguen a casa sanos y salvos cada día. Con ese fin, nuestro equipo directivo y los empleados trabajan en conjunto con un sentido de responsabilidad compartida, ya que constantemente nos esmeramos por cumplir con todas las leyes, reglamentos y normas y prácticas de seguridad pertinentes.

El índice de lesiones laborales derivadas de la producción de cervezas, vinos y licores está muy por debajo del promedio de la industria.

En comparación con el promedio de la industria, nuestra tasa de incidentes registrables es la siguiente:

	AF 2022	AF 2021	Cambio en porcentaje
Tasa de incidentes registrables⁽¹⁾	0.79	0.95	(17%)
Promedio de la industria⁽²⁾	3.45	3.50	

(1) Definido como el número total de lesiones laborales (que requirieron más que primeros auxilios) a nivel mundial en Constellation por 100 empleados de tiempo completo.

(2) Calculado tomando en cuenta el promedio ponderado de los datos más recientes (2020) del U.S. Bureau of Labor Statistics para vinos, cervecerías y destilerías con base en nuestra cartera diversificada en febrero de 2022 y febrero de 2021 para los años finalizados el 28 de febrero de 2022 y 28 de febrero de 2021, respectivamente.

El índice de tiempo perdido por lesiones laborales derivadas de la producción de cervezas, vinos y licores está muy por debajo del promedio de la industria. En comparación con el promedio de la industria, nuestra tasa de ausencia laboral en días es la siguiente:

	AF 2022	AF 2021
Días de ausencia laboral⁽¹⁾	0.28	0.27
Promedio de la industria⁽²⁾	1.18	1.08

(1) Definido como el número total de lesiones laborales (que requirieron más que primeros auxilios) a nivel mundial en Constellation que derivaron en al menos un día de ausencia por 100 empleados de tiempo completo.

(2) Calculado tomando en cuenta el promedio ponderado de los datos más recientes (2020) del U.S. Bureau of Labor Statistics para vinos, cervecerías y destilerías con base en nuestra cartera diversificada en febrero de 2022 y febrero de 2021 para los años finalizados el 28 de febrero de 2022 y 28 de febrero de 2021, respectivamente.

Salud mental y bienestar

La salud mental y el bienestar de los empleados son una prioridad para nuestra organización. Además de los recursos implementados para apoyar la salud mental activa –como Whil (una plataforma de sesiones de inteligencia emocional, meditación y yoga para reducir el estrés, ansiedad y depresión) y Talkspace (que permite hablar personalmente con un terapeuta de la red las 24 horas del día, los 7 días de la semana sin costo) – también colaboramos con nuestras BRG para brindar apoyo dedicado a los empleados en diversos temas oportunos, como crianza de hijos en situaciones de trauma, fomentar la salud mental en el trabajo y mejorar la calidad del sueño en la era de la COVID-19. Continuamos nuestra alianza con los expertos de Whil y organizamos el primer evento de un nuevo ciclo de nuestra serie Oradores sobre salud mental y bienestar en junio de 2022. Prevemos organizar más sesiones, como sueño, agotamiento laboral y diálogos continuos sobre cómo manejar el estrés. Nuestro **equipo de bienestar publicada cada trimestre un boletín “Cómo crear una mejor versión de ti” centrada en apoyar a los empleados para priorizar su bienestar físico y mental**, reducir el estrés y que tengan los recursos adecuados para ser eficaces.

Respuesta y políticas con respecto a la COVID-19

Desde el comienzo de la pandemia de COVID-19, hemos implementado varias medidas dirigidas a reducir la propagación del virus, tales como trabajar desde casa, restringir visitas en nuestras sedes de producción, revisar a los trabajadores a su ingreso, hacer cumplir el distanciamiento social e instar a los empleados a seguir las medidas de prevención de los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades y la Organización Mundial de la Salud.

Además, nuestro director médico brinda asesoría y conocimientos continuos en materia de salud a los ejecutivos, el comité de administración de crisis y equipos de liderazgo de recursos humanos, ya que toman decisiones destinadas a **proteger la salud y seguridad de nuestra fuerza laboral**.

Con base en nuestras experiencias, Constellation ha tomado varias medidas decisivas en los últimos dos años para responder a las interrupciones continuas por la pandemia. Seguimos implementando políticas y prácticas relacionadas con nuestro personal y operaciones que nos permiten enfocarnos en proteger la salud y seguridad de nuestros empleados, consumidores y las comunidades a las que estrés. Nuestras medidas incluyen:

- Entregar equipo de protección personal en todas las instalaciones, dispositivos sin contacto, estaciones de higiene, letreros y otras medidas de apoyo.
- Ofrecer un programa de permiso de ausencia por COVID-19 con una reintegración total del pago en caso de exposición.
- Reabrimos nuestras oficinas manteniendo los requisitos de distancia física y de uso de mascarilla según las condiciones locales.

