



Ingredion

Be what's next

2022 REPORTE DE SUSTENTABILIDAD



CONTENIDO

3	Mensaje: Leopoldo G. Horle Presidente y Director General Ingredion México
4	Destacados 2022
6	Resumen de los Objetivos Globales de Sustentabilidad Avances ASG (ambientales, sociales y de gobierno corporativo) y alineación ODS
7	Una estrategia global para una local (Información general y económica)
11	Materialidad
32	Gobierno Corporativo

Índice GRI anexo

Principios para la elaboración del reporte.
Declaración.

Nota: El reporte comparte las acciones realizadas en México con metas globales y avances del país.

A TODA LA FAMILIA INGREDION

GRI 2-3, 2-4, 2-12, 2-22

En 2022 revalidamos el liderazgo en el país, al alcanzar resultados positivos en un entorno desafiante. Reiteramos el compromiso con la excelencia de toda la familia Ingredion en México. Cumplimos nuestro propósito, impulsamos el valor compartido, generamos innovación, bienestar económico y social. Lo que nos mueve en Ingredion México es co-crear un mejor futuro y colaboramos de manera activa para lograrlo.

La sustentabilidad se ha convertido en los últimos años en uno de los pilares más importantes del mundo Ingredion, con la integración en todas las áreas del negocio. A través de estas páginas nos emociona compartir nuestra estrategia Vida Sustentable “All Life”, la cual refleja todos los compromisos, logros, alianzas, metas y tareas que están en marcha, que son muestra del mundo en el que queremos vivir.

Durante 2022 aceleramos el desarrollo de capacidades, para asegurar un mejor futuro, generamos innovaciones junto con nuestros clientes. Implementamos ajustes en *On Time in Full* (OTIF), uno de los principales indicadores en la operación, orientado a entregar en tiempo todas las solicitudes de productos con resultados favorables, así como la Encuesta

de Satisfacción (GLINT), que arrojó una alta calificación. Además, el indicador *Net Promoter Score* (NPS) proyecta que estamos en el camino correcto, que ayudamos a los clientes y están satisfechos, lo cual posiciona a la Compañía como el proveedor preferido, aportando valor económico y social a las comunidades en las que operamos.

Tenemos claro que los negocios deben sumar para tener un mundo con un futuro sustentable. En Ingredion expandimos el portafolio con soluciones que ofrecen a los consumidores opciones más sustentables, un abastecimiento responsable, con alimentación saludable, etiquetas simples y que dan a los consumidores una experiencia sensorial satisfactoria, además de innovaciones en productos como las proteínas vegetales, reconocidas por su excelencia en sustentabilidad.

Reconozco y agradezco a todos los que forman parte de la compañía en México, por su alto grado de desempeño y profesionalismo en el día a día, así como su participación en todos los programas *Business Resource Groups* (BRGs) como WIN, PRIDE y NEXT, que son parte integral para el éxito de nuestra estrategia DEI y cultura.



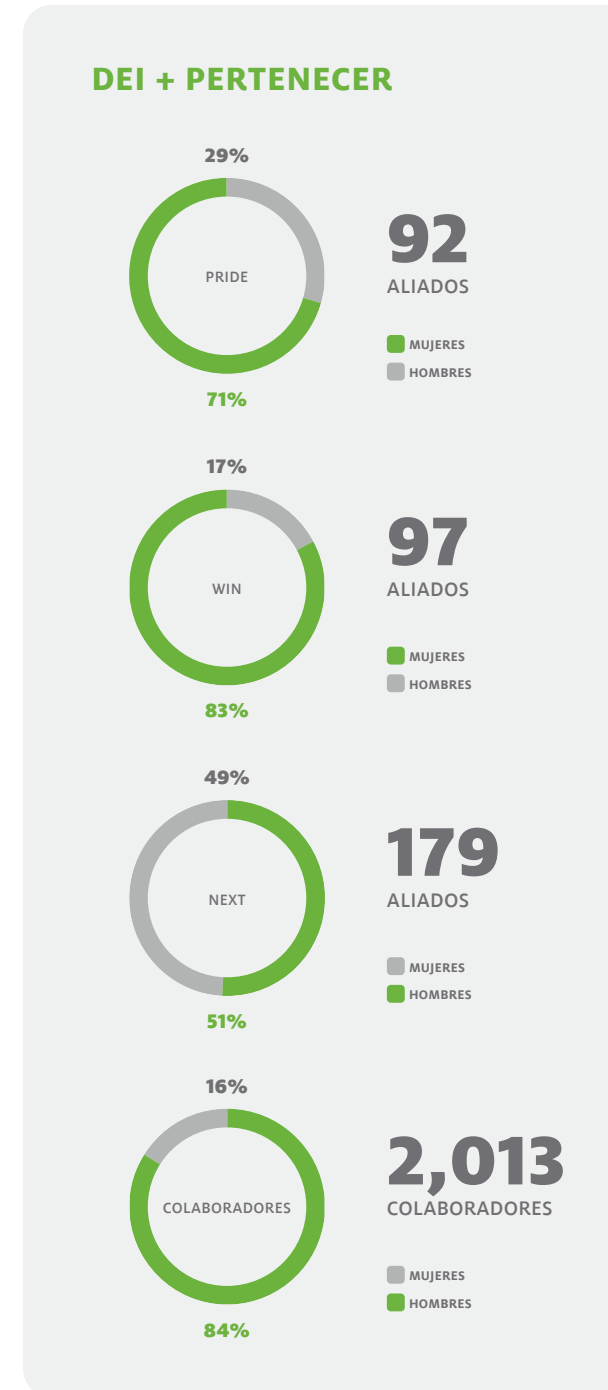
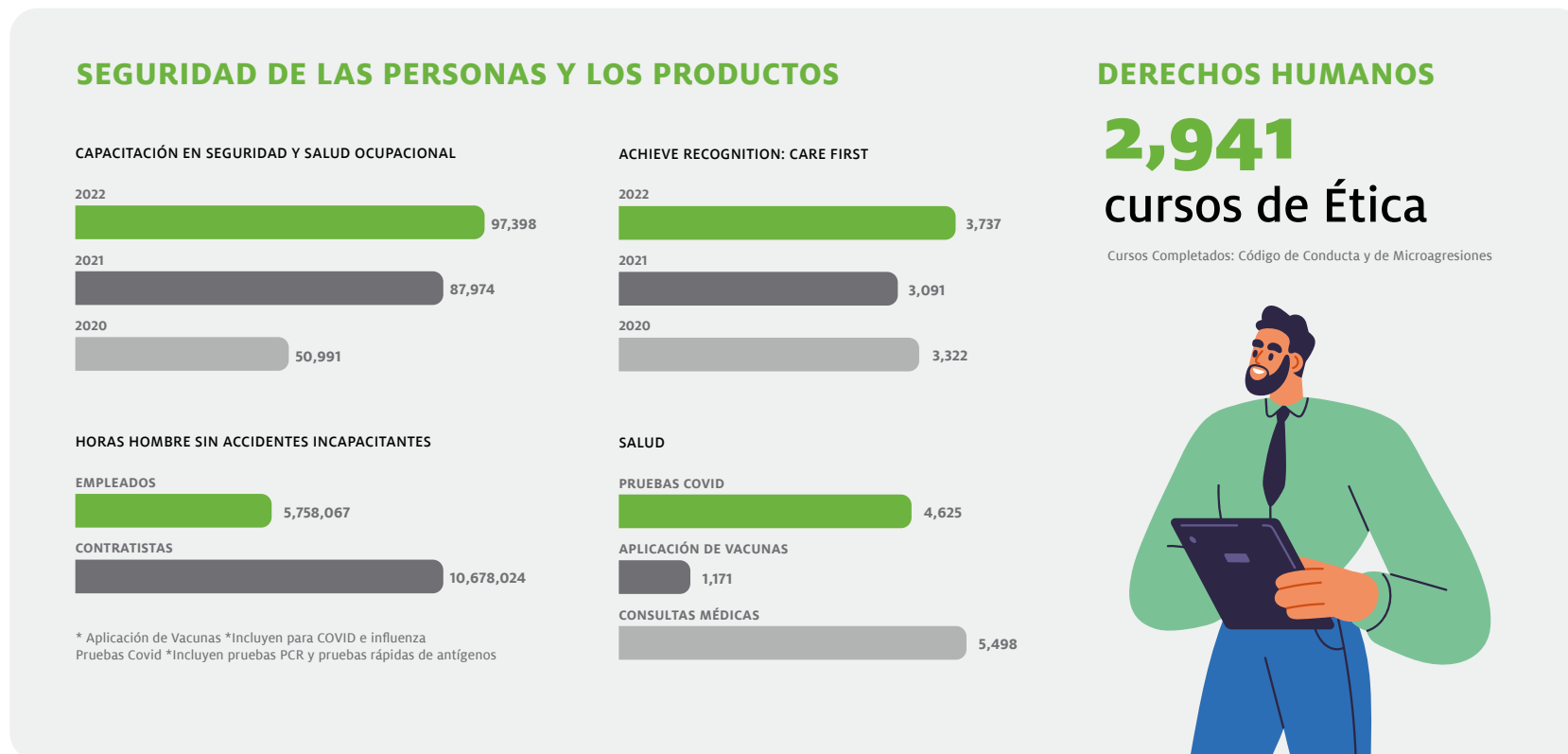
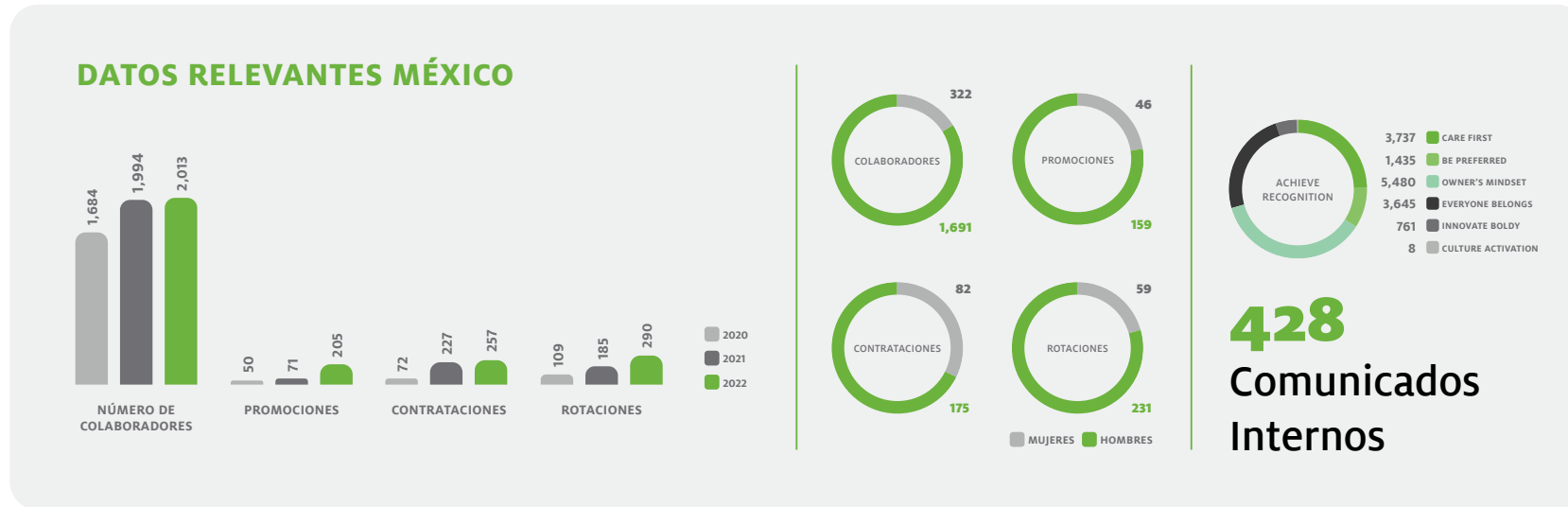
En Ingredion México somos una gran familia y estamos convencidos de que todas las metas son posibles, gracias al talento, compromiso y diversidad de todos los colaboradores, quienes ponen todo para cumplir con el propósito de la Compañía, porque solamente unidos, a través de los valores, ética y transparencia, podemos transformar el presente para:

