

# 2025 EN CIFRAS AVANCES EN SOSTENIBILIDAD

BRINDANDO UN MUNDO MEJOR

 HEINEKEN

**MUNDIALMENTE  
LOCALES**





Somos la primera gran cervecera de España, y el primer país de HEINEKEN en el mundo, que elabora todos sus productos (cerveza, cider y tinto de verano) con

# 100% ENERGÍA RENOVABLE

desde diciembre de 2025.



Verificación técnica  
por EY conforme a  
la ISO 14021:2016



# ÍNDICE



Somos  
Mundialmente Locales



Nuestra ambición 2025



Comprometidos con  
nuestro entorno



Comprometidos con  
nuestra gente



Comprometidos con  
la responsabilidad



Juntos  
logramos más





# SOMOS MUNDIALMENTE LOCALES

## SOMOS HEINEKEN ESPAÑA

Una cervecera global con espíritu pionero que cultiva el valor de lo nuestro y el disfrute compartido de impulsar un mundo mejor. La sostenibilidad es un eje central de nuestro negocio y guía las acciones que desarrollamos cada día.

Nuestro propósito es crear momentos de disfrute que nos unen para brindar un mundo mejor.

**+120** años  
de historia local y **+160** años  
de trayectoria global

**4** fábricas  
en Sevilla, Madrid,  
Valencia y Jaén

**31** marcas  
y **+80** variedades de  
cervezas, cider y tinto  
de verano



**2.043**  
profesionales  
(incluyendo distribución propia)

**2** microcervecerías  
en Sevilla y Málaga

**30** años  
de Fundación  
Cruzcampo

HEINEKEN  
**MUNDIALMENTE  
LOCALES**



# NUESTRA AMBICIÓN 2025

## PIONEROS EN NUESTRA AGENDA DE SOSTENIBILIDAD

HEINEKEN España es empresa tractora tanto en descarbonización en producción y en toda nuestra cadena de valor, como en la protección de las fuentes de agua.

Nuestro firme compromiso nos ha llevado a **acelerar y alcanzar las ambiciones globales de nuestra hoja de ruta en 2025**, cinco años antes que la fecha fijada por el Grupo (2030), convirtiéndonos en un país de referencia para HEINEKEN N.V.

AMBICIONES 2025	2025
 <b>Alcanzar las cero emisiones netas</b> en producción	●
 <b>-30% emisiones de CO<sub>2</sub>e</b> en toda la cadena de valor	●
 <b>Compensación del agua</b> que contienen nuestras cervezas, ciders y tintos de verano	●
 <b>Consumo de agua:</b> 2,6l/l*	●
 <b>Maximizar la circularidad</b>	●
 <b>Crecer con nuestra gente</b>	●
 <b>Impacto positivo en la comunidad</b>	●
 <b>Impulsores de la responsabilidad</b>	●



**Somos la primera gran cervecera con objetivos de reducción de emisiones avalados por SBTi (Science Based Targets initiative)**



\*Litros de agua consumida por litro de cerveza elaborada.

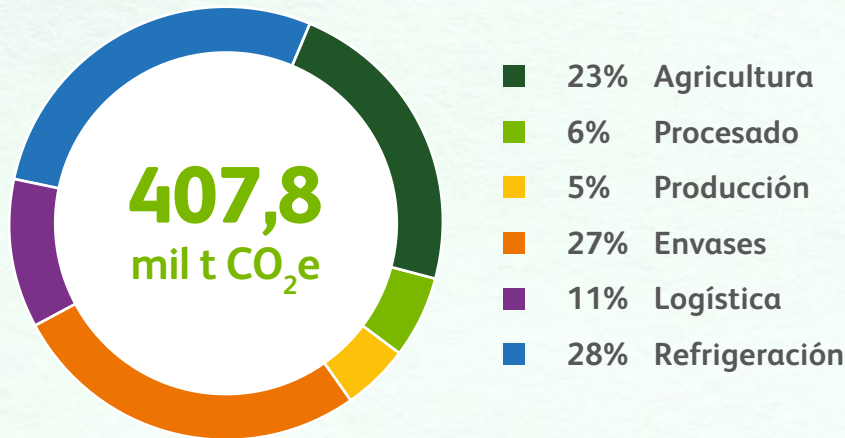
\*Todos los datos aportados en este documento han sido extraídos del EINF 2025 de HEINEKEN España, verificado por AENOR.