FLEXIBILIDAD

Creemos que muchos de nuestros empleados pueden estrés. Nuestro responder a las exigencias de sus funciones sin estar en el mismo lugar que sus colegas y gerentes, y que el trabajo puede ser flexible, en muchos casos, para que los empleados puedan resolver sus necesidades personales mientras siguen entregando resultados. En **el año de calendario 2018, se presentó “FlexAbility” para facilitar debates y acuerdos entre empleados y gerentes acerca de condiciones laborales flexibles**. Para apoyar la petición de flexibilidad de los miembros de nuestros equipos, incluyendo el trabajo remoto, durante los dos últimos años de la pandemia, ampliamos y modificamos nuestro programa FlexAbility. Actualmente, el trabajo flexible, y remoto en particular, sigue siendo importante para nuestros miembros y para la empresa, mientras trabajamos para cumplir nuestras ambiciosas metas a partir de ahora. Con el programa FlexAbility, los empleados pueden trabajar en la oficina todos los días, o considerar la opción de trabajar medio tiempo o de manera remota tiempo completo.



ÍNDICES

NUESTRO COMPROMISO CON LAS NORMAS MUNDIALES

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) DE LAS NACIONES UNIDAS

Los ODS son un conjunto de 17 metas mundiales establecidas en 2015 por la Asamblea General de las Naciones Unidas. Están previstos como un plan de acción para lograr un futuro mejor y más sostenible para todos. Nuestros **objetivos de sostenibilidad están equiparados con los seis ODS** que consideramos que brindarán a nuestra industria y empresa **las mayores oportunidades de lograr repercusiones significativas y positivas para las personas y el planeta.**

<p>ODS 2 Hambre cero</p>	<p>ODS 6 Agua limpia y saneamiento</p>	<p>ODS 7 Energía asequible y no contaminante</p>
<p>Apoyamos este objetivo asociándonos con los principales proveedores de materias primas para desarrollar y aplicar iniciativas de cultivo y agricultura sostenibles.</p>	<p>Apoyamos este objetivo centrándonos en iniciativas a largo plazo, como aquellas para reducir la contaminación con el fin de mejorar la calidad del agua, optimizar su uso, garantizar extracciones sostenibles y suministro de agua dulce para abordar la escasez del agua, y apoyar la participación de las comunidades locales para mejorar la administración del agua y el saneamiento.</p>	<p>Apoyamos este objetivo trabajando para depender menos de fuentes de energía no renovable, y reducir las emisiones de GEI y el consumo de energía.</p>
<p>ODS 12 Producción y consumo responsables</p>	<p>ODS 14 Vida submarina</p>	<p>ODS 15 Vida de ecosistemas terrestres</p>
<p>Apoyamos este objetivo promoviendo una administración sostenible y uso eficiente de recursos naturales en nuestras propias operaciones.</p>	<p>Apoyamos este objetivo mediante la prevención y reducción de la contaminación marina a través de nuestras iniciativas Pacific Preserves y Protect Our Beaches de Corona.</p>	<p>Apoyamos este objetivo mediante nuestra participación con California Sustainable Winegrowing Alliance y Fish Friendly Farming (Estados Unidos) y Sustainable Wine-Growing New Zealand. También apoyamos este objetivo mediante nuestras certificaciones SQNPI y Lodi Rules de Italia, así como Fish Friendly Farming al recuperar el hábitat de peces y vida silvestre para mejorar la calidad del agua en los condados de Napa y Sonoma en California.</p>

Las normas Sustainability Accounting Standards Board (Junta de Estándares Internacionales de Contabilidad, SASB, por sus siglas en inglés) guían la divulgación de la información de sostenibilidad importante a nivel financiero por parte de las empresas para sus inversionistas. Las normas identifican el subconjunto de temas de ASG más pertinentes para el desempeño financiero en cada industria. Constellation Brands hace un informe sobre la norma SASB para la industria de bebidas alcohólicas. Con este fin, divulgamos los parámetros tanto contables como de actividades como se define en las normas Sables parámetros contables son un conjunto de indicadores de contabilidad cuantitativos o cualitativos previstos para medir el desempeño en cada tema. Los parámetros de actividades son un conjunto de indicadores que identifican la escala de las operaciones de una empresa, previstos para usarse en conjunto con los parámetros contables para normalizar los datos y facilitar su comparación.