¡Juntos Hacer la Vida Mejor!

LEOPOLDO G. HORLE

Presidente y Director General de Ingredion en México

DESTACADOS 2022 GRI 2-7, 2-8, 401-1



INNOVACIÓN

842 CURSOS EN INNOVACIÓN Y MKT

500 ASISTENTES

PANEL DE EXPERTOS

¿Por qué plant-based no es sólo para veganos?

25,000 PROTOTIPOS EN EL FOOD TECHNOLOGY SUMMIT⁴

⁴ Capacidades e innovaciones en 10 aplicaciones (25k prototipos) alineadas a las categorías en las que nos enfocamos y nuestras plataformas de especialidades.

DESTACADOS 2022 GRI 2-7, 2-8, 401-1

IMPACTO AMBIENTAL

EMISIONES DE GEI⁵

0.36%

INTENSIDAD DE DQO⁸

-5.69%

INTENSIDAD DE CONSUMO DE AGUA⁶

2.08%

CONSUMO ENERGÍA LIMPIA⁹

66.3%

RESIDUOS APROVECHADOS⁷

81.7%

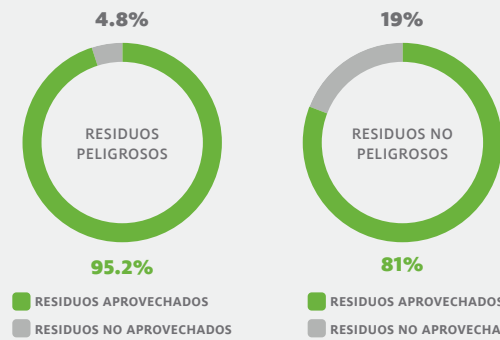
310

ÁRBOLES PLANTADOS

1,815
HORAS DE
CAPACITACIÓN
AMBIENTAL

33,254
CURSOS DE EHSS
EN WORKDAY
LEARNING

GENERACIÓN DE RESIDUOS

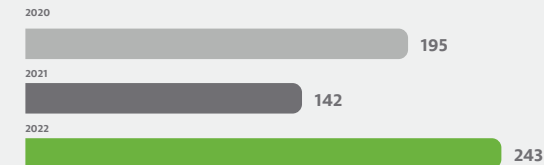


⁴ Capacidades e innovaciones en 10 aplicaciones (25k prototipos) alineadas a las Categorías en las que nos enfocamos y nuestras plataformas de especialidades.
⁵ % Variación de [Emisiones Alcance 1 y 2 + CO₂e Biogénico (MT)] vs. 2019.
⁶ Intensidad de Consumo de Agua*. **% Variación de intensidad hídrica vs. 2019.
⁷ % Variación de intensidad hídrica vs. 2019.
⁸ Residuos Aprovechados*. **% Residuos aprovechados (Residuos que no van a relleno sanitario o incineración sin recuperación de energía).
⁹ % Residuos aprovechados (Residuos que no van a relleno sanitario o incineración sin recuperación de energía).
¹⁰ % Variación de la intensidad de DQO vs. 2019.
¹¹ % De energía limpia conforme a definición de la LIE.
¹² Residuos Peligrosos Aprovechados - *RP Aprovechados: Restaurado, recuperado o reutilizado (reciclado), Incineración con recuperación de energía.