# COMPROMETIDOS CON NUESTRO ENTORNO

## CALCULAMOS Y VERIFICAMOS LAS EMISIONES DE CO<sub>2</sub>e A LO LARGO DE TODA LA CADENA DE VALOR

### Nuestra Huella de Carbono 2025\*



**-44% emisiones en producción (alcances 1 y 2) vs. 2022\*\***

**-32% emisiones de alcance 3 vs. 2022\*\***

\*Calculamos la Huella de Carbono en toda la cadena de valor acorde a GHG Protocol (alcances 1, 2 y 3) y ha sido verificada por DNV.

\*\*Con respecto a las emisiones de carbono netas según los límites de nuestros objetivos aprobados por SBTi.





# COMPROMETIDOS CON NUESTRO ENTORNO

## ALCANZAMOS LA REDUCCIÓN TOTAL DE EMISIONES DE CO<sub>2</sub>e EN PRODUCCIÓN (CALCANCE I Y 2)

Somos la primera gran cervecera que elabora todos sus productos en España con 100% energía eléctrica y térmica renovable



2007

Usamos **biogás generado en las depuradoras de nuestras fábricas** como fuente de energía.



2020

Nos convertimos en la **primera gran cervecera que funciona solo con energía eléctrica totalmente renovable** con nuestra planta fotovoltaica de El Andévalo (Huelva).



2021

Nuestra planta de Jaén se convierte en la primera fábrica de España y la mayor de Europa en **elaborar cerveza solo con energía renovable**, gracias a una caldera de biomasa.



2023

Fuimos pioneros con la puesta en marcha de **la planta termosolar en nuestra fábrica de Sevilla, la primera de uso industrial en España y la más grande de Europa.**



2024

Inauguramos una **segunda planta termosolar en nuestra fábrica de Valencia, la más grande del mundo en tecnología Fresnel.**



2025

Cumplimos el objetivo de utilizar **100% de energía renovable\*** en producción gracias al uso de biometano.

\*Desde el 1 de diciembre de 2025.



# COMPROMETIDOS CON NUESTRO ENTORNO

## AVANZAMOS EN LA REDUCCIÓN DE LAS EMISIONES DE CO<sub>2</sub>e A LO LARGO DE TODA LA CADENA DE VALOR (ALCANCE 3)

### En agricultura

**-34%**  
emisiones de CO<sub>2</sub>e vs. 2022

**99%**  
de ingredientes de **origen sostenible** (malta de cebada y lúpulo) acorde a SAI Protocol

**Acuerdo con Intermalta para cultivar cebada cervecera promoviendo la agricultura regenerativa**



### En packaging



**-17%**  
emisiones de CO<sub>2</sub>e vs. 2022

**Trabajando con nuestros proveedores de vidrio y aluminio en su transición energética**

### En procesado

**-27%**  
emisiones de CO<sub>2</sub>e vs. 2022 gracias a la transición energética renovable de nuestros proveedores

### En logística

**Reparto última milla con vehículos eléctricos**

añadimos Jaén, llegando ya al centro de 11 ciudades: Sevilla, Madrid, Málaga, Bilbao, Córdoba, Cádiz, Ciudad Real, Tortosa, Sitges, la Comunidad de Madrid (Leganés, Móstoles y Pozuelo de Alarcón) y Jaén

**-20%**  
emisiones de CO<sub>2</sub>e en logística vs. 2022

### En refrigeración

**88%**  
enfriadores ecoeficientes puestos en el mercado

**Nuevo sistema Termostato de Velocidad Variable (TVV)**

Sistemas refrigeradores de última generación con un ahorro eléctrico de entre el 15% y el 75% frente a los sistemas tradicionales