PARÁMETROS DE ACTIVIDADES SEGÚN LA NORMA SASB

PARÁMETRO CONTABLE	UNIDAD DE MEDIDA	UBICACIÓN
ADMINISTRACIÓN ENERGÉTICA Energía total consumida, porcentaje de red eléctrica, porcentaje renovable	Gigajoules (GJ), Porcentaje (%)	Informe de impacto ASG 2022: reducir emisiones de GEI (pág. 26)
ADMINISTRACIÓN DEL AGUA (1) Extracción total de agua y (2) agua total consumida, porcentaje de cada una en regiones con estrés hídrico alto o muy alto Debate de cómo gestionamos los riesgos del agua, así como una descripción de dichas estrategias y prácticas para mitigarlos	Megalitros (MI), Porcentaje (%) N/A	Informe de impacto ASG 2022: extracciones de agua (pág. 22) Informe de seguridad hídrica de CDP 2022: W1.2b/d Informe de impacto ASG 2022: demostrar la administración del agua para nuestra industria (pág.16); Administración del agua presente en nuestras cervecerías (pág.18); Administración del agua presente en nuestras operaciones de vinos y licores (pág. 20) Informe de seguridad hídrica de CDP 2021: W4 CBI está tomando medidas para poder divulgar información más detallada sobre este parámetro en el futuro.
CONSUMO Y MARKETING RESPONSABLE Porcentaje de impresiones publicitarias en personas en edad legal para consumir alcohol Avisos de infracciones recibidas por incumplimiento con los códigos de la industria y normativos en cuanto a marketing o etiquetado Cantidad de multa legal y normativa y acuerdos relacionados con prácticas de etiquetado o marketing Descripción de iniciativas para promover el consumo responsable de alcohol	Porcentaje (%) Número Dólares estadounidenses (\$) N/A	Informe de impacto ASG 2022: marketing responsable (pág. 66) Informe de impacto ASG 2022: marketing responsable (pág. 66) Informe de impacto ASG 2022: marketing responsable (pág. 66) Informe de impacto ASG 2022: promover el consumo responsable de bebidas alcohólicas (pág.64); Grupos de recursos de negocio (pág.65); Marketing responsable (pg. 66) Código global de prácticas responsables en publicidad

PARÁMETRO CONTABLE	UNIDAD DE MEDIDA	UBICACIÓN
ADMINISTRACIÓN DE CICLO DE VIDA DEL EMPAQUE (1) Peso total del empaque, (2) porcentaje obtenido de materiales reciclados o renovables y (3) porcentaje que es reciclable, reutilizable o degradable para composta Descripción de estrategias para reducir el impacto ambiental del empaque durante su ciclo de vida	Toneladas métricas (t), porcentaje (%) N/A	CBI está tomando medidas para poder divulgar esta información en el futuro. CBI está tomando medidas para poder divulgar esta información en el futuro.
IMPACTOS AMBIENTALES Y SOCIALES DE CADENAS DE SUMINISTRO DE INGREDIENTES Conformidad en la auditoría de responsabilidad social y ambiental de los proveedores: (1) índice de no conformidad mayor e índice de medidas correctivas asociadas; y (2) índice de no conformidad menor e índice de medidas correctivas asociadas	Índice	CBI está tomando medidas para poder divulgar esta información en el futuro.
OBTENCIÓN DE INGREDIENTES Porcentaje de ingredientes de bebidas obtenidos de regiones con estrés hídrico alto o muy alto Lista de ingredientes prioritarios de bebidas y debate de riesgos de obtención debido a consideraciones ambientales y sociales	Porcentaje (%) por gasto N/A	Informe de seguridad hídrica de CDP 2022: W-FB1.2e/f/g Informe de seguridad hídrica de CDP 2022: W-FB1.2e/f/g

PARÁMETROS DE ACTIVIDADES SEGÚN LA NORMA SASB

PARÁMETRO DE ACTIVIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	AF 2020	AF 2021	AF 2022	NOTAS
Volumen de productos vendidos	Millones de hectolitros (Mhl)	365,500,000	379,600,000	394,100,000	
Número de instalaciones de producción		41 instalaciones: 12 cervecerías 3 destilerías 26 bodegas	28 instalaciones: 5 cervecerías 4 destilerías 19 bodegas	28 instalaciones: 5 cervecerías 4 destilerías 19 bodegas	En el ejercicio fiscal 2021, el número de cervecerías se redujo, ya que cerramos tres cervecerías artesanales. En el ejercicio fiscal 2021, el número de bodegas se redujo, ya que vendimos varias.
Total de millas en carretera recorridas	Millas	15,637,076	10,831,919	12,548,312	En el ejercicio fiscal 2021, el total de millas en carretera recorridas se redujo debido a que disminuyeron los traslados por la COVID-19. Estos datos representan únicamente a Estados Unidos.