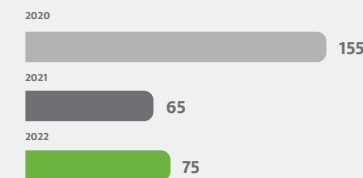
SEGURIDAD ALIMENTARIA

309 COLABORADORES ASISTIERON A WEBCAST SOBRE LAS PBP Y LA SUSTENTABILIDAD

NO. DE BENEFICIARIOS DIRECTOS EN PROGRAMAS DE APOYO A PRODUCTORES ¹¹



NO. DE BENEFICIARIOS INDIRECTOS EN PROGRAMAS DE APOYO A PRODUCTORES ¹²



¹¹ No. de Beneficiarios Directos en programas de apoyo a productores* - Número de productores apoyados por la compra de maíz.
¹² No. de Beneficiarios Indirectos en programas de apoyo a productores* - Número de trabajadores apoyados por la compra de maíz.

AGRICULTURA SUSTENTABLE Y REGENERATIVA

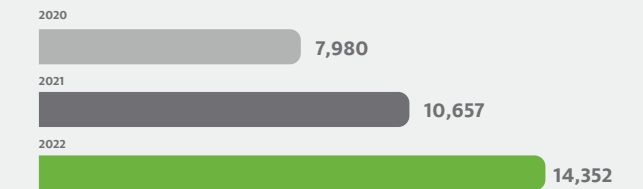
+15,000
TONELADAS DE
MAÍZ AMARILLO
ABASTECIDAS POR
PROYECTO CON CIMMYT

+2,300
HECTÁREAS DE PARCELAS
BAJO ACOMPAÑAMIENTO
TÉCNICO PROYECTO CON
CIMMYT

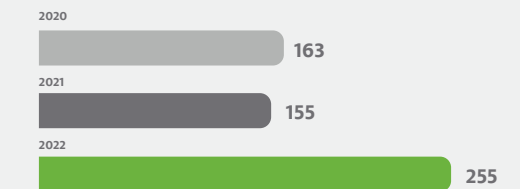
13
CAPACITACIONES
IMPARTIDAS
A AGRICULTORES
(CIMMYT)

IMPACTO EN LA COMUNIDAD

COLECTA DE ALIMENTOS (KG)



TOTAL DE PARTICIPANTES EN LA CAMPAÑA COMPARTIR



27 ACTIVIDADES DE VOLUNTARIADO

RESUMEN DE LOS OBJETIVOS GLOBALES DE SUSTENTABILIDAD

Avances ASG (ambientales, sociales y de gobierno corporativo) y alineación ODS GRI 2-24, 2-25



[Reporte de Sustentabilidad 2022](#)

TEMA	ALINEACIÓN CON EL PACTO MUNDIAL DE LA ONU	ALINEACIÓN CON LOS ODS DE LA ONU
Seguridad de personas y productos	Principio 9	
Derechos humanos	Principios 1, 2, 3, 4, 5, 6, 10	
DEI+Pertener	Principio 6	
Innovación	Principio 9	
Impacto ambiental	Principios 7, 8, 9	
Protección a la biodiversidad	Principios 7, 8, 9	
Agricultura sustentable y regenerativa	Principio 9	
Seguridad alimentaria		
Impacto a la comunidad		

UNA ESTRATEGIA GLOBAL PARA UNA LOCAL



GRI 2-1, 2-6, 2-7, 2-23
GRI 2-1, 2-16, 2-23e **Valores**
GRI 2-2, 2-3, 2-9, 2-12 **Ingredion**

Mantenemos nuestra **estrategia global** con un propósito: ¡Impulsar el potencial de las personas, naturaleza y tecnología para hacer juntos la vida mejor! Lo que nos permite continuar como una **compañía líder global en el sector de los ingredientes alimentarios.**



Oficinas Centrales en los Suburbios de Chicago

8,000

Millones de Dólares en ventas en 2022

12,000

Talentosos colaboradores en el mundo

500

Científicos de investigación y desarrollo

32

Ingredion Idea Labs® Centros de Innovación

Buscamos que

100%

de los cultivos nivel 1 y/o materia prima sea de origen sustentable en 2025 *

70%

Lanzamientos contienen un ingrediente nivel 2 **

18,000

Clientes en aproximadamente 120 países

Enlistado en la Bolsa de NY por 121 años

60

Diferentes segmentos de mercado



Ingredion ha desarrollado un modelo de negocio resistente y que está proporcionando un crecimiento sustentable y co-crea junto con los clientes acciones para una vida mejor. Toda nuestra información financiera, pilares de la estrategia, nuestro enfoque sustentable, cultura y valores los encontrarán en nuestro **Reporte Anual 2023.**

* Los cultivos de nivel 1 son maíz, tapioca, papa, estevia y legumbres

** Estudio Innova 2022; Incluye: almidones, almidones modificados, azúcar y jarabes, edulcorantes de alta intensidad, fibras, harinas, proteínas de origen vegetal, espesantes y una variedad de esencias de frutas y verduras, jugos y purés. (Reporte CANGYL 2023)



DATOS DESTACADOS DE INGREDION MÉXICO

GRI 2-1, 2-2, 2-6, 2-7

\$1,444

Millones de Dólares en ventas en 2022

01

Planta con 100% de procesamiento de maíz de origen mexicano

03

Plantas de operación

09

Oficinas de ventas

97

Años en México (desde 1925)

03

Laboratorios virtuales

02

Centro de innovación **Ingredion Idea Labs**

06

Centro de distribución

01

Guadalajara Shared Services Center

2,013

Colaboradores Ingredion México



1 RA
Planta de alulosa en América Latina

24
Países de exportación

LOGROS Y RECONOCIMIENTOS



2 años de ser reconocida dentro del ranking de Súper Empresas, por Top Companies y Expansión.



1 año de ser reconocida dentro del ranking de Súper Empresas Mujeres, por Top Companies y Expansión.



3 años con el certificado Equidad MX Somos uno de los “Mejores lugares para trabajar LGBT 2021”, por Human Rights Campaign Foundation (HRC).



10 años dentro del ranking “Las 500 empresas más importantes de México”, por Expansión.



5 años consecutivos acreedor del Premio Ética y Valores en la Industria, en la categoría “Trayectoria” de CONCAMIN.



10 años entre “Las 1000 empresas más importantes de México”, por Mundo Ejecutivo.



6 años dentro del ranking “Las 500 empresas contra la corrupción” y 6 en el índice de Integridad Corporativa 500 (IC500).



9 años consecutivos con el distintivo Empresa Socialmente Responsable ESR® de la CEMEFI.



8 años como una de las Empresas Responsables de México en el ranking anual que realizan Expansión y la Escuela de Negocios Schulich.



Reconocimiento por la iniciativa “Horizonte Amarillo”, una alianza entre Ingredion México & Corteva Agriscience.



Reconocida como uno de los mejores empleadores en México, por Mundo Ejecutivo.



Reconocida como una de las empresas más importantes en la agroindustria y sector alimenticio, por Mundo Ejecutivo.



Materialidad

GRI 2-23e, 3-1, 3-2

Se realiza el proceso para actualizar y priorizar los temas materiales de la compañía desde una doble perspectiva: el impacto a los grupos de interés y la generación de valor compartido. Estos temas definirán las prioridades en México alineados con la estrategia global. Para ello, se sigue el proceso que se marca a continuación:

En 2022 nuestra matriz se mantuvo alineada con la matriz de materialidad corporativa, mientras se termina la construcción de la región de México. **Reporte de Sustentabilidad 2022**

IMPULSAMOS EL CRECIMIENTO

GRI 2-6, 417-1

Creemos en el **crecimiento sustentable y un mejor futuro para las personas**: en cuanto a la nutrición, la salud y el bienestar.