**El viaje del campo al bar será sin CO<sub>2</sub>e**







# COMPROMETIDOS CON NUESTRO ENTORNO

## APOSTAMOS POR MAXIMIZAR LA CIRCULARIDAD

### En todas nuestras fábricas

Somos

### “Cero residuos a vertedero”

certificadas acorde a la norma ZERO WASTE TO LANDFILL (Zero Waste International Alliance), por SAICA NATUR en las fábricas de Sevilla y Jaén, por TÜV Rheinland en la fábrica de Madrid y por AENOR en la fábrica de Valencia

**98,7%**  
de residuos valorizados

**100%**  
de subproductos reintroducidos

en otras industrias

**26**  
usos por cada botella  
de 1/3 topacio

**59%**  
de materiales reciclados  
en nuestros envases

**97%**  
de todos los envases  
diseñados para ser reciclables

**86%**  
de formatos reutilizables

en Hostelería



Somos cero  
residuos y  
avanzamos en la  
circularidad de  
nuestros envases



# COMPROMETIDOS CON NUESTRO ENTORNO

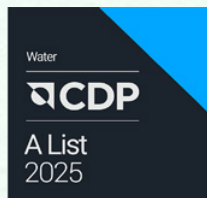
## PROTEGEMOS NUESTRAS FUENTES DE AGUA Y LA NATURALEZA

**-45%** consumo de agua

(litro de agua consumida/litro de cerveza  
producida) desde 2008

**2,68** l/l

ratio de agua consumida por litro de cerveza  
producida en 2024:



**HEINEKEN N.V. obtuvo en 2025 la calificación A en Agua de CDP, impulsada en parte por la contribución de HEINEKEN España y nuestras reducciones en consumo hídrico.**

**En 2025 retornamos a las cuencas que nutren nuestras fábricas casi el doble del volumen del agua equivalente al que contienen nuestras cervezas, ciders y tinto de verano**

**2.900** millones de litros de agua retornados en 2025

con los proyectos Doñana, Albufera y Jarama, nuevo récord histórico, superando el objetivo de 1.500 millones de litros retornados. Verificación Water balancing acorde a WVBA, llevada a cabo por Blue Risk y ACT4WATER.

**Cuidamos del agua y la naturaleza que nos da la vida**

**Impulsamos la biodiversidad**

mediante las acciones de nuestros proyectos Doñana, Albufera y Jarama





# COMPROMETIDOS CON NUESTRA GENTE

## CRECEMOS CUIDANDO A NUESTRAS PERSONAS

### HEI-Life

programa diseñado para promover el bienestar integral del equipo en los ámbitos físico, emocional, profesional y social

### Healthy Mind

iniciativa a través de la cual ofrecemos un espacio confidencial y anónimo para el cuidado de la salud mental

### Fisio-Coach

programa consolidado enfocado en la prevención de los trastornos osteomusculares y mejora del bienestar físico

**1.569** personas formadas  
a través de las iniciativas de nuestro plan formativo

**44%** de mujeres  
en posiciones directivas



**Estamos hechos  
de personas**



# COMPROMETIDOS CON NUESTRA GENTE

## IMPULSAMOS EL TALENTO JOVEN Y LA PROFESIONALIZACIÓN DE LA HOSTELERÍA

**30 años**  
de Fundación Cruzcampo

apoyando a los jóvenes, la formación en la hostelería  
y fomentando la cultura cervecera

**+17.000**  
alumnos formados

como profesionales de la hostelería desde 2005

**80%** de empleabilidad  
con el programa Talento Cruzcampo

**7.230**  
beneficiarios directos

y 4 organizaciones beneficiadas gracias a nuestra  
acción desde la **Fundación Cruzcampo** en 2025,  
que tiene el propósito de potenciar el talento joven  
mediante formación para el empleo en hostelería y  
promover la cultura cervecera.