TCFD

Las recomendaciones de Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) están previstas para solicitar información prospectiva útil para tomar decisiones que pueda incluirse en las divulgaciones anuales. Las recomendaciones están estructuradas en torno a cuatro áreas temáticas que representan elementos fundamentales de cómo operan las organizaciones: gobernanza, estrategia, administración de riesgos, y parámetros y objetivos. Consulte en la siguiente tabla las divulgaciones de Constellation Brands y cómo se equiparan con las de TCFD.

TEMA Y DIVULGACIÓN	UBICACIÓN
<p>GOBERNANZA:</p> <p>A. Describe la supervisión de los riesgos y oportunidades del clima por parte del consejo.</p> <p>B. Describe el rol de la gerencia al evaluar y gestionar riesgos y oportunidades.</p>	<p>Informe de cambio climático 2022 de CDP: C1 Gobernanza</p> <p>Informe de cambio climático 2022 de CDP: C1 Gobernanza</p>
<p>ESTRATEGIA:</p> <p>A. Describe los riesgos y oportunidades del clima que la organización haya identificado a corto, mediano y largo plazo.</p> <p>B. Describe el impacto de los riesgos y oportunidades del clima en las operaciones, la estrategia y la planeación financiera de la organización.</p> <p>C. Describe la resiliencia de la estrategia de la organización tomando en cuenta distintas situaciones relativas al clima, como una situación de 2 °C o menos.</p>	<p>Informe de impacto ASG 2022: reducir emisiones de GEI (pág.26); Estrategias para GEI en acción (pág. 28)</p> <p>Informe de cambio climático 2022 de CDP: C2 Riesgos y oportunidades</p> <p>Informe de cambio climático 2022 de CDP: C2 Riesgos y oportunidades</p> <p>Informe de cambio climático 2022 de CDP: C3 Estrategia comercial</p> <p>CBI anticipa utilizar un análisis cualitativo o cuantitativo de situaciones climáticas en los próximos dos años.</p>
<p>administración de riesgos:</p> <p>A. Describe los procesos de la organización para identificar y evaluar los riesgos climáticos.</p> <p>B. Describe el rol de la gerencia al evaluar y gestionar riesgos y oportunidades.</p> <p>C. Describe los procesos para identificar, evaluar y gestionar los riesgos climáticos, y cómo se integran en la administración de riesgos general de la organización.</p>	<p>Informe de cambio climático 2022 de CDP: C2 Riesgos y oportunidades</p> <p>Informe de cambio climático 2022 de CDP: C1 Gobernanza; C2 Riesgos y Oportunidades</p> <p>Informe de cambio climático 2022 de CDP: C1 Gobernanza; C2 Riesgos y oportunidades</p>
<p>PARÁMETROS Y OBJETIVOS:</p> <p>A. Divulga los parámetros utilizados por la organización para evaluar los riesgos y oportunidades del clima en consonancia con sus estrategias y proceso de administración de riesgos.</p> <p>B. Divulga las emisiones de GEI de alcance 1, alcance 2 y, si corresponde, alcance 3, y los riesgos relacionados.</p> <p>C. Describe los objetivos utilizados por la organización para gestionar los riesgos y oportunidades del clima, y el desempeño con respecto a los objetivos.</p>	<p>Informe de impacto ASG 2022: reducir emisiones de GEI (pág.26); Estrategias para GEI en acción (pág. 28)</p> <p>Informe de cambio climático 2022 de CDP: C2 Riesgos y oportunidades; C4 Objetivos y desempeño</p> <p>Informe de impacto ASG 2022: Estrategias para GEI en acción (pág.28)</p> <p>Informe de cambio climático 2022 de CDP: C6 Datos de emisiones</p> <p>Informe de cambio climático 2022 de CDP: C4 Objetivos y desempeño</p>

INFORMACIÓN ACERCA DE DECLARACIONES PROSPECTIVAS, EXENCIONES DE RESPONSABILIDAD Y PRECAUCIÓN SOBRE MATERIAL OBSOLETO

Los datos y la información contenidos en este Informe de impacto ASG (Informe), que preparamos nosotros, se presentan únicamente con fines informativos.