Continuamos con los planes de desarrollo de la Compañía con base en un sólido y probado modelo de negocio, que ofrece crecimiento al tiempo que trata de mitigar el riesgo ASG adecuadamente. Nuestra estructura de especialidades sigue aportando un valor significativo a los accionistas a

partir de una amplia variedad de ingredientes versátiles, lo que nos permite crear soluciones que marcan tendencia para una gama cada vez mayor de clientes que buscan tener en sus productos ingredientes sustentables.



Nuestro portafolio 2022*:

54%
ALIMENTOS

8%
BEBIDAS

8%
CERVEZA

11%
NUTRICIÓN ANIMAL

19%
OTRAS INDUSTRIAS



* De acuerdo con datos de ventas en 2022.



Abastecimiento
sustentable y de confianza:








Llegamos a

24 países
desde
México.

NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS RELEVANTES

GRI 2-6, 2-29

Buscamos generar valor compartido consiente, en beneficio de todos, con un impacto positivo en todas las acciones que realizamos y que tengan como resultado un aporte económico y social positivo. Buscamos mantener un diálogo abierto y permanente.

-  Colaboradores
-  Socios accionistas
-  Clientes
-  Comunidad
-  Proveedores
-  Gobiernos y autoridades
-  Medios de comunicación

Nuestros grupos de interés están en concordancia a nivel global, al igual que la matriz de materialidad la estrategia All Life. [Reporte de Sustentabilidad 2022](#)

CADENA DE VALOR

GRI 2-6, 414-1

Cadena de valor del campo a la industria

Buscamos simplificar la [cadena de suministro](#), mejorar nuestra capacidad de servicio y suministro a tiempo, así como reducir la huella medioambiental. Esto es cada vez más importante y es un determinante significativo para que los clientes puedan tener una cadena de suministro responsable.

CADENA DE VALOR DEL CAMPO A LA INDUSTRIA

GRI 2-6, 414-1



Diversas Materias Primas

- Maíz amarillo
- Tapioca
- Papa
- Estevia
- Arroz
- Frutas
- Vegetales
- Leguminosas (chícharo, garbanzo, lenteja, etc.)



Soluciones de Tendencia

- Soluciones en nutrición, salud y bienestar
- Ingredientes de etiqueta limpia
- Reinventando la textura
- Nutrición y bienestar avanzada
- Reinventando el sabor
- Formulación de alimentos y bebidas sustentables (reducción de azúcar y proteínas de origen vegetal)
- Reformulación con valor agregado
- Reemplazo de ingredientes



Industrias o Sectores

- Alimentos
- Bebidas
- Industria cervecera
- Belleza y cuidado personal
- Farmacéutica
- Industrial y biopolímeros
- Nutrición animal
- Papel y corrugado

VALOR AÑADIDO: REPRESENTACIÓN Y ALIANZAS

GRI 2-6, 2-22, 2-28

Impulsamos una red de aliados comprometidos con generar valor compartido, donde juntos nos podamos anticipar con soluciones a los retos que se presentan en el país. Buscamos colaborar para continuar el desarrollo de iniciativas que tengan un impacto positivo en lo económico, ambiental y social, tanto a nivel local como global.

“Hoy más que nunca, el mundo nos muestra que todos debemos colaborar, sumar en pro de los negocios, comunidades y países sustentables. La suma de esfuerzos nos dará como resultado un lugar más seguro para colaborar y llegar nuestra meta de lograr un mundo mejor”



ROB RITCHIE, Vicepresidente Senior de Américas, Ingredientes de Alimentos & Industriales en Ingredion Incorporated

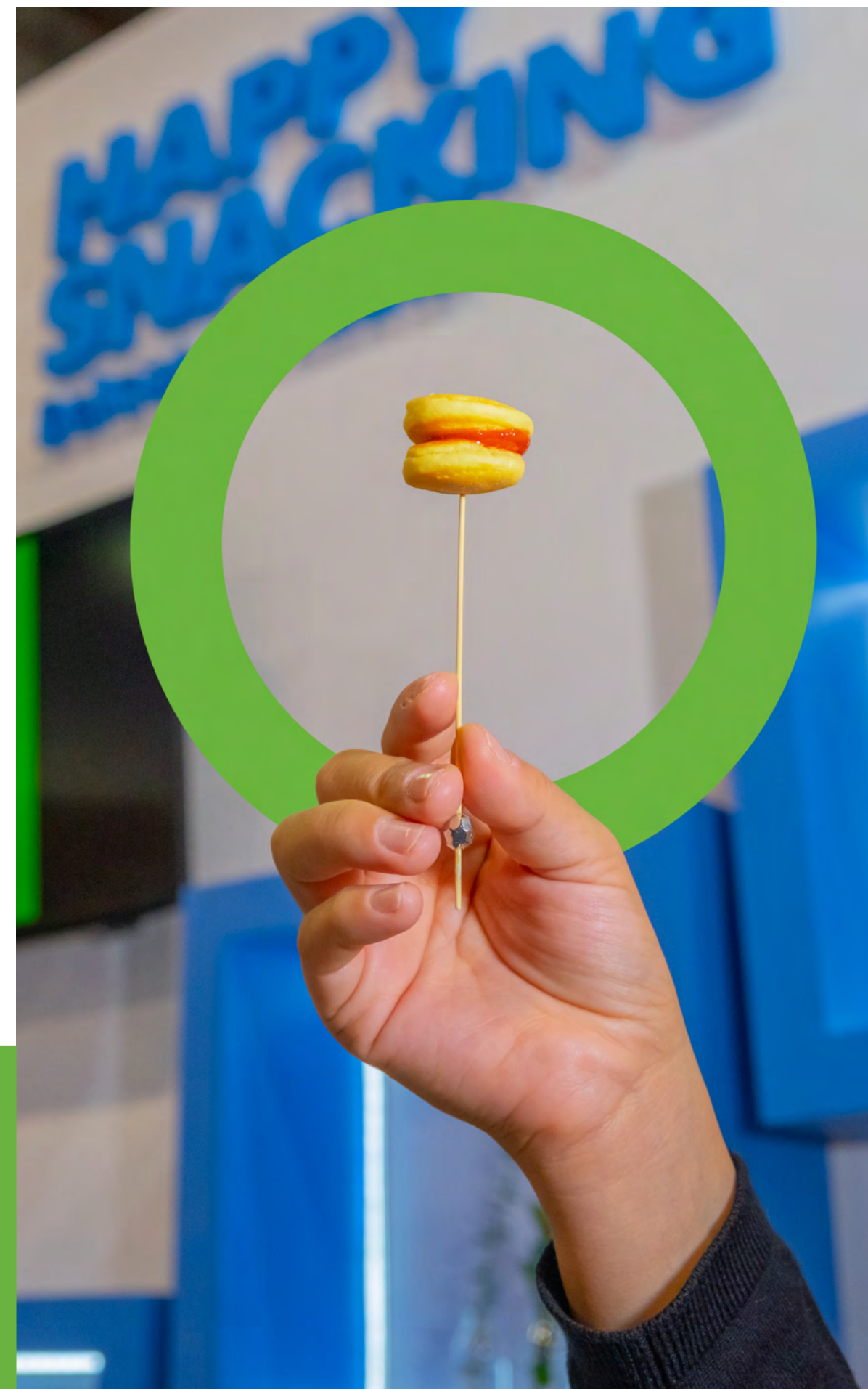
Mantenemos un liderazgo en presidencias y consejos de:

- CANAMI, Cámara Nacional del Maíz Industrializado.
- AMCHAM, American Chamber of Commerce of Mexico. Capítulo Guadalajara.
- CANACINTRA, Cámara Nacional de la Industria de Transformación.
- CCE, Consejo Coordinador de Mujeres Empresarias.
- CNA, Consejo Nacional Agropecuario.
- CCE, Consejo Coordinador Empresarial.
- CONCAMIN, Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos.
- CCME, Consejo Coordinador de Mujeres Empresarias (Nacional).