**Abiertos al  
talento joven**



# COMPROMETIDOS CON NUESTRA GENTE

## APOYAMOS A NUESTRA SOCIEDAD



### Ruta Tornar FUERZABAR

Iniciativa para seguir apoyando a hosteleros afectados por la DANA de Valencia



### Alianza con Vodafone

para impulsar la transformación digital en hostelería con nuestros clientes



**7,3 M€**

destinados a inversión ambiental



**1,9 M€**

invertidos en iniciativas de acción social



**88%** de materias primas de origen local

(malta de cebada, grits de maíz y lúpulo)



Con nuestros  
compañeros  
de viaje



# COMPROMETIDOS CON LA RESPONSABILIDAD

## HACEMOS DE LA 0,0 SIEMPRE UNA OPCIÓN



### Heineken® 0,0 en barril

disponible en más de 3.000 bares españoles

### El Águila sin filtrar 0,0 sin gluten

irrumpe en el mercado para llegar a más personas, también en barril

### Amplio porfolio 0,0

y cervezas con baja graduación, logrando que nuestras cuatro marcas principales tengan una opción 0,0: Heineken®, Amstel, Cruzcampo y El Águila

**100%** packs con QR

incluyendo información sobre alcohol y salud en [www.moderationmatters.com](http://www.moderationmatters.com)

**37%** de la inversión en medios

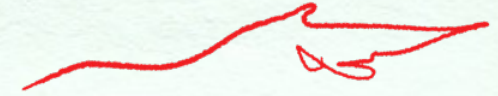
de Heineken® destinada a campañas de 0,0 y baja graduación





# COMPROMETIDOS CON LA RESPONSABILIDAD

## SEGUIMOS UN MODELO DE GOBERNANZA DONDE



### La sostenibilidad está integrada en nuestra estrategia corporativa

como una de nuestras prioridades

#### Green Tribu

equipo interno transversal que trabaja para que los objetivos se hagan realidad y, además, impulsa la sostenibilidad entre todas las personas que forman la familia HEINEKEN España

#### Green Policy

nuestra política interna de autorregulación en materia de green claim vigente desde 2023, antes de la aprobación de la Directiva

#### Código de Conducta

marco transversal de cumplimiento obligatorio para todo el equipo, que sirve de guía para un comportamiento responsable en nuestro día a día

### Seguimiento y monitorización

de nuestros compromisos trimestralmente para identificar áreas de mejora



**Impulsamos el rigor y la transparencia en todo lo que hacemos**



# JUNTOS LOGRAMOS MÁS

Brindamos por los éxitos compartidos,  
aprendemos y superamos desafíos juntos.  
Siempre abiertos, inclusivos y diversos...  
Porque nos sentimos parte de algo más grande.

Así, construimos relaciones sólidas con proveedores, distribuidores, clientes y entidades públicas y privadas, del campo al consumidor, para transformar nuestras ambiciones en realidades:

Iberdrola, Engie, CSIN, SolaTom, BA Glass, Vidralia, Crown, Refrival, Intermalta, Scoobic, Ecolab, AENOR, DNV, Veolia, EY, Cruz Roja España, Cámara Comercio Sevilla, Junta de Andalucía, Generalitat Valenciana y Comunidad de Madrid





# RECONOCIMIENTOS QUE AVALAN NUESTROS AVANCES

## SOSTENIBILIDAD



### XXIX Premios Andalucía Medio Ambiente 2025 (#PAMA2025)

en la categoría de “Cambio Climático”, subrayando nuestra ambición por la sostenibilidad y la contribución que aportamos a la protección del medio ambiente de nuestro entorno.



### XII Premios CEA en Responsabilidad Social Empresarial (RSE) 2025

en la categoría de “Responsabilidad Social Empresarial”.



### 100 Mejores Ideas 2025 de Actualidad Económica

con la planta termosolar de la fábrica de Quart de Poblet.



### Premios Diversity & Inclusion Awards de INTRAMA

en la categoría Diversidad - LGBTQ+.



### IX Premios Sostenibilidad de Multinacionales con España

a la “Mejor trayectoria de organizaciones del tercer sector”.



### 100 Mejores Empresas para Trabajar

de Actualidad Económica.



### 100 Mejores Empresas para Trabajar

de FORBES.



### IX Premios Levante-EMV

en la categoría de “Sostenibilidad”.