Este Informe puede contener declaraciones prospectivas en el sentido de las disposiciones de “puerto seguro” de la Ley de Reforma de Litigios sobre Títulos Privados de 1995. Estas declaraciones prospectivas están sujetas a una serie de riesgos e incertidumbres, muchas de las cuales están fuera de nuestro control, que podrían hacer que los resultados reales difieran materialmente de los descritos o implícitos en tales declaraciones prospectivas. Las declaraciones que no sean hechos históricos incluidos en este Informe son declaraciones prospectivas, incluyendo, entre otras, declaraciones que se refieran a nuestras operaciones y a la estrategia de ASG, a los planes, acontecimientos, resultados, metas u objetivos futuros, a las operaciones futuras, a los parámetros futuros en materia de medioambiente, finanzas o responsabilidad social o a las acciones esperadas de terceros. Cuando se utilicen en este Informe, las declaraciones o asumimos la obligación de modificar o corregir alguna declaración prospectiva, ya sea porque haya surgido nueva información, sucesos futuros u otros. Aunque las declaraciones prospectivas son razonables, no podemos garantizar que dichas expectativas sean correctas. Además de los riesgos e incertidumbres de las operaciones y condiciones normales en la economía general y en los mercados en los cuales competimos, las declaraciones prospectivas de este Informe también están sujetas al riesgo, la incertidumbre y una posible diferencia con respecto a nuestras expectativas actuales en cuanto a las futuras condiciones económicas mundiales; las condiciones del mercado; las condiciones reglamentarias; las responsabilidades y los costos ambientales imprevistos; los cambios en normas y reglamentos gubernamentales; las acciones de los competidores; las expectativas y preferencias de los consumidores; las actividades de operaciones de cerveza que se llevan a cabo dentro del alcance, los términos, los costos y los cronogramas previstos; epidemias o pandemias; y otros factores e incertidumbres que se publican periódicamente en los documentos que la empresa presenta ante la Comisión de Bolsa y Valores de Estados Unidos. Las proyecciones de los resultados futuros de las operaciones no deben interpretarse en modo alguno como una garantía de que dichos resultados vayan a obtenerse, y los inversionistas no deberían confiar demasiado en las declaraciones prospectivas como una predicción de resultados o desempeño reales.

Cierta información aquí contenida relativa a metas, objetivos, intenciones o expectativas, incluyendo con respecto a la administración del agua y las metas y objetivos de cambio climático y los tiempos relacionados, está sujeta a cambios y no hay garantía alguna de que se cumplirán dichas metas, objetivos intenciones o expectativas.

Asimismo, tampoco puede haber garantía alguna de que las políticas y procedimientos de ASG como se describen en este Informe continuarán vigentes; dichas políticas y procedimientos podrían cambiar incluso sustancialmente. Tenemos permitido determinar, a nuestro criterio, que no es viable ni práctico implementar o realizar ciertas iniciativas, políticas y procedimientos de ASG según el costo, el tiempo u otros aspectos.

Cierta información aquí contenida se obtuvo de terceros y, en ciertos casos, no se ha actualizado a la fecha del presente. No hemos realizado una verificación independiente de los datos de estas fuentes externas. Aunque estas fuentes de terceros se consideran confiables, no hacemos ninguna declaración o garantía, expresa o implícita, con respecto a la exactitud, imparcialidad, razonabilidad o integridad de ninguna de las informaciones contenidas en ellas, y renunciamos expresamente a cualquier responsabilidad al respecto.

Salvo que se indique lo contrario, la información presentada es a la fecha externas. Aunque del 13 de octubre de 2022. Por lo tanto, debe considerarse histórica y no está sujeta a una nueva actualización por nuestra parte.

Nada de lo contenido en el presente documento constituye un asesoramiento de inversión, jurídico, fiscal o de otro tipo, ni debe servir de base para tomar una decisión de inversión o de otro tipo. Los pagarés ofrecidos en el marco de nuestro programa de papel comercial no se han registrado ni se registrarán con arreglo a la Ley de Valores de 1933 y no pueden ofrecerse ni venderse en Estados Unidos sin registro o sin una exención aplicable de los requisitos de registro. Este informe no debe considerarse como una recomendación actual o anterior o una solicitud de oferta de compra o venta de valores, incluidos los pagarés de nuestro programa de papel comercial.



INFORME DE IMPACTO ASG 2022