Participación en:

17

organismos
empresariales



NUESTRA ESTRATEGIA VIDA SUSTENTABLE “ALL LIFE”

GRI 2-12, 2-13, 2-22

En Ingredion creemos que sustentabilidad es una responsabilidad compartida y lo expresamos con nuestra estrategia **Vida sustentable “All Life”**, que junto con los valores son la base de nuestro éxito. La estrategia se enfoca en la Vida Diaria, la Vida del Planeta y la Vida en Conexión, siendo nuestra ruta hacia el 2030 para impulsar las iniciativas ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ASG) de la Compañía.



“Todos los días en Ingredion México colaboramos con acciones que generan un impacto positivo dentro y fuera de la compañía. Sabemos que todos debemos co-crear e impulsar iniciativas para todos juntos hacer una vida mejor”,

ESTEFANIA BARRAZA, Gerente de Sustentabilidad Norte América en Ingredion México.





PRIORIZAMOS EL BIENESTAR de nuestros colaboradores, clientes y proveedores.

01 VIDA DIARIA

SEGURIDAD DE PERSONAS Y PRODUCTOS

GRI 2-6, 2-23, 3-3C, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-10, 404, 416-1

Seguridad de las personas



[Política Global Medio Ambiente, Salud, Seguridad y Protección](#)
[Código de Conducta: Lineamiento Medioambiente, Salud, Seguridad y Protección](#)

Estamos comprometidos con la seguridad y el bienestar de nuestros colaboradores. Priorizamos cuidar de la vida y mantener un ambiente seguro para cada persona que colabora con nosotros.

Seguridad de productos



[Código de Conducta: Lineamiento Calidad y Seguridad de los Alimentos](#)
[Política de Calidad e Inocuidad](#)
[Política de Prueba en Animales](#)

Transformamos diferentes materias primas en ingredientes con los estándares más altos de calidad y seguridad. Contamos con certificaciones internacionales y brindamos soluciones para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

LOGROS

97,398

Horas de capacitación en seguridad y salud ocupacional

3,737

Reconocimientos de seguridad (Achieve Recognition-Care First)

5,498

Consultas médicas

Certificación del Programa de Autogestión “Industria Segura”

5 758,067

Horas hombre sin accidentes incapacitantes (colaboradores)

0.05

TRIR¹ de Colaboradores

1,171

Vacunas aplicadas

1 taller “Mantenlo en mente” enfocados al cuidado de las manos y temas de seguridad

10 678,024

Horas hombre sin accidentes incapacitantes (contratistas)

0.08

TRIR¹ de Contratistas

4,625

Prueba realizadas para detección de Covid-19

Capacitación de manejo de polvos, combustibles y trabajo en alturas

27 Colaboradores capacitados como Líderes de Estudios de Riesgo

Lanzamiento del Programa Safe Star

CERTIFICACIONES:

FSSC 22000 Seguridad Alimentaria

ISO 17025 Sistema de Gestión en Laboratorios

ISO 9001:2015 Sistema de Gestión de Calidad (SGC)

BASC Business Alliance for Secure Commerce

CTPAT Certificación contra el Terrorismo (Exportación de productos)

Kosher

Halal

OBJETIVO 2030

Construir una cultura productiva, donde la seguridad de las personas y nuestros productos, así como la salud de nuestros colaboradores y socios de la cadena de suministro, son una prioridad.

¹: TRIR: Tasa Total de Incidentes Registrables (Total Recordable Incident Rate)

DERECHOS HUMANOS

GRI 2-6, 2-23, 3-3C, 308-1, 404-2, 410-1, 414-1



[Código de Conducta: Lineamientos de Derechos Humanos](#)
[Código Sustentable para Proveedores](#)
[Código de Conducta de Proveedores](#)
[Política contra la Violencia, Amenazas e Intimidación](#)
[Política Global de Acoso y Discriminación](#)

Estamos comprometidos a vivir según nuestros valores: hacer lo correcto de la manera correcta, todos los días. Nuestro Código de Conducta explica las expectativas de la Compañía a la hora de hacer negocios de manera ética y en consonancia con nuestros valores, nuestras políticas y la ley.

LOGROS

1,948

Cursos del Código de Conducta

57.23%

Colaboradores utilizaron el Programa de Asistencia a Empleados

15,066

Reconocimientos a colaboradores (Achieve Recognition)

Esquema híbrido de trabajo y de flexibilidad totalmente establecidos

993

Talleres de aprendizaje sobre microagresiones

386

Apoos para cursos externos, de inglés, maestrías y posgrados

64,547

Total de entrenamientos, cursos y capacitaciones

Encuesta de la Norma 035

OBJETIVO 2030

Fomentar el respeto a los derechos humanos en nuestras operaciones y mostrar 100% de transparencia a lo largo de nuestra cadena de suministro global.





Comercio Ético

GRI 2-4, 2-6, 2-23, 2-30, 3-3C, 308-1, 414-1



[Código de Conducta](#)
[Código Sustentable para Proveedores](#)
[Código de Conducta de Proveedores](#)

Reconocemos los derechos de nuestros colaboradores y de aquellos con quienes hacemos negocios, esperamos que nuestros socios comerciales hagan lo mismo. Contamos con un Código de Conducta para Proveedores, donde aclaramos los principios y expectativas para quienes hacen negocios con nosotros. Este Código es una parte importante en nuestro proceso de selección y evaluación de proveedores.

Trabajamos con nuestros proveedores para registrarse en el Supplier Ethical Data Exchange (Sedex), plataforma de evaluación de estándares laborales y ética comercial para compartir información de la cadena de suministro.

LOGROS

100%

Plantas cuentan con SMETA, auditoría de comercio ético de Sedex

6

Años presentes en ranking "Las 500 empresas contra la corrupción"

8

Años como una de las Empresas Responsables de México en el ranking anual que realizan Expansión y la Escuela de Negocios Schulich

100%

Plantas cuentan con convenios de negociación colectiva

6

Años en el índice de Integridad Corporativa 500 (IC500)



DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN (DEI) + PERTENECER

GRI 2-7, 2-23, 404-1, 405-1, 413-1
GRI 3-3, 3-3C, 413-1 **Comunidades**



Código de Conducta: Lineamiento de Diversidad e Inclusión
Política contra la Violencia, Amenazas e Intimidación
Política de Diversidad e Inclusión
Política de Identidad de Género y Expresión de Género en el Trabajo

Somos un **equipo diverso con una cultura incluyente**, enfocada a eliminar las barreras para propiciar equidad en todas las operaciones de la Compañía. Mantenemos el liderazgo como **“La Compañía donde todos pertenecemos”**.



OBJETIVO 2030

Tener totalmente establecida una cultura de pertenencia, en la que cada colaborador pueda mostrarse a sí mismo por completo en el trabajo.