### Best Women Talent Company 2025 de INTRAMA





# RECONOCIMIENTOS QUE AVALAN NUESTROS AVANCES

## PERSONAS



### 100 Best CMO de Forbes

para Javier López-Valcárcel,  
Marketing manager  
marca Amstel.



### IX 'Los + Influyentes de los RRHH 2025' de la Asociación Española de Directores de Recursos Humanos (AEDRH)

para Monica Zai,  
Directora de People.



### Top 50 Women de Iberian Lawyer

a Teresa Parada,  
Legal Advisor.



### In-House Counsel of the Year – Food & Beverage de Iberian Lawyer

para Ignacio Mendoza,  
Director de Legal.

## FINALISTAS



Finalista en Retina Eco por el proyecto de cultivo de cebada bajo en carbono (Fertilizantes bajos en carbono de Fertiberia).



Finalista en los Premios D&I Adecco con nuestros proyectos Fundación Cruzcampo y el plan Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI).



Finalistas en los Pioneer Awards 2025, en la categoría "Utilities (Water, Energy, Waste)", de Solar Impulse Foundation, por nuestra planta termosolar de Valencia

Reconocimientos que nos llenan de energía para continuar trabajando por un mundo mejor





# MEDIOAMBIENTAL

En HEINEKEN España somos pioneros en reducción de consumo y uso de energías renovables, reconocidos por el Grupo a nivel global.

Nuestra área de enfoque	Nuestros objetivos y nuestro progreso	Nuestros resultados en 2025
<p><b>Alcanzar cero emisiones netas de carbono</b></p> 	<p><b>2025</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Alcanzar las <b>cero emisiones netas</b> en producción (alcances 1 y 2) ●</li> </ul> <p><b>2025</b> ● <b>2040</b> ●</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Reducir un <b>21%</b> las emisiones de alcance 3</li> <li>Alcanzar las <b>cero emisiones netas en la cadena de valor</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Reducción de un 44%</b> nuestras emisiones de CO<sub>2</sub>e vs. 2022</li> <li><b>100% de energía renovable</b> desde diciembre de 2025</li> </ul>
<p><b>Maximizar la circularidad</b></p> 	<p><b>2025</b> ●</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Cero residuos a vertedero</b></li> </ul> <p><b>2030</b> ●</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Convertir los residuos en valor</b> y cerrar los ciclos de materiales a lo largo de la cadena de valor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>98,7% residuos</b> en fábrica valorizados</li> <li>Nuestras cuatro fábricas certificadas como <b>"Cero residuos a vertedero"</b></li> <li><b>Estrategia completada</b>, con objetivos definidos y acciones en curso</li> </ul>
<p><b>Water &amp; Nature</b></p>  	<p><b>2025</b> ●</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Retornar el volumen de agua utilizada</b> en nuestras cervezas y ciders</li> </ul> <p><b>2030</b> ●</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Maximizar la <b>reutilización y reciclaje de agua</b></li> </ul> <p><b>2025</b> ●</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Reducir el consumo de agua a <b>2,6 hl/hl</b></li> </ul> <p><b>Anualmente</b> ●</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Tratar el 100% del agua</b> en todas nuestras fábricas</li> </ul> <p><b>2030</b> ●</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>100%</b> ingredientes de origen sostenible</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Retornamos a las cuencas que nutren nuestras fábricas <b>2.900 millones de litros de agua</b>, un volumen superior al que contienen nuestras cervezas, ciders y tintos de verano establecido en 1.500 millones de litros</li> <li>Continuamos con las acciones de circularidad del agua, con <b>0,103 litros de agua reutilizada internamente por litro de cerveza</b></li> <li><b>2,68 hl/hl</b> (reducción del 45% vs. 2008), objetivo ya conseguido en Sevilla con un consumo de 2,55 hl/hl y en Jaén, con 2,57 hl/hl</li> <li><b>100% de aguas tratadas</b></li> <li><b>99% de materias primas de origen sostenible</b> (malta de cebada y lúpulo)</li> </ul>

*Handwritten red notes:*  
 - "Cero residuos a vertedero" (next to 2025 objective)  
 - "Estrategia completada" (next to 2025 result)  
 - "Cero emisiones netas" (next to 2040 objective)