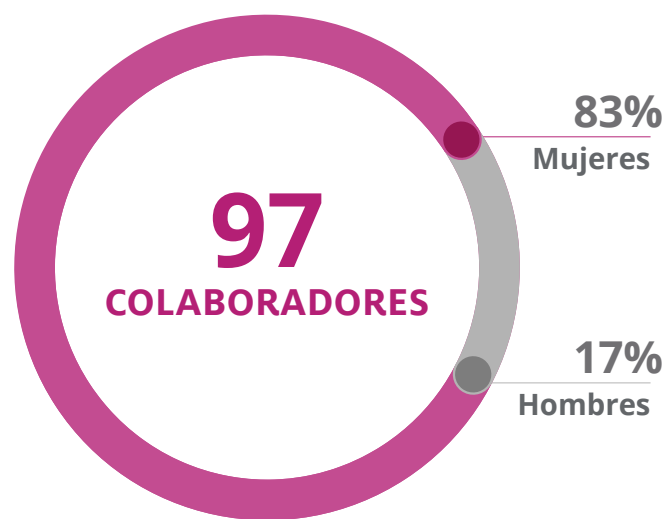
NUESTROS GRUPOS DE RECURSOS EMPRESARIALES (BRGS) EN MÉXICO

Los BRGs son parte integral del éxito de la cultura en Ingredion. Desempeñan un papel importante como interfaz de nuestros colaboradores y nuestra agenda de sustentabilidad, además de ser fundamentales para crear un entorno de trabajo al que todos pertenezcan. **Ingredion México cuenta con 3 BRGs.**



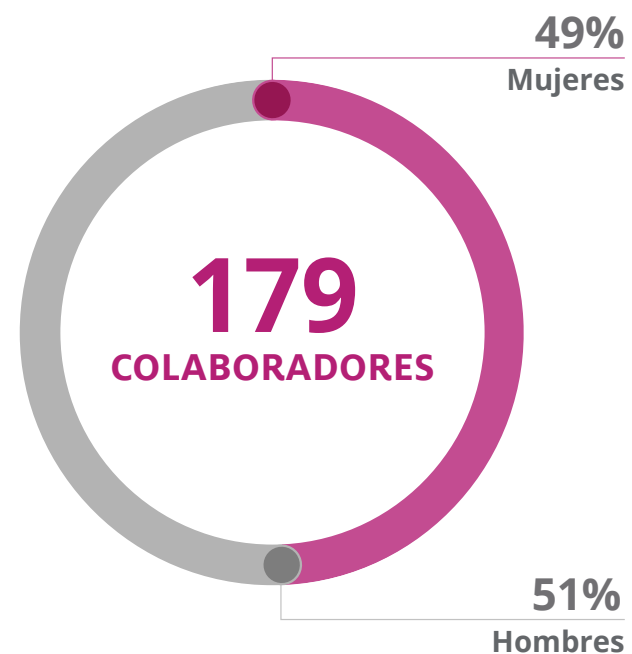
ACCIONES

- 1,858 Participaciones en 12 conferencias, exposiciones, talleres y paneles LGBTQ+
- Evento interseccional con IFF de club de cocina
- Donativos y trabajo colaborativo con dos ONGs: "Cuenta Conmigo" y "Casa Frida"
- Participación en marcha del orgullo LGBTQ+ en CDMX y GDL
- Participación en Pride Connection México Summit



ACCIONES

- +280 Participantes en conferencia por conmemoración del Día Internacional de la Mujer
- Adaptación de instalaciones en plantas de producción con vestidores y baños para mujeres
- Lanzamiento del programa de Mujeres en la Manufactura
- Participación en conferencias y exposiciones, talleres y paneles organizados con PRIDE



ACCIONES

- Lanzamiento inaugural de NEXT en México
- 418 Participaciones en eventos y actividades realizados
- Capacitación con talleres de desarrollo y plan de carrera



LOGROS

3 Años con la Certificación Equidad MX Somos uno de los "Mejores lugares para trabajar LGBT 2022" por HRC, con la máxima Calificación

Presentes en Rankig Súper Empresas para Mujeres 2022 por Top Companies



INNOVACIÓN

GRI 2-6, 2-23, 3-3C, 417-1



Código de Conducta
Política de Calidad e Inocuidad

La innovación en la compañía está enfocada en lograr ingredientes sustentables. Nos adelantamos para ofrecer las soluciones que buscan los consumidores de hoy, a través de tecnología, servicios y acompañamiento de inicio a fin. Siempre buscamos ser la opción número uno en innovación para todos los clientes.

OBJETIVO 2030

Impulsar la innovación sustentable en todos los lanzamientos de nuevos productos para alinear con al menos uno de los Objetivos de Desarrollo Sustentable de la ONU (ODS), y contribuir a que la sociedad y los consumidores cumplan con sus metas de sustentabilidad.

LOGROS

Reemplazo de bolsas de plástico en productos por bolsas híbridas de

80% **papel Kraft** que permite el reciclado.

Lanzamiento de **Culinology®** en México.

Campaña **¡DALES REFRESH!** para crear soluciones de **reducción de azúcar y de perfil sensorial armonioso.**

Desarrollo de ingredientes para **alternativas de origen vegetal** de productos cárnicos y lácteos.

+11%

Crecimiento en ventas de **Ingredientes de Especialidades / Plataformas de Innovación**. Esto a través de plataformas de crecimiento como las soluciones en reducción de azúcar, texturizantes basados en almidón, productos **Plant Based** y productos de **sistemas holísticos formulados**.

+33%

Crecimiento en proyectos con clientes (**Technical Initiative**) derivadas de necesidades de los clientes.

TOUR INGREDION IDEA LABS® 360° en donde los clientes pueden recorrer nuestros laboratorios desde la comodidad de sus hogares y ver nuestras capacidades para apoyarlos en el desarrollo de un nuevo producto.

Panel sensorial externo con 10 panelistas. Cuatro de ellos son personas con discapacidad visual con el objetivo de aprender a maximizar los sentidos.

Marketing Responsable

GRI 2-6, 416-1, 417-1, 417-2

Nos guiamos con valores. La ética en todas las acciones de marketing es guiada por la transparencia, **información confiable y un alto sentido de responsabilidad** para nuestros grupos de interés.

Tenemos el compromiso de transparentar todas las campañas que implementamos para todos los grupos de interés. Esta acción nos da como resultado estar cerca de ellos, además de ser una vía para que conozcan las innovaciones en todos los mercados.

ACCIONES

Interacción de Culinology® en Food Technology Summit 2022 a través de Culinology® X-perience.

Experiencia sensorial de Ingredion Business Congress a través de videomapping y menú de Culinology®.

Campañas de marketing "Provoca el WOW", Dales Refresh, Happy Snacking.

Lanzamiento de nuevos productos: reducción de azúcar y proteína vegetal durante The Food Tech Summit & Expo 2022, enfocándonos en 3 productos estelares: DOLCERRA, VITASENCE y PRISTA.

+1,800

Interacciones virtuales (sesiones de trabajo, innovación, educación) de marketing & innovación con las contrapartes de clientes.

500

Personas interactuaron y degustaron un menú de 3 tiempos con nuevas soluciones en The Food Tech Summit & Expo 2022.

100

Clientes interactuaron en Culinology® X-perience: en 21 sesiones con el equipo de CULINOLOGY®. Los deleitamos con diversos prototipos en presentación gourmet, donde usaron diversos sentidos: vista, olfato, el gusto y el tacto.

10 Aplicaciones de especialidad, nuevas capacidades e innovaciones en

25,000 PROTOTIPOS.

2 Magnas conferencias: Snacks y Bebidas y un Panel de Expertos con más de

500 ASISTENTES



Durante el periodo no hubo ningún caso de incumplimiento de normas o códigos voluntarios sobre información y etiquetado de productos o de incumplimiento relacionado con comunicaciones o marketing.



Estamos comprometidos en **PROTEGER Y RENOVAR** los recursos del planeta.

02 VIDA DEL PLANETA

IMPACTO AMBIENTAL

GRI 2-6, 2-23, 3-3, 3-3C, 302-1, 303-1, 404-1



Política Global Medio Ambiente, Salud, Seguridad y Protección
Código de Conducta: Lineamiento Medioambiente, Salud, Seguridad y Protección

Colaboramos por un mundo con un futuro sustentable, realizamos diversos esfuerzos para proteger el cuidado del ambiente e impulsamos iniciativas y acciones a todo lo largo de la cadena de valor que tiene la Compañía.

Desarrollamos estrategias para mejorar nuestro desempeño ambiental, buscamos la reducción de emisiones, consumo de agua, consumo de energía y residuos.

INDICADORES 2022:

Emisiones de GEI	0.36% ¹
Intensidad Hídrica	2.08% ²
Intensidad de DQO	-5.69% ³
Residuos Aprovechados	81.7% ⁴
Energía Limpia	66.3% ⁵

ACTIVIDADES

Campañas de colecta de residuos electrónicos

Campañas de conmemoración del día de la Tierra y día del Agua

LOGROS

33,254

Cursos completados en línea en temas ambientales, de salud y de seguridad

100%

Plantas cuentan con instalaciones para el tratamiento de aguas residuales

175

Toneladas estimadas de plástico eliminados en la manufactura por proyectos de mejora continua

100%

Plantas con certificación ISO 14000

Certificación Industria Limpia de la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA)

1,815

Horas de capacitación ambiental

OBJETIVO 2030

Proteger y renovar los recursos del planeta promulgando metas y otras medidas de conservación con base en la ciencia como catalizadores para impulsar la innovación continua.

¹ % de Variación de [Emisiones Alcance 1 y 2 + CO₂e Biogénico (MT)] vs. 2019

² % Variación de intensidad de consumo de agua vs. 2019.

³ % Variación de la intensidad de DQO en agua residual vs. 2019

⁴ % Residuos aprovechados (Residuos que no van a relleno sanitario o incineración sin recuperación de energía).

⁵ % De consumo de energía limpia conforme a definición de la LIE.



Energía

GRI 3-3, 302-1, 302-4, 302-5

CONSUMO TOTAL 407,168 MWh
ENERGIA LIMPIA 270,142 MWh

Continuamos con objetivos relacionados con la reducción del consumo de energía y con la implementación de programas que nos ayudan a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI). Apoyados en proyectos de mejora continua y campañas de mejores prácticas en todas las instalaciones alrededor del mundo, con un monitoreo real del desempeño.

Información de CDP

GRI 3-3, 303-1

Anualmente Ingredion presenta reportes de sus impactos ambientales a nivel global a través de CDP (Anteriormente Carbon Disclosure Project). En 2022 se obtuvieron las siguientes calificaciones:

- **A- (Agua)**
- **B (Cambio Climático)**



Residuos y materiales

GRI 3-3, 306-1, 306-2, 306-3, 306-5

Residuos No Peligrosos

48 %

Restaurado, recuperado o reutilizado (reciclado)

33%

Aplicados a la tierra o composteo

19%

Enviado a relleno sanitario

Residuos Peligrosos

88%

Incineración con recuperación de energía

7%

Restaurado, recuperado o reutilizado (reciclado)

3%

Enviado a confinamiento

1%

Incineración sin recuperación de energía

Generación de Residuos

Año	Residuos No Peligrosos	Residuos Peligrosos
2022	95.3%	4.7%
2021	94.9%	5.1%
2020	96.7%	3.3%

○ Residuos No Peligrosos ○ Residuos Peligrosos



PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

GRI 2-23, 3-3C, 304-1



[Código de Conducta](#)
[Código Sustentable para Proveedores](#)
[Código de Conducta de Proveedores](#)

Enfocamos la atención hacia el cuidado de la biodiversidad. Mantenemos el compromiso para que ningún producto o materia prima esté asociado con la deforestación en los sitios donde operamos. Extendemos esta buena práctica a nuestra cadena de suministro.

Trabajamos en proyectos para impulsar la siembra de maíz amarillo en México mediante prácticas sustentables que no afecten a la biodiversidad ni a los ecosistemas.

OBJETIVO 2030

Implementar programas en nuestras áreas de abastecimiento de cultivos para proteger la biodiversidad o lograr un impacto positivo neto.

LOGROS

310

Árboles plantados en campañas de reforestación

Programa de cuidado y preservación de vida silvestre en peligro de extinción en la planta de San Juan del Río

Mantenemos la meta de cero deforestaciones de proveedores de materia prima

Continuamos con programas de capacitación a productores de maíz amarillo. Como proveedores directos ellos aceptan la política sustentable de proveedores de la Compañía



Nos esforzamos por **MEJORAR LA VIDA** de nuestros agricultores y comunidades.

03 VIDA

EN CONEXIÓN

AGRICULTURA SUSTENTABLE Y REGENERATIVA

GRI 2-6, 2-23, 3-3C, 203-1, 308-1, 414-1



Código de Conducta: Lineamiento Sustentabilidad
Código Sustentable para Proveedores
Código de Conducta de Proveedores

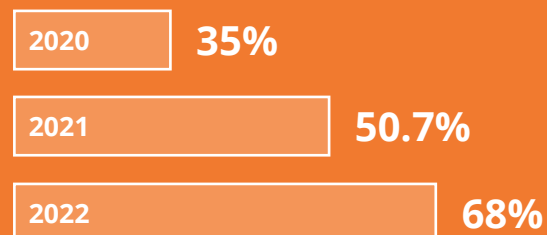
Mantenemos la búsqueda de una agricultura sustentable con toda la cadena de suministro y continuamos con los esfuerzos por la sustentabilidad del campo, de donde se obtienen las materias primas esenciales para la Compañía.

Ingredion Incorporated es miembro de la Plataforma de Iniciativa de Agricultura Sustentable (Plataforma SAI) desde 2014, y utilizamos su Evaluación de Sustentabilidad Agrícola (FSA) como el estándar para evaluar los campos de los que obtenemos cultivos.



LOGROS

Abastecimiento de maíz es sustentable.



100%

Abastecimiento de maíz libre de plaguicidas altamente tóxicos

+2,300

hectáreas de parcelas bajo acompañamiento técnico proyecto con CIMMYT

+15,000

toneladas de maíz amarillo abastecidas por proyecto con CIMMYT

PROYECTOS

Horizonte Amarillo, iniciativa de Ingredion & Corteva Agriscience para incrementar la productividad y sustentabilidad del maíz amarillo en México.

Maíz Sustentable, programa piloto de maíz amarillo sustentable en colaboración con el Centro Internacional de Mejoramiento de Maíz y Trigo (**CIMMYT**), mismo que servirá para formalizar y documentar el tema del maíz sustentable a nivel nacional. A través de este proyecto la Compañía contribuye a que los agricultores produzcan maíz amarillo sustentable.

OBJETIVO 2030

Hacer la vida mejor para agricultores, mitigar los riesgos de la cadena de suministro y ayudar a la seguridad alimentaria abasteciendo de manera sustentable el 100% de los cultivos primarios.



OBJETIVO 2030

Mejorar la seguridad alimentaria dentro de nuestra cadena de valor, catalizando la reducción de desperdicio de alimentos, minimizando las pérdidas de cultivos a nivel de campo mejorando la oferta de productos que apoyen los ODS de la ONU.

SEGURIDAD ALIMENTARIA

GRI 2-23, 3-3C, 416-1



Código de Conducta: Lineamiento Calidad y Seguridad de los Alimentos
Política de Calidad e Inocuidad

Creemos que las proteínas vegetales son ingredientes esenciales dentro de la seguridad alimentaria, así como su cadena agroalimentaria sustentable. Nuestra producción de ingredientes de proteína vegetal cuenta con la más alta tecnología y certificaciones en beneficio de las personas.