Progreso hacia nuestros objetivos ●





# RESPONSABILIDAD



Nuestra área de enfoque		Nuestros objetivos y nuestro progreso		Nuestros resultados en 2025	
<b>Siempre una opción</b> 	<b>2025</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Asegurar que todas nuestras marcas estratégicas tengan <b>opción 0,0</b></li> </ul>	●	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Opción 0,0</b> en nuestras cuatro marcas principales: <b>Heineken®, Amstel, Cruzcampo y El Águila</b></li> </ul>		
	<b>2025</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Información clara y transparente en el <b>100% de nuestros productos</b></li> </ul>	●		<ul style="list-style-type: none"> <li><b>100% de nuestros envases</b> con requisitos de la nueva Política Global de Labelling aplicados</li> </ul>	
<b>Abordar el uso nocivo</b> 	<b>Anualmente</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Alianza</b> para informar sobre la responsabilidad y moderación</li> </ul>	●	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Alianza con Cerveceros de España</b> para contribuir a informar y facilitar un consumo consciente basado en la responsabilidad y la moderación</li> </ul>		
	<b>2030</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>10%</b> del gasto en medios de Heineken® invertido en campañas de consumo responsable</li> </ul>	●		<ul style="list-style-type: none"> <li><b>37%</b> del gasto en medios de Heineken® invertido en campañas de consumo responsable</li> </ul>	

**Progreso hacia nuestros objetivos** 

3 SALUD Y BIENESTAR






12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE





# SOCIAL

Nuestra área de enfoque	Nuestros objetivos y nuestro progreso	Nuestros resultados en 2025
<p><b>Abrazar la inclusión y la diversidad</b></p>	 <p><b>2025</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Equilibrio entre géneros: 30% de mujeres en la alta dirección </li> </ul> <p><b>2030</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Equilibrio entre géneros: 40% de mujeres en la alta dirección </li> </ul> <p><b>Anualmente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>100% de managers formados en liderazgo inclusivo </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>44% mujeres en posiciones directivas</li> <li>100% de managers formados en prácticas inclusivas</li> </ul>
<p><b>Un lugar de trabajo justo y seguro</b></p>	 <p><b>Anualmente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Salario justo para el equipo: cerrar cualquier brecha </li> </ul> <p><b>Anualmente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Igual salario por igual trabajo: evaluaciones y acciones </li> </ul> <p><b>2030</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Garantizar estándares de vida y trabajo justos para empleados externos y promotores de marcas </li> </ul> <p><b>2030</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Crear capacidad de liderazgo para lograr cero accidentes fatales y lesiones graves </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas aplicadas para reducir la brecha existente, garantizando evaluaciones salariales 100% justas</li> <li>Evaluaciones realizadas y planes de acción implementados para pagar un mismo salario por un mismo trabajo</li> <li>Medidas aplicadas para garantizar estándares de vida y trabajo justos para empleados externos y promotores de marcas</li> <li>Formación en materia de seguridad mediante 2.015 horas impartidas</li> </ul>
<p><b>Impacto positivo en nuestras comunidades</b></p>	 <p><b>2030</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Una iniciativa de impacto social desarrollada al año </li> </ul> <p><b>2025</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>80% de abastecimiento local de materias primas </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Iniciativas sociales desde la Fundación Cruzcampo para impulsar el talento joven, destacando el programa Talento Cruzcampo</li> <li>88% de materias primas locales (malta de cebada, grits de maíz y lúpulo)</li> </ul>



 **HEINEKEN**

---

**MUNDIALMENTE**




---

**LOCALES**

**Así sentimos y así hacemos.**  
Unamos nuestras fuerzas para  
brindar por un mundo mejor

**WE'RE GLOBAL, GO LOCAL**

Diseñado por: Ecoavantis

 [www.heinekenespana.es](http://www.heinekenespana.es)  
 [familiaheineken](https://www.instagram.com/familiaheineken)  
 [The HEINEKEN Company](https://www.linkedin.com/company/the-heineken-company)