Extendemos nuestro compromiso de buscar cero desperdicio alimenticio a proveedores, productores y grupos de interés, al identificar oportunidades para mejorar los rendimientos y reducir la pérdida de cultivos, así como la oportunidad para que las materias primas que no lleguen a ser un producto final se puedan utilizar en otras actividades y la cadena de suministro alcance la meta sin desperdicios.

LOGROS

14,352KG

Recolectados de alimentos para el Banco de Alimentos (BAMX)

75

Beneficiarios indirectos en programas de apoyo a agricultores

13

Capacitaciones impartidas a agricultores mediante el proyecto del CIMMYT

309

Colaboradores participaron en Webcast sobre las proteínas vegetales en la Sustentabilidad

243

Beneficiarios directos en programas de apoyo a agricultores

100%

Lanzamientos de ingredientes de proteína vegetal son de materia prima sustentable

IMPACTO EN LA COMUNIDAD

GRI 2-6, 2-23, 3-3C, 203-2, 413-1



Código de Conducta

Reconocemos la importancia de las comunidades donde hacemos negocios. Tenemos en mente ser vecinos ejemplares, por lo que la estrategia de la Compañía es generar valor económico y social en las comunidades donde estamos presentes.



OBJETIVO 2030

Hacer la vida mejor para más de un millón de personas en las comunidades donde operamos.

LOGROS

• 3 Donativos a asociaciones con causa social:

Operation Smile México A.C. | Banco de Alimentos de México (BAMX) | Nosotros por los Niños con Cáncer A.C.

• Campaña COMPARTIR:

3 Asociaciones beneficiadas: Cuenta Conmigo Diversidad Sexual Incluyente, A.C., Casa Hogar Naandi Fundación Santa María del Tepeyac, A.C. y Fundación Teletón México A.C.

64.8% Aumento donativos vs. 2020 | **255** Colaboradores participantes

• Otros:

220 KG

de tapas de plástico recolectadas en Guadalajara y San Juan del Río para apoyar a niños con cáncer

Programa de Desarrollo "GTO", el cual permite desarrollar futuros líderes en el mundo Ingredion

Donativo de juguetes a la Policía Municipal de Guadalajara

Convenio con las Universidades para identificar talentos

Campaña anual de limpieza de la comunidad y del río en de San Juan del Río

• Programa Capacitación Anspac Ingredion:

50 mujeres inscritas | **20** jóvenes inscritos

• Programa de Bachillerato en Planta Guadalajara:

11 graduados | **+40** colaboradores inscritos



ÉTICA DEL NEGOCIO

GRI 2-23, 2-26, 3-3C



[Código de Conducta](#)

[Código de Conducta para Proveedores](#)

[Código Sustentable para Proveedores](#)

Somos una Compañía con altos estándares internacionales de ética, seguridad, calidad y sustentabilidad. Con un propósito y valores, que extendemos a toda la cadena de valor para vivirlos y compartirlos.

Mantenemos una cultura centrada en las personas y cumplimos nuestro compromiso de co-crear valor compartido para buscar un mejor futuro en la vida de nuestros colaboradores, clientes, proveedores y todos los grupos de interés.

LOGROS

Capacitación anual del Código de Conducta para todos los colaboradores.

Somos parte del Índice de Integridad Corporativa 500 (IC500) donde las 500 empresas más importantes de México dan a conocer sus políticas de integridad. Esta es una iniciativa, creada conjuntamente por Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad y Transparencia Mexicana.

Somos una de las 100 Empresas más Responsables por Expansión & Schulich. Forman parte de esta lista las empresas que tienen un impacto en el entorno y en las personas, así como en disminuir los impactos negativos y maximizar los positivos.

Somos reconocidos con el Premio Ética y Valores en la Industria en la categoría "Trayectoria" por la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN), galardón que reconoce a las industrias y empresas que han convertido la ética en un principio que guía sus prácticas cotidianas al interior y exterior de los sectores en los que se desarrollan.

GOBIERNO CORPORATIVO

GRI 2-6, 2-9, 2-10, 2-11a, 2-12, 2-13, 2-14, 2-16, 2-22, 2-23, 2-24, 405-1

Ingredion en México y el mundo, cuenta con una cultura y estrategia del negocio, con un gobierno corporativo, un código de conducta y políticas para los colaboradores, subsidiarias y afiliadas a la Compañía. El Consejo de Administración de Ingredion se apoya en comités aprobados por la Asamblea General

Anual de Accionistas, que analizan diversos asuntos y proporcionan recomendaciones.

Más información:

[Reporte Anual](#) y [Reporte de Sustentabilidad 2022](#)

Cuidamos la ética y conducta

Los negocios y las decisiones de todos los colaboradores de Ingredion se basan en el Código de Ética y Políticas de Conducta. Este Código supera en exigencia el cumplimiento de algunas leyes y normativas de cada uno de los países donde operamos y nos compromete a tener los más estrictos estándares de comportamiento ético. La estrategia de sustentabilidad es parte de un pilar del negocio, así como la cultura y valores, los cuales se viven todos los días de acuerdo con las políticas y valores de la Compañía.

Las conductas contrarias al **Código de Ética y Políticas de Conducta**, así como otras políticas de la Compañía pueden ser denunciadas y atendidas en: [INGRethics.com](https://www.ingredion.com/INGRethics.com)



¿QUÉ SIGUE EN LA ESTRATEGIA VIDA SUSTENTABLE?

GRI 2-2, 2-22, 2-23

Estamos observando un futuro sustentable, gracias a la creatividad, empuje, agilidad y compromiso de nuestra gente. Ingredion tuvo un año de crecimiento en 2022. Ahora observamos un 2023, seguros de que estamos bien posicionados para continuar ejecutando nuestros pilares estratégicos de crecimiento y obtener más beneficios de nuestro resistente modelo de negocio y la estrategia Vida Sustentable.

Agradecemos su interés en Ingredion, colaboradores y los resultados de la implementación de nuestra estrategia **Vida Sustentable** “All Life” en México.



“El fortalecimiento y crecimiento de la estrategia, sus pilares y su integración en cada una de las áreas del negocio a nivel local y global, es un compromiso consiente, además de vivir nuestro propósito a través de la sustentabilidad. Continuaremos construyendo una cultura fuerte, segura, diversa e inclusiva”,

LARRY FERNANDES, Vicepresidente Senior, CEO Comercial y Sustentabilidad en Ingredion Incorporated.

ACERCA DE ESTE REPORTE

GRI 1, 2-1, 2-3,2-4, 2-22

Este es el Quinto Informe de Sustentabilidad, utilizando como referencia los Estándares GRI (Global Reporting Initiative). Este documento muestra los resultados logrados en el periodo comprendido entre el 1° de enero de 2022 y el 31 de diciembre del 2022, y cumple con los principios para determinar su contenido y calidad establecidos por GRI:

-  **Comparabilidad**
-  **Claridad**
-  **Equilibrio**
-  **Precisión**
-  **Puntualidad**
-  **Fiabilidad**

Los datos y cifras presentados en este reporte permiten que los grupos de interés identifiquen los cambios existentes en los siguientes años, con respecto de la línea base. Este reporte contiene información cualitativa y cuantitativa que incluye tablas, fotografías, ligas de acceso y un lenguaje claro, con el propósito de comunicar a todos nuestros grupos de interés nuestro desempeño y acciones sustentables en México durante 2022.

La información está expresada de manera clara y concisa. Se encuentra disponible para todos los grupos de interés.



CONTACTO

GRI 2-2,2-3

ESTEFANIA BARRAZA
Gerente de Sustentabilidad
Norteamérica

INGREDION MÉXICO, S.A DE C.V.
Corporativo México y El Caribe
Blvd. Puerta de Hierro 5153, Piso 22,
Fracc. Plaza Andares, Zapopan, Jalisco
CP. 45116, Guadalajara, México



+52 (33) 1078 3220
ingredion.mx